

บทคัดย่อ

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
 ธุรกิจก๊วนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา
 ชื่อผู้เขียน นายทฤษฎี สัมมานนท์ 6314190054
 ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ดร.สินาท นาควัชระ
 ปีการศึกษา 2564

กระแสการรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายของประชาชนได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก สืบเนื่องมาจากการที่ประชาชนส่วนใหญ่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จะทำให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ทั้งนี้มีหลากหลายชนิดกีฬาที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น ฟุตบอล วิ่งมาราธอน วอลเลย์บอล บาสเกตบอล เทนนิส โยคะ หรือใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย นอกจากกระแสการรักษาสุขภาพแล้ว นักกีฬาที่มีชื่อเสียงเองก็มีส่วนในการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกชนิดกีฬา อาทิ เช่น บาส เตะบอล ฟุตบอล คริกเก็ต-ปอแป๊ว ทรัพย์สินสิทธิ์ แดร์ตันชัย ที่สร้างชื่อเสียงในกีฬาแบดมินตันให้กับประเทศ จึงปลูกกระแสกีฬาแบดมินตันให้กับประเทศไทย รวมถึงยังเป็นต้นแบบให้กับประชาชนไทย ทั่วทุกภูมิภาคนำไปเป็นแบบอย่าง จนทำให้กีฬาแบดมินตันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยความท้าทายที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ค่านิยมของประชาชน จำนวนประชากรและโครงสร้างทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยทางการแข่งขันทางการตลาดที่ผู้ประกอบการพยายามสร้างความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า ตลอดจนแนวทางการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทำให้ตลาดของธุรกิจก๊วนตีแบดมินตันไม่สามารถนิ่งเฉยได้อีกต่อไป งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ซึ่งประกอบ ด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทั้งด้านเพศ

อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาธุรกิจกัวนตีแบดมินตัน ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง โดยประชาชนที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการศึกษานั้น คือ กลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2564 – มกราคม 2565 ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ชุด ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกัวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยใหม่มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามแบดมินตัน คือ ปัจจัยด้านความพร้อมคุณภาพ ราคาของสนามแบดมินตัน และความใส่ใจในการบริการของพนักงานและปัจจัยด้านกระบวนการและความรู้ของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านความครบครันรวมถึงราคาของอุปกรณ์และเครื่องค้ำภายในสนามแบดมินตัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและทำเลที่ตั้ง และปัจจัยส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจกัวนตีแบดมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมาในด้านปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามแบดมินตัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจะใช้บริการสนามแบดมินตันบ่อยครั้งกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ส่วนด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจกัวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกันซึ่งจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยคาดว่า ผู้ประกอบการธุรกิจกัวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาและผู้ที่เกี่ยวข้อง จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงกระบวนการในการเข้าถึงผู้บริโภคในด้านต่างๆ เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบันได้อย่างแท้จริงและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงสร้างผลตอบแทนให้แก่ธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : สนามแบดมินตัน, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่ประชาชนต้องการรักษาสุขภาพ การออกกำลังกายจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่รู้ว่าการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอทำให้มีสุขภาพที่ดี โดยมีกีฬาหลากหลายชนิดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น วิ่งมาราธอน ฟุตบอล บาสเกตบอล วอลเลย์บอล หรือใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย นอกจากกระแสการรักษาสุขภาพแล้วยังปฏิเสธไม่ได้ว่านักกีฬาที่มีชื่อเสียงก็มีส่วนในการตัดสินใจเลือกชนิดกีฬา เช่น บาส เดชาพล พัววรานุเคราะห์-ปอ ป๋อ ทรัพย์สิรี แต้รัตนชัย ที่สร้างชื่อเสียงแบดมินตันให้กับประเทศ จึงปลูกกระแสแบดมินตันให้กับประเทศไทย รวมถึงเป็นต้นแบบให้กับนักกีฬาและเยาวชนคนอื่นๆ ส่งผลให้กีฬาแบดมินตันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยกระแสต่างๆและปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ค่านิยม จำนวนประชากร ปัจจัยทางการแข่งขันทางการตลาดที่ผู้จัดกีฬายามสร้างความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า ตลอดจนแนวทางการออกกำลังกายของคนในจังหวัดนครราชสีมา ทำให้ตลาดของธุรกิจสนามแบดมินตันไม่สามารถนิ่งเฉยได้อีกต่อไป

ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อที่จะได้ทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจ โดยข้อมูลในการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดกีฬากอล์ฟ และผู้ให้บริการ ในการปรับปรุง แก้ไข รวมถึงพัฒนาการบริการและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ในการทำธุรกิจให้ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการจัดทำงานวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการในการเลือกธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

คำถามการวิจัย และสมมุติฐานงานวิจัย

1. คำถามการวิจัย

- 1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาหรือไม่อย่างไร
- 1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาหรือไม่อย่างไร

2. สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตัน
ในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันใน
จังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

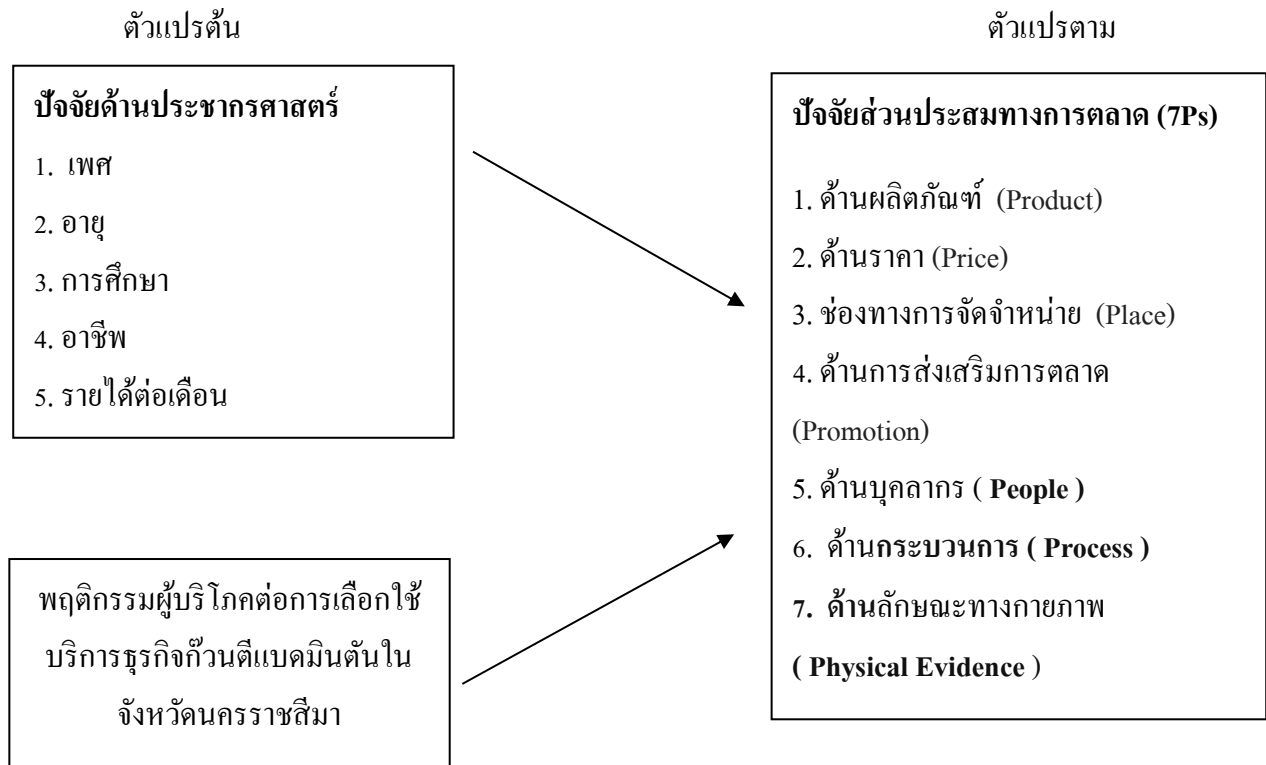
สมมุติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันใน
จังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานที่ 13 มีความสัมพันธ์กับเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัด
นครราชสีมา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการทำวิจัยฉบับนี้ โดยได้นำเอาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยประชากรที่ใช้นำมาศึกษาในการทำงานวิจัยฉบับนี้ คือกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจก๋วนตีแบดมินตันและอาศัยอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของความหมายและคำศัพท์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เลือกใช้บริการธุรกิจก๋วนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

