

แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านค้าพระเข็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
**GUIDELINES OF SALES REVENUE OF TAPRA CENTER SHOPAT
 TAPRASUB-DISTRICT, MUANG, KHON KAEN PROVINCE**

นันทนา การสวัสดิ์¹
 ชัญญา อภิบาลกุล²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้า เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มรายได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทสินค้าที่ถูกค่าเลือกซื้อมากที่สุด คือเครื่องใช้ครัวเรือน ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า คือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือตนเอง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าคือราคาถูก ส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จักจากร้านท่าพระเข็นเตอร์ ลูกค้ารู้จักจากร้านท่าพระเข็นเตอร์จากป้ายคัดเอาท์/ป้ายหน้าร้าน ข้อเสนอแนะให้ทางร้านปรับปรุงแก้ไขคือเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย ด้านราคาราคาถูกกว่าร้านอื่น ด้านการส่งเสริมการตลาดการใช้สื่อโฆษณาสินค้าป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้การตกแต่งร้านจูงใจให้ซื้อสินค้า ด้านบุคคลความถูกต้องแม่นยำในการคิดเงิน ด้านกระบวนการการกล่าวขอบคุณและเชิญชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการในอนาคตต่อไป แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านค้าท่าพระเข็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 5 โครงการดังนี้ 1)ฉลองครบรอบ 1 ปี ท่าพระเข็นเตอร์ 2)อยากแจ็กอยากแจก 3)ช้อปปิ้ง ออนไลน์ 4)ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ และ 5)ขยายสาขา หนองเรือเข็นเตอร์

คำสำคัญ: เพิ่มรายได้ พฤติกรรมการซื้อ

Abstract

This independent study aimed to explore the behavior of the consumers and the marketing mix factors affecting purchasing decision and suggest the guideline of sales revenue for the shop. and questionnaire was used as a tool to analyze the data to find the result by applying The purchasing behavior of the participants showed that household appliances were purchased the most; the frequency of the shopping was once a week; the factors affecting the purchasing decision was the customers themselves and low price. Most customers knew Tapra center shop from the cutout and suggested the shop to revenue various kinds of product. Location and various kinds of product, cheaper price, clear product advertisement and cutout, nice decoration, accuracy in accounting and good service were the factor affecting the customers' purchasing decision in terms of product distribution, price, marketing promotion, image, personal and process respectively. The guideline to increase sales of Tapra center shop at Tapra sub-district, Muang, Khon Kaen province was divided into 5 projects; 4 short term projects and 1 long term project. 1) "Tapra center shop one year anniversary celebration", 2) "Get more and more", 3) "Shopping Online projects", 4) "Good bye old year and welcome new year" and 4) "Increase new branch to Nongrue district".

Keywords: Sales Revenue, Purchasing Behavior

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 โทรศัพท์ 080-0121881 E-mail: nuntana.k@kasikombabk.com

² รองศาสตราจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ และอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ศักยภาพด้านการเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการ จังหวัดขอนแก่นมีการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางในหลายด้าน ได้แก่ ศูนย์กลางทางการแพทย์ จากการมีหน่วยงานทางการแพทย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพของภาครัฐ เช่น โรงพยาบาลศรีนครินทร์ โรงพยาบาลขอนแก่น และหน่วยงานทางการแพทย์ขนาดใหญ่ของภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาลขอนแก่น รวม ทำให้มีผู้ใช้บริการทางการแพทย์จากภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ศูนย์กลางทางการศึกษา จังหวัดขอนแก่นมีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และเอกชนจำนวนมาก โดยมีสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพระดับประเทศ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งมีความพร้อมด้านบุคลากรทางการศึกษาและสถานที่ ทำให้มีนักศึกษาจากภายในประเทศและจากต่างประเทศสนใจเข้ารับการศึกษามากขึ้น ศูนย์กลางทางการขนส่งและโลจิสติกส์ จากความพร้อมด้านท่าเรือที่ตั้งและการคมนาคมขนส่ง ส่งผลให้จังหวัด ขอนแก่นมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าระดับภูมิภาค([1] ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปี 2554) ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นเป็นสถานประกอบการขนาดเล็กและเป็นธุรกิจครอบครัว ยอดขายของร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ที่ผ่านมามีขึ้นลงตามสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่น อันเป็นผลมาจากการที่ถูกค้าหันไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ร้านทเวนตี้ซ็พ ร้านไม้เอก ร้านนิมิตต์ตั้งค์ ร้านสุขสมการคำ ร้านวอเซ็นเตอร์ ห้างแม็คโคร ห้างบิ๊กซี ห้างโลตัส ซึ่งเป็นคู่แข่งชั้นที่มีการจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันและมีสินค้าที่หลากหลายกว่า นอกจากนี้สาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ที่มีผลต่อการลดลงของยอดขายร้านท่าพระเซ็นเตอร์ คือ การบริหารงานด้วยตนเองทั้งหมด และมีพนักงานขาย 2 คน ขาดการวางแผนทางการตลาด เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการแข่งขันทางการตลาด ไม่ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร ยอดขายลดลง ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พยายามรักษาลูกค้าเก่าและพยายามหาวิธีที่จะได้ลูกค้าใหม่ โดยการเล็งเห็นความสำคัญของการนำกลยุทธ์การตลาดเข้ามาใช้ในการปรับปรุงร้าน เป็นการวางแผนทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการเพิ่มยอดขายร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก วิเคราะห์อุตสาหกรรม วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ([2] ชูชัย สมितिไกร, 2553) เพื่อนำมาวางแผนทางการเพิ่มรายได้ของร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือประชาชนที่อาศัยในเทศบาลตำบลท่าพระ โดยใช้หลักของทาโร ยามาเน ที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญในทางสถิติ 0.05 จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 392 ตัวอย่าง ทำการสุ่มโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการศึกษา แบบสอบถามที่ใช้จะมีทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ที่มีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (multiple

