

การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 7

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ และผู้ใช้บริการร้านผู้ประกอบการ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม
Factors Affect to the Buying Decision and Mobile Users
of Mobile Phone Shops at Big C Department Store of Nakhon Pathom

ฤดีมาศ ฤทธิเทพ¹ และณนันทน์ หอมสุต¹

Rudeemas Ritthep¹ and Nopphanont Homsud¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและผู้ใช้บริการจากร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1976) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามระหว่าง 2 สิงหาคม - 15 สิงหาคม 2553 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 15 - 19 ปี เป็นนักเรียน สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 2) ข้อมูลการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อพูดคุย ยี่ห้อที่นิยมใช้ได้แก่ Nokia เหตุผลที่เลือกใช้เพราะเชื่อในคุณภาพ การเลือกซื้อโทรศัพท์ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ โดยโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีการเปรียบเทียบข้อมูลของแต่ละยี่ห้อจากสื่ออินเทอร์เน็ต ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ 1 สัปดาห์ และตนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด 3) ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ และใช้บริการจากร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าที่มีการต่อรองราคาได้ การเรียกลูกค้าของ คนขาย และร้านค้าที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่หลากหลาย รวมถึงร้านค้าที่มีอุปกรณ์เสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการลงโปรแกรมที่ใหม่และแตกต่างจากร้านค้าอื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ ผู้ประกอบการร้านโทรศัพท์มือถือ

Abstract

The objectives of this research were to study the factors affecting the buying decision and mobile user of mobile phone shops at Big C Department Store, Nakhon Pathom Branch. The sample size was defined as the guideline of Yamane (1976). Questionnaires were used to collect data between 2 August to 15 August 2010. Statistics used for data analysis were Percentage, Mean, and Standard Deviation. The results showed that 1) the majority of the sample were females who were 15 to 19 years old, are students and single, have a monthly income less than 5,000 baht and high school education 2) General information collected in the study found that the majority of consumers buy mobile phones to

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี 76120

Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus, 76120

talk. The popular brand was Nokia because they believed in the quality. The phone receives information from the television. The ads affect the decisions and compare the information by using internet. Collecting information before buying decision 1 week and making decision by themselves 3) factors that affected the buying decision were the shop could bargain, calling customer of seller, several kinds of mobile than others Including shops of mobile phone accessories. So the operators should focus on factors that affect the buying decision and mobile user of mobile phone shops in order to meet the needs of consumers.

Keywords : factors affect to the buying decision, mobile phone shop

E-mail : eve_clashjung@hotmail.com

คำนำ

ปัจจุบันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน เพราะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งแตกต่างจากในอดีตมีเพียงบุคคลวัยทำงานที่สามารถมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เนื่องด้วยปัจจัยด้านราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงแรกมีราคาสูงมาก เครือข่ายให้บริการน้อยและค่าบริการมีราคาสูง แต่ในปัจจุบันมีการปรับปรุงเครือข่ายให้บริการเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงราคาและค่าบริการของโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลง ทำให้ประชาชนมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครองจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้จะอยู่ในวัยเรียนและวัยทำงานที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นในเรื่องงานและธุรกิจ แต่เหตุผลที่บุคคลเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละยี่ห้อและเครือข่ายมีความแตกต่างกันตามลักษณะการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ สืบเนื่องจากลักษณะรูปแบบความสวยงามที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด

การเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศเป็นไปอย่างก้าวกระโดด สำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่าจาก 5.6 เลขหมายในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 64.7 เลขหมายต่อประชากร 100 คน ในช่วงปี 2546 - 2549 คนไทยมีแนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ ในปี 2546 จากประชากร 100 คน มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ 23 คน และเพิ่มเป็น 42 คนในปี 2549 โดยกลุ่มของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดคือกลุ่มวัยรุ่น ทั่วโลก ปัจจุบันการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีบทบาทต่อคนไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยแห่งการเรียนรู้สิ่งใหม่ได้ง่ายขึ้น (นภาพร พานิชชาติ, 2550)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ และผู้ใช้บริการจากร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 47 ร้าน แต่ละผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการตั้งราคาและรูปแบบการให้บริการที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งทางผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนารูปแบบการขาย และให้บริการซ่อมโทรศัพท์มือถือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

อุปกรณ์และวิธีการ

ในการวิจัยครั้งนี้มีรายละเอียดและวิธีดำเนินการ ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลการวิจัย ใช้ค่าความถี่ และร้อยละ ทำการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1 ขั้นตอนในการทำวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ เอกสาร และวารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี สาขานครปฐม

3.1.2 นำเครื่องมือวิจัยไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามให้ครอบคลุมในทุกประเด็นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.3 พิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

4. การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่ตรวจความถูกต้องและความเชื่อมั่นแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม จำนวน 400 คน

4.1 ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คนนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Science) คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี สาขานครปฐม ใช้ค่าสถิติพรรณนาประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

5. การแปรความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้าน ในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปรความหมายตามแนวทาง (ประสพชัย พสุนนท์, 2553) รายละเอียดดังนี้ 5.1) คะแนน 4.51 – 5.00 คือ ระดับมากที่สุด 5.2) คะแนน 3.51 – 4.50 คือ ระดับมาก 5.3) คะแนน 2.51 – 3.50 คือ ระดับปานกลาง 5.4) คะแนน 1.51 – 2.50 คือ ระดับน้อย 5.5) คะแนน 1.00 – 1.50 คือ ระดับน้อยที่สุด

ผลการทดลองและวิจารณ์

เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS มีผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.5 มีอายุตั้งแต่ 15 - 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 66.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.3 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และมีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 55.0