สนามแบดมินตัน หมายถึง สถานที่สำหรับให้บริการเช่าสนามแบดมินตันเพื่อให้ผู้ออกกำลังกายใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการใช้สินค้าหรือบริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางการประเมินว่าเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลในเชิงพาณิชย์ที่มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังนี้

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการบริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา และนำผลของงานวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดเพื่อประเมินความต้องการและแนวโน้มของผู้ใช้บริการในอนาคตต่อการเลือกใช้
2. เพื่อเป็นฐานข้อมูลและต่อยอดการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ของผู้บริการกลุ่มนี้และกลุ่มอื่นๆต่อไปในอนาคต
3. เพื่อทำนายแนวโน้มและประเมินความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคตต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถใช้ในการทำนายผลกระทบทางการตลาด และอัตราการเติบโตของความต้องการของผู้ใช้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริการในอนาคตได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟวนต์แบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกีฬาแบดมินตัน
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกีฬาแบดมินตัน

กีฬาแบดมินตันได้แพร่หลายเข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นเวลานานแล้ว มีปรากฏหลักฐานที่ชัดเจนว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2456 พระยานิพัทธ์กุลพงษ์ เป็นคนไทยรุ่นแรกที่สร้างสนามแบดมินตันให้ลูกหลานเล่นเป็นการออกกำลังกายในยามว่าง ณ บริเวณบ้านริมคลองสมเด็จพระยา ในเวลาต่อมาหลวงชลาลัยกล เห็นว่าแบดมินตันเป็นกีฬาที่ดี เหมาะกับคนไทย เล่นได้ทั้งชายและหญิง เด็กเล็กและผู้ใหญ่ จึงสร้างสนามเพิ่มขึ้นอีก และเล่นแบดมินตันกันเป็นประจำในหมู่ญาติมิตรที่ตำบลสมเด็จพระยาเช่นเดียวกัน

กีฬาแบดมินตันแพร่หลายในหมู่คนไทยมากขึ้น คุณหลวงประคุณวิชาสนอง ได้จัดให้มีการแข่งขันแบดมินตันในราชวิทยาลัย แข่งขันในประเภทต่าง ๆ ต่อมาการแข่งขันได้แพร่หลายกว้างขวางออกไปอีก มีการแข่งขันประเภทสาม แข่งขันทั้งชายเพศชายสามและหญิงสาม ซึ่งถือว่าเป็นการแข่งขันประเภทที่สำคัญที่สุด และประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในโลกที่มีการเล่นแบดมินตันประเภทสาม

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านของไทย คือสหพันธรัฐมลายูสามารถเอาชนะทีมชาติของยุโรป จนได้ครองตำแหน่งแชมป์ประเภททีมชายของโลก หรือ

โรมัสคัพ สร้างความตื่นเต็นให้แก่ประชาชาติเอเชียอย่างยิ่ง ที่ทีมจากเอเชียสามารถแข่งกีฬาจนเอาชนะชาติใหญ่ ๆ จากชาติตะวันตกได้ ท่ามกลางกระแสดังกล่าว ไทยได้เชิญนักแบดมินตันอันดับโลกของมลายู อาทิ ว่องเปงสูน อองโปหลิม อูยเต็คฮ็อค อีสเมล บิน มาร์จัน ฯลฯ เข้ามาสาธิตการเล่นกีฬาแบดมินตันมาตรฐานสากลในประเทศไทย เริ่มมีการสร้างสนามแบดมินตันมาตรฐานในร่ม มีการปรับปรุงพัฒนาวิธีการเล่นแบดมินตันให้ดียิ่งขึ้น แต่การเล่นแบดมินตันของคนไทยส่วนใหญ่ก็ยังเล่นกันนอกร่ม ต่อมาได้มีการสร้างสนามแบดมินตันมาตรฐานสากลแห่งแรกภายในบริเวณบ้านซอยพร้อมมิตรของ หลวงธรรมบุญวุฒิกิจ และ นางอวยพร ปัตตพงศ์ พร้อมทั้งได้เชิญเชิญฝึกฝนลูกหลานจนกระทั่งนักแบดมินตันไทยมีมาตรฐานการเล่นก้าวเข้าสู่ระดับโลก ลูกศิษย์แบดมินตันของคุณหลวงธรรมบุญวุฒิกิจ มีพื้นฐานการเล่นที่ถูกต้องแน่นแฟ้น และนำพาทีมชาติแบดมินตันโรมัสคัพไทยไปครองตำแหน่งชนะเลิศแห่งเอเชียใน ปี ค.ศ. 1957 เข้าไปถึงรอบชิงชนะเลิศ Inter Zone ของโลกเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์กีฬาแบดมินตันของไทยใน ปี ค.ศ. 1958 ท่านทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกสอนเข้าเฝ้า ส่งเสริมปลูกปั้นพัฒนานักแบดมินตันไทยหลายคน อาทิ พินิจ ปัตตพงศ์ ประเทือง ปัตตพงศ์ อัจฉรา ปัตตพงศ์ ธนู ขจัดภัย เจริญ วรธนะสิน บุษผา แก่นทอง สงบ รัตนุสสรณ์ บัณฑิตใจ

เย็น ศิลา อุเลา ฯลฯ นักกีฬาเหล่านี้ล้วนเป็นผลงานของท่านทั้งนั้น นักแบดมินตันหลายคนของท่านได้เข้าถึงรอบชิงชนะเลิศการแข่งขันโอลิมปิกและครองตำแหน่งตำแหน่งชนะเลิศของโลกในการแข่งขันแบดมินตันนานาชาติจากหลายประเทศ เมื่อ หลวงธรรมบุญวุฒิกิจ ถึงแก่อนิจกรรม ท่านจึงได้รับการยกย่องให้เป็น บิดาแห่งวงการแบดมินตันของไทย

ในปี พ.ศ. 2497 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และพระราชวงศ์จักรีชั้นผู้ใหญ่หลายพระองค์ ได้พระราชทานและประทานพระอุปถัมภ์แก่กีฬาแบดมินตันอย่างเข้มแข็ง ในหลวงทรงเป็นองค์อุปถัมภ์สมาคมแบดมินตันแห่งประเทศไทยในปีเดียวกันนั้นและทรงแบดมินตันด้วยพระองค์เอง สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา(พระราชกิติในสมัยนั้น) ทรงสนับสนุนทุนทรัพย์ส่งนักแบดมินตันไทยไปแข่งขัน โอลิมปิก เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2501

และที่ต้องบันทึกไว้เป็นประวัติศาสตร์สำคัญไม่เฉพาะแต่วงการแบดมินตันเท่านั้น แต่เป็นของวงการกีฬาเมืองไทย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระมหากรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม พระทานราชนุเคราะห์ศึกษาส่วนพระองค์ให้แก่นักแบดมินตันทีมชาติไทย เจริญ วรธนะสิน ไป

ศึกษาที่ประเทศอังกฤษ ยังความปลาบปลื้มของวงการกีฬาไทยอย่างหาที่สุดมิได้ เพราะในยุคนั้นยังไม่มีหน่วยงานกีฬาของรัฐ

ในปีต่อ ๆ มา พระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าสุทธสิริโสภา ทรงสนับสนุนทุนทรัพย์ส่งนักแบดมินตันไทยไปแข่งขันออล-อิงแลนด์และประเทศต่าง ๆ ในยุโรป พร้อมทั้งทรงประทานกำลังใจด้วยการเสด็จทอดพระเนตรการแข่งขันอย่างใกล้ชิดทั้งในเอเชียและยุโรป ท่านพระองค์หญิงยังทรงสร้างสนามมาตรฐานขึ้นและก่อตั้งสโมสรแบดมินตันแรกเกิดมิวเซียมขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2510

วงการแบดมินตันไทยได้พัฒนาตัวเองจนเป็นสมาคมกีฬาชั้นนำสมาคมหนึ่งของประเทศไทย เป็นสมาคมกีฬาที่ส่งนักกีฬาไปแข่งขันต่างประเทศมากที่สุดอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายสิบปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 วงการแบดมินตันเริ่มใช้แนวทางการตลาดสิทธิประโยชน์เข้ามาบริหาร เริ่มระบบการดึงผู้อุปถัมภ์รายการจากต่างประเทศเข้ามาแทนระบบบริจาคช่วยเหลือ เริ่มต้นจัดการแข่งขันครั้งด์ปริซ์เซอร์โลกที่มีเงินรางวัลนับล้านบาทตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 เป็นการพลิกโฉมวงการแบดมินตันไทยให้ก้าวทันการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของโลก

กิจกรรมของสมาคมแบดมินตันแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ จะดำเนินมาไกลถึงเพียงนี้ไม่ได้ หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากบรรดาสปอนเซอร์ต่าง ๆ ในต่างประเทศ เช่น โปรเคนเน็ก โกเซ็น NEC ESPN ยูนิแคล และบริษัทห้างร้านภายในประเทศ เช่น ไทยออยล์ เบียร์สิงห์ เบียร์ช้าง มิตซูบิชิ และ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน) ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเยาวชนของชาติ ได้ให้การ

สนับสนุนการแข่งขันแบดมินตันเครือซิเมนต์ไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 ปัจจุบันยังคงให้การอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดการแข่งขันชิงแชมป์เยาวชนแบดมินตันประเทศไทย และแบดมินตันครั้งด์ปริซ์เซอร์โลก และโครงการ “ไฟแห่งพุ่มไม้เขียว” จากปี ค.ศ. 2004-2008

กีฬาแบดมินตันได้รับการบรรจุเป็นกีฬาสาธิตในโปรแกรมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ในปี ค.ศ. 1980 ที่เมืองมิวนิค เยอรมนี แต่ไม่ได้รับการบรรจุในทันที เนื่องจากเกิดการแตกแยกในวงการแบดมินตันของโลก จนกระทั่งได้รับการบรรจุอย่างเป็นทางการในบาร์เซโลนาเกมส์ที่สเปนถึงปี ค.ศ. 1992 แบดมิน

ตันได้กลายเป็นกีฬาโอลิมปิกเต็มตัวตั้งแต่นั้นมา และนักแบดมินตันไทยได้ผ่านรอบควอลิฟายคัดเลือกเข้าสู่สายใหญ่การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกทุกครั้ง ล่าสุดที่การแข่งขันครั้งที่ 28 ที่กรุง

เอเชนส์ นักแบดมินตันชาวไทยได้เข้ารอบมากถึง 8 คน ครบทุกประเภทเป็นประวัติการณ์ และบุญศักดิ์ พลสนะ ได้เข้าถึงรอบชิงชนะเลิศเซมิไฟนอลของประเภทชายเดี่ยววงการแบดมินตันไทยยังจะพัฒนาไปข้างหน้าต่อไปไม่หยุดยั้ง คว้าโคกที่คนบริหารไม่นำพาทีกีฬาแบดมินตันกลายเป็นเกมการเมือง มือสะอาด ไม่เข้ามาหาผลประโยชน์จากวงการ มีจิตวิญญาณที่รักและเห็นประโยชน์ของวงการแบดมินตันเป็นเป้าหมายสูงสุด ถ้าทำอย่างนี้ได้ ความเชื่อถือ ศรัทธา จากผู้ให้ความอุปถัมภ์ ก็จะไม่จืดจางถอยห่างจากวงการแบดมินตันอย่างแน่นอน

<https://www.siamsporttalk.com/th/entertainment/sport/86-badminton/history-badminton/17-badminton-history.html>

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมของประชากรและการเปลี่ยนแปลงของประชากร โดยคำว่า Demography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Demo ซึ่งหมายถึง หมู่คน หรือประชากร ตรงกับคำว่า “people” ในภาษาอังกฤษ และคำว่า “graphy” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษคือ “Description” หมายถึงการเขียน การบรรยายหรือการพรรณณารูปร่าง ลักษณะ และเมื่อนำคำทั้งสองคำมารวมกันจึงหมายถึงการศึกษาเกี่ยวกับหมู่คนหรือประชากร (ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสงค์,อ้างถึงใน สรัญกรณ์ เกษร,2559)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ความหลากหลายของประชากรที่สามารถแบ่งแยกออกได้เป็นกลุ่ม โดยพิจารณาจากลักษณะและพฤติกรรมรวมถึงประชากรที่มีชนชั้นทางสังคมเหมือนกันจะตอบสนองถึง ข้อมูลข่าวสาร ความต้องการต่างๆ ไปในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ลักษณะต่างๆของร่างกาย เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีพฤติกรรมที่แสดงออกแตกต่างกัน (กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ,2548,อ้างถึงในสิทธิศักดิ์ จะระ,2562)

สรุปได้ว่า จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างกัน โดยส่งผลต่อการสนองต่อสิ่งเร้า ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ถึงความแตกต่างในตัวบุคคลแต่ละกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ เป็นต้น โดยจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมา โดยผู้ศึกษาวิจัยจึงได้นำแนวคิดทางด้าน

ทฤษฎีประชากรศาสตร์มาใช้ในการตั้งคำถาม สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.3 แนวคิดทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม (behavior) หมายถึง สิ่งที่แสดงออกของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระทบ โดยเป็นการแสดงออกที่สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นผลมาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม (SME Leader base for business,28/3/2565)

Schiffman and Kanuk (1994: อ้างอิงในภัทรดนัย พิริยะชนภัทร) ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้แสดงออกมา ผ่านการใช้สินค้าหรือบริการ การซื้อ การใช้จ่ายและยังรวมไปถึงการประเมินผลการรับบริการต่างๆดังกล่าว โดยผู้บริโภคจะมีความคาดหวังว่า ประสิทธิภาพที่เข้าได้รับบริการจะตอบสนองความต้องการของเขาได้

ชูชัย สมितिไกร (2553, หน้า 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเพื่อเลือก (select) การซื้อ (purchase) การใช้ (use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (dispose) ของสินค้าหรือบริการต่างๆเพื่อตอบสนองสิ่งที่ต้องการ (Solomon,2009)

รศ.สมจิตร ล้วนจำริญู (2560, หน้า 7) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับบริการ และการใช้สินค้า โดยรวมถึงการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆขึ้น โดยสามารถแยกได้ 3 ประเด็นคือ 1) การกระทำของแต่ละบุคคล 2) การได้รับและการใช้บริการสินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และ 3) กระบวนการตัดสินใจ

จากแนวคิดทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภคสรุปได้ว่าพฤติกรรมที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเลือก การถูกกระตุ้นให้ซื้อโดยเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกนั้นเอง โดยพฤติกรรมต่างๆจะมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ สภาพแวดล้อม ปัจจัยรอบข้างเมื่อรับรู้ ก็จะค้นหาข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตัวเองและเกิดการตัดสินใจเลือกไม่ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อก็ตาม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

โดยใช้เครื่องมือ 6W1H คือเครื่องมือสำหรับกำหนดกลุ่มผู้บริโภค ประกอบด้วย (SME Leader base for business,28/3/2565)

Who

ลูกค้าของเราคือใคร คือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในเชิงปริมาณประชากร สามารถกำหนดได้จาก ปัจจัยคร่าว ๆ เช่น เพศ ถิ่นที่อยู่ ช่วงอายุ ฐานะทางการเงิน การศึกษา ฯลฯ เพื่อทำการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายแบบเบื้องต้น ก่อนวิเคราะห์ลงรายละเอียดในขั้นตอนต่อไป

What

ลูกค้าต้องการอะไร เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ว่าพวกเขาต้องการอะไร ซึ่งอาจจะดู จากพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต คุณภาพสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายชอบ รวมไปถึง รูปร่าหน้าตาแพ็คเกจจิ้งของคุณอีกด้วย

Where

ลูกค้าของคุณอยู่ที่ไหน เป็นการวิเคราะห์ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้า หากคุณเปิดธุรกิจ ออนไลน์แน่นอนว่าลูกค้าของคุณก็จะอยู่ในช่องทางออนไลน์เป็นหลัก บนแพลตฟอร์มยอดนิยม อย่าง Facebook Instagram Twitter หรือเว็บไซต์ Market place Line และอาจจะเข้ามาเจอร้านค้า หรือสินค้าของคุณผ่านการรีเสิร์ทบน Google Ads โฆษณบนช่องทางที่พวกเขาใช้งานเป็นประจำ นั้นเอง

Why

ทำไมลูกค้าต้องเลือกซื้อสินค้าของคุณ เป็นการวิเคราะห์ว่าสินค้าหรือบริการของคุณสามารถตอบ โจทย์ความต้องการและแก้ปัญหาอะไรให้กับลูกค้าได้บ้าง ไม่เพียงเท่านั้นสินค้าของคุณสามารถมอบ ประโยชน์อะไรได้บ้างที่จะทำให้ลูกค้ายอมควักกระเป๋าจ่ายเงินซื้อสินค้าของคุณในท้ายที่สุด ความ คุ่มค่าของวัสดุรีเปลา ราคาที่ถูกกว่าท้องตลาดไซ้ใหม่ หรือเป็นเพราะสินค้าของคุณเป็นสินที่เขขาด ไม่ได้ นั่นเป็นสิ่งที่คุณต้องหาคำตอบ