choice questions) และข้อมูลที่ได้ มีระดับการวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ที่มีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (multiple choice questions) และข้อมูลที่ได้ มีระดับการวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น โดยข้อคำถามแต่ละข้อ เป็นข้อคำถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Sale) โดยใช้แบบ Likert ([3] กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ, 2552)

ผลการวิจัย

แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้า เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มรายได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผลค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย จำนวน 392 คน จาก การศึกษา สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 26 - 35 ปี การศึกษามัธยมศึกษา เป็นพนักงานบริษัท ทั่วๆ ร้านเอกชน รายได้ต่อเดือน 5,000 - 15,000 บาท พฤติกรรมการซื้อสินค้า ประเภทสินค้าที่ถูกค่าเลือกซื้อมากที่สุด คือ เครื่องใช้ครัวเรือน ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า คือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตนเอง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ราคาถูก ส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จัก ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ลูกค้ารู้จักร้านท่าพระเซ็นเตอร์จาก ป้ายคัดเอาท์/ป้ายหน้าร้าน ข้อเสนอแนะให้ทางร้านปรับปรุงแก้ไข คือ เพิ่มความหลากหลายของสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุดของแต่ละด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย ด้านราคา คือ ราคาถูกกว่าร้านอื่น ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การใช้สื่อโฆษณาสินค้าป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ คือ การตกแต่งร้าน จูงใจให้ซื้อสินค้า ด้านบุคคล คือ ความถูกต้องแม่นยำในการคิดเงิน ด้านกระบวนการ คือ การกล่าวขอบคุณและเชิญชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการในโอกาสต่อไป แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ทั้งสิ้น 5 โครงการ โดยแบ่งเป็นโครงการระยะสั้น 4 โครงการและระยะยาว 1 โครงการ ดังนี้ 1) “ฉลองครบรอบ 1 ปี ท่าพระเซ็นเตอร์ ” 2) “ อยากรัก อยากรัก ” 3) “ซื้อปิ้ง ออนไลน์” 4) “ ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ” และ 5) โครงการระยะยาว “ ขยายสาขา หนองเรือเซ็นเตอร์ “

สรุป

พฤติกรรมการซื้อสินค้า ประเภทสินค้าที่ถูกค่าเลือกซื้อมากที่สุด คือ เครื่องใช้ครัวเรือน ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า คือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ตนเอง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า คือราคาถูก ส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จัก ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ลูกค้ารู้จักร้านท่าพระเซ็นเตอร์จาก ป้ายคัดเอาท์/ป้ายหน้าร้าน ข้อเสนอแนะให้ทางร้านปรับปรุงแก้ไข คือ เพิ่มความหลากหลายของสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุดของแต่ละด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย ด้านราคา คือ ราคาถูกกว่าร้านอื่น ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การใช้สื่อโฆษณาสินค้าป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน ด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ คือ การตกแต่งร้าน จูงใจให้ซื้อสินค้า ด้านบุคคล คือ ความถูกต้องแม่นยำในการคิดเงิน ด้านกระบวนการ คือ การกล่าวขอบคุณและเชิญชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการในโอกาสต่อไป แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ทั้ง