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าโดยส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อพูดคุยเล่น คิดเป็นร้อยละ 39.5 พบว่ายี่ห้อที่นิยมใช้ได้แก่ Nokia คิดเป็นร้อยละ 72.8 มีเหตุผลที่เลือกใช้เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 47.5 พบว่าในการเลือกซื้อโทรศัพท์นั้นได้รับข่าวสารจากทีวี คิดเป็นร้อยละ 57.8 พบว่าโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.0 พบว่ามีการเปรียบเทียบการแข่งขันของแต่ละยี่ห้อจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ 1 อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 พบว่าตนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 62.8 โดยที่ราคาที่จะซื้อจะมีจำนวน 3,001 - 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8 พบว่าเหตุผลที่เลือกใช้บริการศูนย์บริการ AIS, DTAC และ TRUEMOVE ในการเลือกซื้อโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 34.3 และเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในการเลือกซื้อโทรศัพท์พบว่าความเชื่อมั่นต่อร้านให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 57.3

3. ข้อมูลปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกซื้อและผู้ให้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี สาขานครปฐม มีทั้งหมด 7 ปัจจัย

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ และผู้ให้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าที่มีการต่อรองราคาได้ ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.92$) การเรียกลูกค้าของคณชาย ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.78$) ร้านค้าที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.92$) และร้านค้าที่มีอุปกรณ์เสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.94$) รองลงมาร้านของคนรู้จัก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 1.25$) และการลงโปรแกรมที่แตกต่างใหม่มากกว่าร้านอื่น ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 1.10$)

สรุปผลและเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา เพศหญิง อายุระหว่าง 15 - 19 ปี โดยส่วนใหญ่ และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะให้ความสนใจอย่างใกล้ชิด เพราะกลุ่มที่สนใจใช้บริการเป็นกลุ่มเยาวชนที่มีรายได้ต่ำ ปัญหาอาจตามมาตามความต้องการอยากได้ของวัย

ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากผลการวิจัยพบว่า สาเหตุของการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มาจากเหตุผลเพื่อต้องการติดต่อสื่อสารต่อกัน ซึ่งยี่ห้อที่นิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ ยี่ห้อ NOKIA โดยมีสาเหตุมาจากความน่าเชื่อถือของยี่ห้อ และสื่อโฆษณาทางทีวีมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยยังพบว่าราคาที่ซื้ออยู่ในช่วงราคา 3,001 - 6,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างยังอยู่ในวัยเรียน และยังไม่มียาได้เป็นของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้ที่มีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งจะทำให้มีกำลังซื้อที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น และควรที่จะมีศูนย์บริการที่ครบวงจรเพื่อที่จะทำให้มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อและใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าปลีกที่ สาขานครปฐม ผลจากการวิจัยพบว่า ร้านค้าที่มีการต่อรองราคาได้ การเรียกลูกค้าของผู้ประกอบการ และร้านค้าที่มีอุปกรณ์เสริม ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการในทุกรูปแบบ เพราะการให้บริการที่ดีมีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการผลการวิจัย

1. ผู้ปกครองควรให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค เพราะผลจากการวิจัยที่ได้พบว่านักเรียนในระดับมัธยมศึกษามีความสนใจในการใช้บริการร้านผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ความต้องการอยากมี อยากได้ตามวัยหากผู้ปกครองดูแลไม่ทั่ว ปัญหาที่ตามมาอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษา หรือการดำรงชีวิตของนักเรียนในอนาคต
2. ผู้ประกอบการควรที่จะให้ความสำคัญต่อกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อที่จะได้กระจายยอดขายให้ครอบคลุมในทุกระดับ
3. ควรที่จะให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการ เช่น มีการรองรับบริการหลังการขาย คุณภาพของการให้บริการ เป็นต้น เพราะการให้บริการที่ดีมีผลโดยตรงต่อการเลือกบริโภคของลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยในเรื่องของการให้บริการที่ส่งผลต่อผู้บริโภคโดยตรง เพื่อให้ทำให้เข้าถึงทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการ
2. ควรศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยทางด้านอื่น ๆ เช่น ลักษณะของทำเลที่ตั้ง อุปสรรคในการให้บริการ เป็นต้น และควรที่จะศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อการใช้บริการหรือเลือกใช้บริการของผู้บริโภค
3. ศึกษาในสถานที่อื่นนอกจากห้างสรรพสินค้า เช่น การให้บริการขายทางอินเทอร์เน็ต หรือการให้บริการตามแหล่งชุมชน เพื่อนำมาเปรียบเทียบความแตกต่าง ซึ่งจะได้พัฒนา ปรับปรุงการให้บริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2544 . การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10. พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น .กรุงเทพมหานคร.
- ธัญรัชฎ์ นันทิวชิรินทร์. 2549. "การศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี." สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ศิลปะศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภาพร พานิชชาติ. 2549. "คนไทยกับการอ่านหนังสือ(1)หยุดอ่านล้ำหลังสังคมโลก". หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ วันพฤหัสบดีที่ 3 สิงหาคม 2549 : หน้า 8
- ยงยุทธ เกษสาคร. 2542 .ภาวะผู้นำและการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักพิมพ์ SK BOOKNET.กรุงเทพมหานคร.

การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 7

ยุทธนา ธรรมเจริญ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 11. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กรุงเทพมหานคร.

จวากรณ์ สามโกเศศ. มติชนรายวัน วันที่ 09 กันยายน พ.ศ. 2547 ปีที่ 27 ฉบับที่ 9679. [ออนไลน์]. วันที่สืบค้น 3 สิงหาคม 2553.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. หลักการตลาด. สำนักพิมพ์ท็อป. กรุงเทพมหานคร.

Yamane, T. 1967. Statistics: An introductory analysis. New York: Harper and Row