When

กลุ่มเป้าหมายจะซื้อสินค้าเมื่อไหร่ วิเคราะห์ช่วงเวลาที่คุณจะเป็นที่ต้องการมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น หากร้านค้าของคุณจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญ ช่วงเวลาที่สินค้าของคุณจะเป็นที่ต้องการก็คือช่วงเทศกาลคริสต์มาสหรือช่วงเทศกาลปีใหม่ที่ถูกค้าต่างต้องเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำไปเป็นของขวัญจับฉลากหรือมอบให้กันและกัน

Whom

ใครที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากับลูกค้าของคุณ ลูกค้าบางคนอาจจะไม่ได้ซื้อสินค้าของคุณเพราะเชื่อในสรรพคุณที่ร้านค้าของคุณ โฆษณา แต่ซื้อเพราะคำรีวิว คำบอกเล่าสรรพคุณจากลูกค้าที่เคยใช้งานจริง ๆ หรือแม้กระทั่งซื้อตามดารารหรือบิวตี้บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียง การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะทำให้คุณวางกลยุทธ์โฆษณาสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขายให้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

How

ลูกค้ามีเงื่อนไขอะไรที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ เป็นการวิเคราะห์สิ่งที่ทำให้ลูกค้ายอมตกลงปลงใจซื้อสินค้าของคุณ ลูกค้าบางคนอาจจะซื้อเฉพาะช่วงที่มีโปรโมชั่นลดราคาหรือมีของแถม การมีบริการที่สะดวกและตอบโต้ทันท่วงทีขั้นตอนเลือกซื้อสินค้าและระบบจ่ายเงินที่ลูกค้าสามารถจับขั้นตอนได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีบริการขนส่งที่รองรับความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร

2.4 แนวคิดทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด**2.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)**

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตัน เพราะสนามมีการจัดอุปกรณ์เสริมสำหรับการตีแบดมินตันและมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เล่นกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในลักษณะของความสะอาดของสนามและห้องน้ำ

2.4.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้าน

2.4.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตันในเรื่องของ

2.4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตันในเรื่องของ

2.4.5 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตันในเรื่องของ

2.4.6 ปัจจัยด้านบุคคล (People)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตันในเรื่องของ

2.4.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาด ที่สามารถควบคุมได้ ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2550, น.35-36) ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้

2.1.3.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) สิ่งที่เสนอขายให้กับลูกค้า โดยพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่ง

ลูกค้าจะได้รับคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น รูปแบบ คุณภาพ ตราสินค้า และชื่อเสียง เป็นต้น สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, น.63) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอน การส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) เป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยผลิตภัณฑ์และบริการต้องมีความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการบริการและความเหมาะสมต่อผู้บริโภค

2.1.3.2 ราคา (Price) มูลค่าของเงินที่จ่ายไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ราคาถือเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, น.63) กล่าวว่า ราคาคือเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไป เพื่อรับบริการกับธุรกิจ ดังนั้นการที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูงก็หมายความว่าลูกค้าที่มาบริโภคก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลตามมาก็คือลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

สรุปได้ว่า การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์และบริการมีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การที่ผู้ประกอบการตั้งราคาของสินค้าและบริการไว้สูงก็หมายความว่า ผู้บริโภค จะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งขั้นทางธุรกิจ หรือมีการเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ ซึ่งการตั้งราคานี้ควรตั้งราคาให้เหมาะสม

2.1.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางหรือสถานที่ในการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ซึ่งควรพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึง ความเหมาะสม การเข้าถึงได้ง่าย และควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญในการให้บริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, น. 56) ได้กล่าวถึงช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง ซึ่งเป็นอีกปัจจัยสำคัญของการบริการทั้งนี้ความยากง่ายใน

การเข้าถึงบริการนั้นมิใช่แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้น ประเภทของสถานที่ให้บริการจะต้องครอบคลุมเพราะเป็นปัจจัยต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

นิตยาพร เสมอใจ (2549, น.52-56) ได้กล่าวถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจำหน่ายที่ต้องพิจารณาถึง ความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในเวลาและสถานที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด

กล่าวสรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงความ สะดวกสบายของลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายและกระบวนการใน การส่งมอบจะเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการตัดสินใจของลูกค้า

2.1.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลของ ผลิตภัณฑ์หรือบริการระหว่างผู้ขายหรือลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักจูงให้เกิด ความต้องการ หรือสร้างทัศนคติ และให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ โดยมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม ของลูกค้า สามารถทำได้โดย การโฆษณา การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย การ ประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

นิตยาพร เสมอใจ (2549, น.52-56) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและ ตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้และตัดสินใจซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่ต่างกัน ในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขาย โดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรงที่มีคุณสมบัติ ข้อดี และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน

ดังนั้น จึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน รวมถึงความแตกต่างของ ผู้บริโภคที่ไม่เพียงแต่มีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริโภค สื่อและแนวทางในการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ก็มีความแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นสิ่งที่สำคัญใน การวางแผนการส่งเสริมการตลาดธุรกิจต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือกวิธีที่ติดต่อสื่อสาร (Communication) ที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้อย่าง เหมาะสม

สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสำคัญต่อการสื่อสารที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภครู้จักในตัวผลิตภัณฑ์และบริการและเข้าใจในสินค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลก แจกแถม ผ่านสื่อต่างๆ

2.1.3.5 บุคลากร (People) พนักงานผู้ให้บริการต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจ ดังนั้นธุรกิจจึงควรเลือก และฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี ตอบสนองความต้องการ

2.1.3.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ลักษณะการให้บริการและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่สัมผัสได้ รวมถึงคุณภาพของบริการผ่านสิ่งที่มองเห็นได้ เช่น ลักษณะของอาคาร การตกแต่งภายใน สถานที่ให้บริการ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

2.1.3.7 กระบวนการในการให้บริการ (Process) กระบวนการที่ทำให้มีความถูกต้องรวดเร็ว ใช้เวลาเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยหากกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งเกิดความล่าช้าอาจทำให้งานเกิดความผิดพลาด

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับอิทธิพลต่อการบริโภค ดังต่อไปนี้ คือ

2.5.1.1 ปัจจัยด้านเพศ

จากการศึกษางานวิจัยของ รติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษา

อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าเพศมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามเบดมินตันในเขตสายไหม โดยส่วนใหญ่เพศชายจะใช้บริการสนามเบดมินตันมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรา สายวารี (2557) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด แรงจูงใจและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนาม

แบดมินตันให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศชายมีส่วนหรือร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการสนามแบดมินตันในระดับสูงมากกว่าเพศหญิงเช่นเดียวกัน

2.5.1.2 ปัจจัยด้านอายุ

งานวิจัยของ รติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม พบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม โดยส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปีมีความถี่ในการใช้บริการสนามแบดมินตันคิดเป็นร้อยละ 36% ซึ่งสอดคล้องกับการอ้างอิงในงานวิจัยของกณิน กษมาคิลก(2556) ที่ศึกษาโอกาสของธุรกิจสนามแบดมินตันให้เช่าในจังหวัดนครราชสีมา พบว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการสนามแบดมินตันเป็นประจำน้อยกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุน้อย ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยจะมีสภาพร่างกายที่แข็งแรงกว่า ทำให้ความสามารถที่จะออกกำลังกายด้วยแบดมินตันบ่อยครั้งมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมากขึ้นไป

2.5.1.3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

งานวิจัยของ รติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม

2.5.1.4 ปัจจัยด้านอาชีพ

งานวิจัยของ รติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อการบริการสนามแบดมินตันในเขตสายไหม ซึ่งอาชีพที่มีคนใช้บริการสนามแบดมินตันมากที่สุด คือพนักงานเอกชนคิดเป็นร้อยละ 32 ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของกณิน กษมาคิลก(2556) ที่ศึกษาโอกาสของธุรกิจสนามแบดมินตันให้เช่าในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย จะมีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสนามแบดมินตันเป็นประจำ มากกว่า เมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท

2.5.1.5 ปัจจัยด้านรายได้

จากการศึกษางานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันในเขตสายไหม พบว่ารายได้ต่อเดือนมีไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการสนามเบดมินตัน ชัดแย้งกับงานวิจัยของกณิน กษมาดิถ (2556) ที่ศึกษาโอกาสของธุรกิจสนามเบดมินตันให้เช่าในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสที่จะตัดสินใจใช้บริการสนามเบดมินตันเป็นประจำมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า

2.5.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.5.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการ

สนามเบดมินตันพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามเบดมินตัน เพราะสนามมีการจัดอุปกรณ์เสริมและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ม้านั่ง เก้าอี้ โต๊ะวางประเป่า น้ำดื่ม ราวแขวน ไม้เบดมินตัน พัดลม โจร บอร์ด สำหรับเขียนคิว หรือปิดประกาศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันในลักษณะของความสะอาดของสนามและห้องน้ำ