สิ้น 5 โครงการ โดยแบ่งเป็นโครงการระยะสั้น 4 โครงการและระยะยาว 1 โครงการ ดังนี้ 1) “ ฉลองครบรอบ 1 ปี ท่าพระเซ็นเตอร์ ” 2) “ ยอยากแจ็ก ยอยากแจก ” 3) “ ซุปปิ้ง ออนไลน์ ” 4) “ ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ” และ 5) โครงการระยะยาว “ ขยายสาขา หนองเรือเซ็นเตอร์ “ สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มากที่สุด และมาก เนื่องจากร้านท่าพระเซ็นเตอร์เป็นร้านที่ใหญ่ที่สุดในตำบลท่าพระ

ข้อเสนอแนะ

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าของกิจการควรมีการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน การปรับเปลี่ยน/คืนสินค้า การบริการหลังการขาย และควรมีรับคำสั่งพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและเกิดการซื้อซ้ำ
- 2) ด้านราคา เจ้าของกิจการควรมีการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะกับคุณภาพสินค้า ให้ถูกกว่าร้านอื่นสามารถต่อรองราคาได้ การแจ้งราคาที่ชัดเจน การให้เครดิตในการชำระเงิน การตั้งราคาปลีกและราคาส่งที่เหมาะสม เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าที่ร้านอีกและเพื่อให้เกิดการแนะนำ การบอกต่อ
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เจ้าของกิจการควรมีการจัดการป้ายหน้าร้านที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ที่จอดรถสะดวกสบาย พนักงานให้บริการที่เพียงพอ การจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ มองเห็นได้ง่าย สะดวกต่อการเลือกซื้อ และควรมีบริการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ อีเมล ออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคสมัยใหม่ที่มีการซื้อผ่าน อินเทอร์เน็ต
- 4) ด้านส่งเสริมการตลาด เจ้าของกิจการควรมีการใช้สื่อโฆษณาสินค้าป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน ใช้สื่อโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ส่วนลดในกรณีซื้อสินค้าในปริมาณมาก การแจกของที่ระลึก/ของแถม/ของสมนาคุณต่างๆ การร่วมกิจกรรมพิเศษแก่ลูกค้าในเทศกาลต่าง เช่น วันปีใหม่ วันเด็กเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
- 5) ด้านบุคคล เจ้าของกิจการควรมีการจัดการด้านบุคคลากรในร้านไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับอย่างเป็นกันเองของพนักงาน ความสุภาพ ความเอาใจใส่ การแต่งกายที่เหมาะสมของพนักงาน ความถูกต้องแม่นยำในการคิดเงิน และความชำนาญในการแนะนำสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและรู้สึกดีที่มาซื้อสินค้าที่ร้าน
- 6) ด้านกายภาพ เจ้าของกิจการควรมี การตกแต่งร้านสวยงาม เป็นระเบียบ ที่จอดรถกว้างขวาง รักษาความสะอาดของร้าน การเปิดเพลงบริการลูกค้าฟัง การเปิดพัดลมบริการลูกค้า และการบริการห้องน้ำที่สะอาดเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านของเรามากขึ้น
- 7) ด้านกระบวนการ เจ้าของกิจการควรมีการบริหารจัดการให้ดี เช่น การทักทายลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน การสอบถามความต้องการของลูกค้า การแนะนำวิธีใช้สินค้า การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ การกล่าวขอบคุณ และเชิญชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าและบริการในโอกาสต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่อง แนวทางในการเพิ่มรายได้ร้านท่าพระเซ็นเตอร์ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะผู้เขียนได้รับคำแนะนำและรับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยรองศาสตราจารย์ ดร.ชัยญา อภิบาลกุล ผู้ซึ่งเป็นที่ปรึกษาหลัก ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำการศึกษาอิสระในครั้งนี้ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องจนการศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลงโดยสมบูรณ์ ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และเพื่อนๆ Exclusive MBA รุ่น 20 ที่คอยเป็นกำลังใจให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ข้อคิดและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

หากรายงานการศึกษาอิสระเล่มนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปศึกษาค้นคว้าหรือนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ผู้ศึกษาขออ้อมรับด้วยความเคารพ เพื่อปรับปรุงการเรียนการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). **สถานะเศรษฐกิจไทย**. ค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2558, จาก <http://www.bot.or.th/thai/monetaryPolicy/EconomicConditions/Pages.bot.or.th/thai/monetaryPolicy/EconomicConditions/Pages>.
- [2] ชูชัย สมิทธิไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดดูเคชั่นอินโดไชน่า.