2.5.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามเบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามเบดมินตันในเรื่องของอัตราค่าเช่าเรียนเบดมินตันที่มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตันในเขตสายไหม พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเบดมินตัน โดยผู้ใช้บริการคำนึงจากราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสนาม ราคาอุปกรณ์การเล่น และราคาอาหารและเครื่องดื่มภายในสนาม

2.5.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามเบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามเบดมินตัน ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำ การศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สนามแบดมินตันในเขตสายไหม ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการสนามแบดมินตันเช่นเดียวกัน

2.5.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตัน โดยผู้ใช้บริการ เลือกที่จะใช้บริการเพราะสนามแบดมินตันนั้น ได้มีการเชิญนักกีฬาทีมชาติที่มชื่อเสียงมาเล่นบ้างใน บางโอกาส เพื่อให้สมาชิกได้เห็นฝีมือในการเล่นจะได้พัฒนาฝีมือตนเองต่อไปมากที่สุด ซึ่งขัดแย้ง กับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำ การศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนาม แบดมินตันในเขตสายไหม ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ สนามแบดมินตันเลย

2.5.2.5 ปัจจัยด้านกระบวนการ(Process)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตัน โดยผู้ใช้บริการเลือกที่จะ ใช้บริการเพราะระยะเวลาที่เปิดและปิดทำการ ในการให้บริการมีความเหมาะสม ซึ่งขัดแย้งกับ งานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำ การศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนาม แบดมินตันในเขตสายไหม ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนาม แบดมินตันเลย

2.5.2.6 ปัจจัยด้านบุคคล (People)

วินัย ไพรพิสุทธิ์ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตัน โดยผู้ใช้บริการเลือกที่จะใช้ บริการเพราะผู้ฝึกสอนมีการแต่งกายที่เหมาะสมในการสอนแบดมินตัน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ รติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ทำ การศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตันในเขต สายไหม ที่พบว่าปัจจัยด้านบุคคลนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตันเลย

2.5.2.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

วินัย ไพรพิสุทธิ (2552) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาธุรกิจให้บริการสนามแบดมินตัน พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้นมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสนามแบดมินตัน โดย ผู้ใช้บริการเลือกที่จะใช้บริการเพราะสนามแบดมินตันมีการจัดจ หน่ายอุปกรณ์ที่มีความ เพียบพร้อม เช่น ไม้แบดมินตัน ลูกขนไก่หลากหลายราคา ผ้าพันค้ำม เสื้อผ้า มีบริการขึ้นเอ็น ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของรติรัตน์ ชลสวัสดิ์ (2556) ที่ได้ท าศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สนามแบดมินตันในเขตสายไหม ที่พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้นมีอิทธิพลต่อการใ้ บริการสนามแบดมินตัน ผู้ใช้บริการให้ความส าคัญในเรื่องของสถานที่จอดรถมีเพียงพอสำหรับผู้ มาใช้บริการ และความสว่างของไฟภายในสนาม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้มีการใช้แบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ห้ประมวลผล ผ่าน โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล
4. มาตรการตัวแปรต่างๆ และการทดสอบคุณภาพของมาตรวัด
5. การวิเคราะห์

ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นผู้เล่นกีฬาแบดมินตันในสนามแบดมินตัน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะใช้วิธีการคำนวณตามแนวคิดของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในจังหวัดนครราชสีมาโดยเป็นผู้เล่นกีฬาแบดมินตันในสนามแบดมินตัน ทำให้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)z^2e^2}{\dots}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$p =$ สัดส่วนของประชากรที่สนใจ ซึ่งในกรณีนี้ ค่า P เท่ากับ 0.5 เพราะไม่สามารถทราบค่า สัดส่วนของประชากร

$e =$ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ไม่เกิน 0.05

$z =$ ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า เท่ากับ 1.95 (มั่นใจ 95%)

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.98$

แทนค่า $n = 0.5(1-0.5)1.96^2/0.05^2$

$n = 0.25(3.8416)/0.0025$

$n = 0.9604/0.0025$

$n = 384.16$ หรือ n มีค่าประมาณ 385

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการในการวิจัยครั้งนี้ เท่า 385 ตัวอย่าง และเพื่อ สร้างความน่าเชื่อถือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกัวนต์ิเบดมินตันใน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi Stage Sample โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้เทคนิค Voluntary Response Sample เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก ของผู้วิจัยแบบหนึ่ง โดยอาศัยกลุ่มตัวอย่างเข้ามาอาสา โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม online ถาม โปรแกรมไลน์ และเฟสบุ๊ค แล้วให้กลุ่มตัวอย่างที่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในจังหวัด นครราชสีมา โดยเป็นผู้เล่นกีฬาเบดมินตันในสนามเบดมินตัน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้เทคนิค Snowball เพื่อใช้สำหรับกลุ่มประชากรที่ต้องการจะวิจัย และเข้าถึง ได้ยาก โดยให้คนที่ตอบแบบสอบถาม แนะนำ หรือส่งต่อให้ผู้อื่นตอบแบบสอบถาม เพื่อทำการเก็บ

ข้อมูลต่อไป โดยผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างที่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นผู้เล่นกีฬาแบดมินตันในสนามแบดมินตัน และตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ส่งแบบสอบถามให้กับคนรู้จักที่ อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นผู้เล่นกีฬาแบดมินตันในสนามแบดมินตัน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมา มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัย ทำงานหรือกำลังศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นผู้เล่นกีฬาแบดมินตันในสนามแบดมินตัน โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการได้ข้อมูลจากรายงาน วารสาร งานวิจัยที่มีผู้ที่สนใจได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ โดยผู้วิจัยได้มีการค้นคว้าข้อมูลจากวารสารทางวิชาการ, สารนิพนธ์, งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง, แนวคิดที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแบดมินตัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้มีการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้มีการมีกรนำแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดงานวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างข้อคำถาม ซึ่งมีทั้งหมด 5 ส่วน จำนวน 21 ข้อ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดเลือก เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียว ที่เป็น

ลักษณะคำถามที่คัดกรองเกี่ยวกับการใช้บริการก๊วนตีเบตมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีทั้งหมด 1 ข้อ ดังนี้

ท่านเคยใช้บริการธุรกิจก๊วนตีเบตมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งลักษณะของข้อมูลประเภท Nominal Scale ได้แก่

- เคย
- ไม่เคย (ปิดการสัมภาษณ์)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งมีทั้งหมด 5 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ เป็นลักษณะของข้อมูลประเภท Nominal Scale ได้แก่
 - เพศชาย
 - เพศหญิง
 - อื่นๆ
2. อายุ เป็นลักษณะของข้อมูลประเภท Ordinal Scale ได้แก่
 - น้อยกว่า 22 ปี
 - 22-60 ปี
 - มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นลักษณะของข้อมูลประเภท Ordinal Scale ได้แก่
 - ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ เป็นลักษณะของข้อมูลประเภท Ordinal Scale ได้แก่
 - นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 - ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน

- อื่นๆ
- 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะของข้อมูลประเภท Ordinal Scale โดยแสดงช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม ได้แก่
 - ยังไม่มีรายได้
 - ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 10,000-20,000 บาท
 - 20,001-30,000 บาท
 - 30,000-40,000 บาท
 - 40,001-50,000 บาท
 - มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันติเบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา
เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ซึ่งมีทั้งคำถามที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ และเลือกได้หลายคำตอบ จำนวน 1 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ (สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ)
 - 1-2 ครั้ง
 - 3-4 ครั้ง
 - 5 ครั้งขึ้นไป
2. ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย (สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ)
 - น้อยกว่า 100 บาท
 - 100-150 บาท
 - 151-200 บาท
 - 200 บาทขึ้นไป
3. วันที่เล่นเป็นประจำ (สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ)
 - วันธรรมดา
 - วันเสาร์-อาทิตย์
4. ระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง (สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ)

- 1 ชั่วโมง
- 2 ชั่วโมง
- 3 ชั่วโมง
- 4 ชั่วโมงขึ้นไป

5. ท่านใช้บริการธุรกิจกัณฑ์เบคมินตัน ใน จ.นครราชสีมา เพราะเหตุใด (สามารถเลือกตอบได้หลายข้อ)

- ออกกำลังกาย
- หาคู่
- เป็นแหล่งพบนัด
- ผักผ่อน

6. ท่านใช้บริการธุรกิจกัณฑ์เบคมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมา กับใคร (สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ)

- ตามลำพัง
- มากับเพื่อน
- มากับครอบครัว
- มากับคู่รัก

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกัณฑ์เบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา โดยประเมินตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่าเห็นด้วยกับข้อความนี้มากน้อยเพียงใด โดยใช้ระดับความคิดเห็นด้วยมาตรา 5 ระดับ (Rating Scale)

ระดับคะแนน 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับคะแนน 2 เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 3 เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 4 เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 5 เห็นด้วยมากที่สุด

เกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยได้ใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

ความกว้างของอันตรภาคชั้น = $\frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}$

จำนวนชั้น

$$= \frac{(5-1)}{5}$$

$$= 0.8$$

จึงสามารถแปลผลคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด 4.21 – 5.00 คะแนน

เห็นด้วยมาก 3.41 – 4.20 คะแนน

เห็นด้วยปานกลาง 2.61 – 3.40 คะแนน

เห็นด้วยน้อย 1.81 – 2.60 คะแนน

เห็นด้วยน้อยที่สุด 1.00 – 1.80 คะแนน

ไม่สามารถประเมินได้ 0 – 0.99 คะแนน

3.4 มาตรวัดตัวแปรต่างๆ และการทดสอบคุณภาพของมาตรวัด

มาตรวัดตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลในรูปแบบ Nominal, Ordinal ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ใช้มาตรวัดแบบ Scale

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการใช้บริการครั้งต่อไปท่านจะใช้บริการกับกวนตีแบดมินตันที่ท่านกำลังประเมินนี้ อีกหรือไม่

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยทดสอบ (Pre - test) กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha อยู่ที่ แสดงว่า แบบทดสอบนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

3.4.1 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .723 | 4 |

3.4.2 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านราคา (Price)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .714 | 2 |

3.4.3 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านสถานที่ (Place)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .817 | 2 |

3.4.4 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .708 | 2 |

3.4.4 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านบุคคล (People)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .710 | 2 |

3.4.4 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .832 | 4 |

3.4.4 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .705 | 4 |

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทางผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.5.1.1 ใช้การวิเคราะห์และแสดงผลสำหรับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกัณฑ์เบตมินตันในจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

3.5.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

3.5.2.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยนั้นจะใช้สถิติอ้างอิงหรือสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธการทดสอบสมมติฐานการวิจัย และใช้การทดสอบความเชื่อมั่นด้วย Cronbach' alpha

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๋วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ” ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ โดยทำการกระจายข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) ในรูปแบบ Google form และกำหนดขนาดตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ทางผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และหาข้อสรุปทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผลวิเคราะห์แบ่งเป็นส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๋วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) , ปัจจัยด้านราคา (Price), ปัจจัยด้านสถานที่ (Place), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านคน (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๋วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๋วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งก็คือ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ย โดยการแจกแจงความถี่และแสดงค่าร้อยละ รายละเอียดดังตารางที่ 4.1-4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------|-------|--------|
| ชาย | 282 | 70.5 |
| หญิง | 70 | 17.5 |
| อื่นๆ | 48 | 12 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศชาย จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 เพศหญิง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และเพศอื่นๆ 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| อายุน้อยกว่า 22 ปี | 61 | 15.3 |
| อายุ 22-60 ปี | 334 | 83.5 |
| อายุ 60 ปีขึ้นไป | 5 | 1.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ อายุ 22-60 ปี จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมา อายุน้อยกว่า 22 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 43 | 10.8 |
| ปริญญาตรี | 307 | 76.8 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 50 | 12.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 82 | 20.5 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 106 | 26.5 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 85 | 21.3 |
| อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 103 | 25.8 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน | 19 | 4.8 |
| อื่นๆ | 5 | 1.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนราชการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคืออาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| ยังไม่มีรายได้ | 67 | 16.8 |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 36 | 9.0 |
| 10,000-20,000 บาท | 76 | 19.0 |
| 20,001-30,000 บาท | 124 | 31.0 |
| 30,000-40,000 บาท | 63 | 15.8 |
| 40,001-50,000 บาท | 13 | 3.3 |
| มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป | 21 | 5.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือ รายได้มากกว่า 10,000-20,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และน้อยที่สุดคือ 4001-50,000 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัด นครราชสีมา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย วันที่เล่นเป็นประจำ ระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง ใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาเพราะอะไร ใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมา กับใคร สถานที่ใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาเป็นประจำ โดยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ รายละเอียดดังตารางที่ 4.6-4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อความถี่ของผู้ใช้บริการ

| ความถี่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ | 155 | 38.8 |
| 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ | 208 | 52.0 |
| 5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ | 37 | 9.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภคต่อความถี่ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และน้อยที่สุดคือ 5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย

| ค่าบริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 100 บาท | 15 | 3.8 |
| 100-150 บาท | 173 | 43.3 |
| 151-200 | 180 | 45 |
| 200 บาทขึ้นไป | 32 | 8 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภคต่ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่ายของผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ 151-200 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ 100-150 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และน้อยที่สุดคือน้อยกว่า 100 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อวันที่เล่นเป็นประจำ

| วันที่เล่นเป็นประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| วันธรรมดา | 342 | 85.5 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 58 | 14.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภคต่อวันที่เล่นประจำของผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการวันธรรมดา จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 และ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภครต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง

| ระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| 1 ชั่วโมง | 11 | 2.8 |
| 2 ชั่วโมง | 93 | 23.3 |
| 3 ชั่วโมง | 219 | 54.8 |
| 4 ชั่วโมงขึ้นไป | 77 | 19.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภครต่อระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เล่น 3 ชั่วโมง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ 2 ชั่วโมง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุดคือ 1 ชั่วโมง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภครต่อการใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบริคมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมาเพราะอะไร

| ใช้บริการเพราะเหตุใด | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| ออกกำลังกาย | 289 | 72.3 |
| หาคู่ | 6 | 1.5 |
| เป็นแหล่งพบนัด | 11 | 2.8 |
| พักผ่อน | 4 | 1.0 |
| ตอบมากกว่า 1 ข้อ | 90 | 22.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภครต่อการใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบริคมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมาเพราะอะไร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะออกกำลังกาย จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาคือตอบมากกว่า 1 ข้อ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และน้อยที่สุดคือพักผ่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการธุรกิจกึ่งนิติบุคคลมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมากับใคร

| ใช้บริการกับใคร | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| ตามลำพัง | 72 | 18 |
| มากับเพื่อน | 301 | 75.3 |
| มากับครอบครัว | 10 | 2.5 |
| มากับคูรัก | 17 | 4.3 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการธุรกิจกึ่งนิติบุคคลมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมากับใคร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการกับเพื่อน จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคือตามลำพัง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และน้อยที่สุดคือมากับครอบครัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้สนามที่ใช้บริการธุรกิจกึ่งนิติบุคคลมินตันในจังหวัดนครราชสีมาเป็นประจำ

| สนามที่ใช้บริการประจำ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| VS | 334 | 83.5 |
| ฟิค | 21 | 5.3 |
| สำราญ | 15 | 3.8 |
| มทร. | 26 | 6.5 |
| มทส. | 4 | 1 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้สนามที่ใช้บริการธุรกิจกึ่งนิติบุคคลมินตันในจังหวัดนครราชสีมาเป็นประจำ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการที่สนาม VS จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือสนาม มทร. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุดคือสนามมทส. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) , ปัจจัยด้านราคา (Price), ปัจจัยด้านสถานที่ (Place), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านคน (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา มีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ANOVA

ตารางที่ 4.3.1 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 3.077 | 2 | 1.539 | 5.321 | .005 |
| Within Groups | 114.788 | 397 | .289 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.1 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .005$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.2 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .181 | 2 | .091 | .569 | .567 |
| Within Groups | 63.178 | 397 | .159 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.2 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .567$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือเพศไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.3 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 4.286 | 2 | 2.143 | 5.261 | .006 |
| Within Groups | 161.692 | 397 | .407 | | |
| Total | 165.978 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.3 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .006$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.4 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .583 | 2 | .292 | .459 | .632 |
| Within Groups | 252.214 | 397 | .635 | | |
| Total | 252.797 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.4 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .632$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือเพศไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.5 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตัน
ในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.043 | 2 | .521 | 1.337 | .264 |
| Within Groups | 154.847 | 397 | .390 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.5 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .264$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือเพศไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.6 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตัน
ในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.042 | 2 | 1.021 | 3.075 | .047 |
| Within Groups | 131.820 | 397 | .332 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.6 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .047$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.7 เพศกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.322 | 2 | 1.161 | 3.651 | .027 |
| Within Groups | 126.240 | 397 | .318 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.7 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .027$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.8 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.757 | 2 | 1.379 | 4.755 | .009 |
| Within Groups | 115.108 | 397 | .290 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.8 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .009$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรืออายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.9 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตัน
ในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .583 | 2 | .092 | 1.845 | .159 |
| Within Groups | 62.776 | 397 | .158 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.9 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .157$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.10 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .896 | 2 | .493 | 1.186 | .306 |
| Within Groups | 164.991 | 397 | .416 | | |
| Total | 165.977 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.10 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .306$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.11 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .847 | 2 | .423 | .667 | .514 |
| Within Groups | 251.951 | 397 | .635 | | |
| Total | 252.797 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.11 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .514$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.12 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .364 | 2 | .182 | .465 | .628 |
| Within Groups | 155.526 | 397 | .392 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.12 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .628$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.13 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.080 | 2 | .540 | 1.615 | .200 |
| Within Groups | 132.782 | 397 | .334 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.13 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .200$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.14 อายุกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.080 | 2 | .540 | 1.682 | .187 |
| Within Groups | 127.482 | 397 | .321 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.14 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .187$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออายุไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.15 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.727 | 2 | .863 | 2.951 | .053 |
| Within Groups | 116.138 | 397 | .293 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.15 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .053$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือการศึกษาไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.16 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .245 | 2 | .123 | .771 | .463 |
| Within Groups | 63.114 | 397 | .159 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.16 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .463$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือการศึกษาไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.17 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .140 | 2 | .070 | .168 | .846 |
| Within Groups | 165.837 | 397 | .418 | | |
| Total | 165.978 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.17 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .846$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือการศึกษาไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.18 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| Between Groups | 16.228 | 2 | 8.114 | 13.617 | <.001 |
| Within Groups | 236.569 | 397 | .596 | | |
| Total | 252.798 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.18 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = <.001$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.19 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .746 | 2 | .373 | .954 | .386 |
| Within Groups | 155.144 | 397 | .391 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.19 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .386$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือการศึกษาไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.20 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.712 | 2 | 1.356 | 4.105 | .017 |
| Within Groups | 131.150 | 397 | .330 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.20 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .017$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.21 การศึกษากับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .906 | 2 | .453 | 1.409 | .246 |
| Within Groups | 127.656 | 397 | .322 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.21 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .246$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือการศึกษาไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.22 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.727 | 5 | .638 | 2.192 | .054 |
| Within Groups | 116.138 | 394 | .291 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.22 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .054$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออาชีพไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.23 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .245 | 5 | .130 | .814 | .540 |
| Within Groups | 63.114 | 394 | .159 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.23 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .540$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออาชีพไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.24 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .140 | 5 | .933 | 2.279 | .046 |
| Within Groups | 165.837 | 394 | .409 | | |
| Total | 165.978 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.24 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .046$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรืออาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.25 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | 16.228 | 5 | .585 | .923 | .466 |
| Within Groups | 236.569 | 394 | .634 | | |
| Total | 252.798 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.25 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .466$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรืออาชีพไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.26 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .746 | 5 | 1.107 | 2.900 | .014 |
| Within Groups | 155.144 | 394 | .382 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.26 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .014$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรืออาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.27 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Between Groups | 2.712 | 5 | 1.490 | 4.643 | <.001 |
| Within Groups | 131.150 | 394 | .321 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.27 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = <.001$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรืออาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.28 อาชีพกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดี
แบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | .906 | 5 | 1.174 | 3.770 | .002 |
| Within Groups | 127.656 | 394 | .311 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.28 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .002$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรืออาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.29 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 3.551 | 6 | .592 | 2.035 | .060 |
| Within Groups | 114.314 | 393 | .291 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.29 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .060$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.30 รายได้ต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Between Groups | 3.583 | 6 | .597 | 3.927 | <.001 |
| Within Groups | 59.776 | 393 | .152 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.30 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = <.001$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.31 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วน
ดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 7.395 | 6 | 1.233 | 3.055 | .006 |
| Within Groups | 158.582 | 393 | .404 | | |
| Total | 165.978 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.31 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .006$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.32 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วน
ดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 5.082 | 6 | .847 | 1.344 | .237 |
| Within Groups | 247.715 | 393 | .630 | | |
| Total | 252.797 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.32 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .237$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.33 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วน
ดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 3.473 | 6 | .579 | 1.492 | .179 |
| Within Groups | 152.417 | 393 | .388 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.33 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .179$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.34 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 4.766 | 6 | .794 | 2.418 | .026 |
| Within Groups | 129.096 | 393 | .328 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.34 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .026$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.35 รายได้ต่อเดือนกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | 1.001 | 6 | .167 | .514 | .798 |
| Within Groups | 127.561 | 393 | .325 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.35 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .798$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือรายได้ต่อเดือนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตัน

ในจังหวัดนครราชสีมา มีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3.36 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .350 | 2 | .175 | .592 | .554 |
| Within Groups | 117.515 | 397 | .296 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.36 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .554$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.37 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.821 | 2 | .910 | 5.872 | .003 |
| Within Groups | 61.539 | 397 | .155 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.37 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .003$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกวนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.38 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.458 | 2 | .729 | 1.760 | .173 |
| Within Groups | 164.519 | 397 | .414 | | |
| Total | 165.978 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.38 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .173$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.39 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.457 | 2 | 1.229 | 1.948 | .144 |
| Within Groups | 250.340 | 397 | .631 | | |
| Total | 252.797 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.39 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .144$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.40 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .704 | 2 | .352 | .901 | .407 |
| Within Groups | 155.186 | 397 | .391 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.40 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .407$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.41 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.065 | 2 | 1.032 | 3.110 | .046 |
| Within Groups | 131.798 | 397 | .332 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.42 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .046$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.42 ความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|------|------|
| Between Groups | .642 | 2 | .321 | .996 | .370 |
| Within Groups | 127.921 | 397 | .322 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.42 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .370$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือความถี่ที่ใช้บริการต่อเดือน ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.43 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.672 | 3 | .891 | 3.061 | .028 |
| Within Groups | 115.193 | 396 | .291 | | |
| Total | 117.865 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.43 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .028$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านผลิตภัณฑ์ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.44 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.794 | 3 | .598 | 3.847 | .010 |
| Within Groups | 61.565 | 396 | .155 | | |
| Total | 63.359 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.44 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .010$ แสดงว่าพบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.45 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ที่ใช้บริการต่อเดือน กับอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านสถานที่

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 3.447 | 3 | 1.149 | 2.800 | .40 |
| Within Groups | 162.530 | 396 | .410 | | |
| Total | 165.977 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.45 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .40$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านราคา นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.46 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 3.252 | 3 | 1.084 | 1.720 | .162 |
| Within Groups | 249.546 | 396 | .630 | | |
| Total | 252.798 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.46 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .162$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านการส่งเสริมการตลาด นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.47 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.487 | 3 | .829 | 2.140 | .095 |
| Within Groups | 153.403 | 396 | .387 | | |
| Total | 155.890 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.47 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .095$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านกระบวนการ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.48 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 2.162 | 3 | .721 | 2.167 | .091 |
| Within Groups | 131.701 | 396 | .333 | | |
| Total | 133.862 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.48 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .091$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านบุคคล นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.3.49 ค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย กับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 1.533 | 3 | .511 | 1.593 | .190 |
| Within Groups | 127.029 | 396 | .321 | | |
| Total | 128.562 | 399 | | | |

จากตารางที่ 4.3.49 ผลวิเคราะห์ One-way Anova ปรากฏว่า ค่าสถิติทดสอบ $P = .190$ แสดงว่าไม่พบความแตกต่างหรือค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกึ่งวันดีแบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาด้านลักษณะทางกายภาพ นี้ อย่างมีนัยสำคัญ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ด้วยการใช้ปัจจัยทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัย ด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจ าหน่าย ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัย ด้านบุคคล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบกับลักษณะของประชากรศาสตร์ที่ใช้ใน การตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ย อาชีพ ระดับการศึกษา และการ ทบวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยที่มีก่อนหน้านี้ ทั้งในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน หรือ ศึกษาในเรื่องที่คล้ายกัน เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามนั้น จากนั้นจึงนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ทำให้สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จากการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จำนวนผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด โดยลักษณะประชากรพบว่า ร้อยละ 70.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 17.5 เป็นเพศหญิง และเพศอื่นๆ ร้อยละ 12 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 22-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 83.5 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.8 เป็นพนักงานบริษัทร้อยละ 26.5 และส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,001-30,000 บาท คิด เป็นร้อยละ 31

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมา จากการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 52.0 ค่าเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องจ่าย 151-200 บาท ต่อครั้ง วันที่เล่นเป็นประจำของผู้ใช้บริการวันธรรมดา 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 ระยะเวลาเฉลี่ยที่เล่นต่อครั้ง 3 ชั่วโมง 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 ใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันเพราะออกกำลังกาย 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันกับเพื่อน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 และสนามที่ใช้บริการธุรกิจก๊วนตีแบบมินตันในจังหวัดนครราชสีมาคือสนาม VS จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตันในจังหวัด

นครราชสีมา

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำไปพัฒนาและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด นอกจากนี้ปัจจัยดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในปัจจุบันต่อธุรกิจ กอล์ฟแบดมินตัน ซึ่งจากการสำรวจนั้น สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยด้านความพร้อม คุณภาพ ราคาของสนามแบดมินตัน และความใส่ใจในการบริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความพร้อม คุณภาพ ราคาของสนามแบดมินตัน และความใส่ใจในการบริการของพนักงานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามแบดมินตัน เนื่องจาก ผู้ที่สนใจเล่นกีฬาแบดมินตันหรือนักกีฬาแบดมินตันคาดหวังว่าจะได้ใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตันที่มีความพร้อมของสนามแบดมินตัน อาทิ เช่น สนามแบดมินตันมีแสงสว่างเพียงพอไม่เป็นอุปสรรคต่อการเล่น ,สนามแบดมินตันมีอุปกรณ์จำหน่ายหรือให้เช่าในราคาที่เหมาะสม เนื่องจากนักกีฬาแบดมินตันอาจจะ ต้องใช้บริการซ่อมแซมอุปกรณ์ ,สนามแบดมินตันที่มีความพร้อมในเรื่องของอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับบริการ ,สนามแบดมินตันมีบริการห้องน้ำที่สะอาดเนื่องจากนักกีฬาต้องเปลี่ยนเสื้อผ้าสำหรับ เล่นกีฬา รวมถึงการมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอสะดวกต่อผู้ใช้บริการ

5.1.3.2 ปัจจัยด้านกระบวนการและความรู้ของพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการและความรู้ของพนักงานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจาก ปัจจุบันระบบการจองกอล์ฟแบดมินตันผ่านโทรศัพท์หรือจองผ่าน ระบบออนไลน์ช่วยให้กระบวนการการจองกอล์ฟแบดมินตันสะดวกสบายมากขึ้น สร้างความมั่นใจ ให้กับผู้ใช้บริการว่าเมื่อเดินทางมาถึงสนามจะมีกอล์ฟแบดมินตันให้สามารถใช้บริการ ปัจจัยด้าน ความรู้ของพนักงานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการกอล์ฟแบดมินตันเนื่องจากผู้ใช้บริการมักต้องการ คำแนะนำ อาทิเช่น วิธีการเลือกใช้อุปกรณ์แบดมินตันให้เหมาะสมกับวิธีการเล่นแบดมินตันในรูปแบบต่างๆ

5.1.3.3 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้วยการใช้การ วิเคราะห์ Independent Sample test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกอล์ฟแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน โดย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจะมีการตัดสินใจใช้บริการ

มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเบดมินตันเป็นกีฬาที่ต้องมีความเคลื่อนไหวที่รวดเร็ว และใช้แรงค่อนข้างมาก สรีระของผู้ชายจึงเอื้อต่อกีฬานี้มากกว่าผู้หญิง และเพศชายสนใจกีฬาในรูปแบบของการแข่งขันแบบจริงจังมากกว่าจึงใส่ใจ ในการเลือกสนามเบดมินตันมากกว่าเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพและความครบครันในสนามเบดมินตัน

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากผลการวิจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกธุรกิจกอล์ฟเบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมาและปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยใหม่ได้นั้น สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรับรู้และนำข้อมูลงานวิจัยนี้ไปใช้ในการพิจารณาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดธุรกิจกอล์ฟเบดมินตันที่มีการแข่งขันกันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาการกอล์ฟเบดมินตันและการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อสรุปและข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟเบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันนั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกอล์ฟเบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา เพราะธุรกิจกอล์ฟเบดมินตันมีผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีผู้ใช้บริการหลากหลายรูปแบบเพราะฉะนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาด้านการตลาด การบริการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อรักษากลุ่มผู้ใช้บริการเดิมและเพื่อเพิ่มกลุ่มผู้ใช้บริการใหม่ให้หันมาใช้บริการธุรกิจกอล์ฟเบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมามากยิ่งขึ้นสนาม ซึ่งผู้ประกอบการควรคำนึงถึงเพศชายเป็นพิเศษ เน้นอุปกรณ์ที่เหมาะสม สำหรับผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ เช่น ผู้ชายมักจะใช้ไม้เบดมินตันที่มีลักษณะก้านแข็ง ส่วนปลายหนัก สำหรับเกมรุก รายละเอียดพวกนี้ควรใส่ใจ และจัดจำหน่ายอุปกรณ์ตามความต้องการให้หลากหลาย ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ควรมีอุปกรณ์สำหรับเพศหญิงไว้ด้วย

5.2.2 ปัจจัยด้านความพร้อม คุณภาพ ราคาของธุรกิจกัวนตีแบดมินตัน และความใส่ใจในการบริการของพนักงาน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความพร้อมของสนามกีฬาที่มีคุณภาพที่ดี พื้นสนามแบดมินตันควรมีคุณภาพดีเพียงพอต่อการใช้งาน แสงสว่างรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆต้อง พร้อมใช้งาน หากผู้ประกอบการธุรกิจกัวนตีแบดมินตันที่ใช้บริการไม่มีความพร้อม จะส่งผลให้ผู้ประกอบการสูญเสียลูกค้า

5.2.3 ปัจจัยด้านกระบวนการและความรู้ของพนักงาน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ ในเรื่องระบบการจองสนามแบดมินตันผ่านระบบต่างๆ อาทิเช่น ระบบโทรศัพท์หรือระบบออนไลน์เพื่อสร้างความ สะดวกต่อผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการความมั่นใจว่าสามารถใช้บริการสนามแบดมินตันได้ ตรงตามเวลาที่ต้องการ

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

ในการกระจายแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามที่สร้างจาก Google Form ผ่าน โซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook Line เป็นต้น ทำให้กลุ่มประชากรเป็นกลุ่มคนที่ เล่นสื่อออนไลน์ดังกล่าวเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างของประชากรเป้าหมายจึงไม่ค่อยกระจายตัว ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนของงานวิจัยได้ นอกจากนี้ ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามนั้นค่อนข้างมีเวลาจำกัด ด้วยจำนวนแบบสอบถาม 400 ชุด จึงอาจทำให้มีผลคลาดเคลื่อนในการนำไป อ้างอิงกลุ่มประชากรได้ นอกจากนี้ข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นการสำรวจจากปี พ.ศ. 2564 ดังนั้นผู้ที่จะนำข้อมูลวิจัยชุดนี้ไปใช้ควรระมัดระวังการนำข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลเชิงสถิติ อื่นๆ ที่เชื่อมโยงไปสู่การบริการ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาได้

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเรื่อง

เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกัวนตีแบดมินตันจึงควรอาศัย การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อความหลากหลาย เช่น การสนทนา กลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม กับกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจกัวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา ควรศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกัวนตีแบดมินตันในจังหวัดนครราชสีมา โคนเจาะจงลงในแต่ละสนามในพื้นที่ เพื่อทราบความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกัวนตีแบดมินตันที่

แตกต่างกันของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ ควรขยายระยะเวลาในการศึกษาวิจัยให้มากขึ้น เนื่องจาก ในการวิจัยเชิงคุณภาพและ ปริมาณนั้น ผู้วิจัยควรมีการแบ่งระยะเวลาในการทำงานวิจัย เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และลงพื้นที่สำรวจตลาด มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามและจัดทำกลุ่มสนทนา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาสนามเบคมินตันและการทำความเข้าใจในตลาดเบคมินตัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟเบคมินตันใน จังหวัดนครราชสีมาโดนเจาะจงลงในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อทราบความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกอล์ฟเบคมินตัน ในจังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกันใน ผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ ควรขยายระยะเวลาในการศึกษาวิจัยให้มากขึ้น เนื่องจาก ในการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยควรมีการแบ่งระยะเวลาในการทำงานวิจัย มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามและจัดทำกลุ่มสนทนา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมต่อการพัฒนาบริการธุรกิจกอล์ฟเบคมินตันในจังหวัดนครราชสีมาและการทำความเข้าใจในตลาดเบคมินตัน