

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรใน
พื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร**

**Factors affecting the choice of security service companies for housing estates
in Bangkok**

บุษรา เสนสม

โครงการ IT-Smart คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Butsara Sensom

6514193133@ru.ac.th

M.B.A. for IT-Smart Program, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้พักอาศัยที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยมากที่สุด

คำสำคัญ : บริการ, บริษัทรักษาความปลอดภัย, บ้านจัดสรร

Abstract

This research aimed to study the demographic factors affecting the choice of security services of housing estates in Bangkok. Additionally, the research aims to study the marketing mix factors that influence the selection of security services of housing estates in Bangkok. The sample group consists of residents with decision-making authority regarding the use of security services for gated communities in the Bangkok area, with a sample size of 400 individuals. This research is a quantitative study using a survey research design, with questionnaires as the tool for data collection from the sample group. The statistical methods used for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The research findings indicate that the demographic factor of average monthly income affects the selection of security service company services in housing estates in Bangkok statistically significant at the 0.05 level. The marketing mix factors of product, price, service channels and promotion have a statistically significant effect on the decision to use security services company at the 0.05 level. The product marketing mix factor has the greatest impact on the decision to use security services.

Keywords : Services, Security Company, housing estates

บทนำ

ภาพรวมของปี 2566 สถานการณ์ตลาดด้านที่อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯ-ปริมณฑล พบว่าอุปทานใบอนุญาตจัดสรรที่ดินมีจำนวนหน่วยเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 8.0 และพบว่าทาวน์เฮ้าส์มีสัดส่วนใบอนุญาตจัดสรรที่ดินมากที่สุดร้อยละ 41.8 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยวร้อยละ 35.5 และบ้านแฝดร้อยละ 18.1 ตามลำดับ และอสังหาริมทรัพย์ด้านที่พักอาศัยเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับประชากร และเศรษฐกิจไทย ณ ปัจจุบันในไตรมาสที่สองของปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 2.3 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวในไตรมาสแรก ของปี 2567 (%YoY) รวมครึ่งแรกของปี 2567 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 1.9 โดยจากข้อมูลข้างต้น นั้นจะเป็นได้ว่าแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้น และขยายตัว โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์สำหรับพักอาศัย

ประกอบกับธุรกิจรักษาความปลอดภัย ณ ปัจจุบัน เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากเป็นธุรกิจที่ จำเป็นและสามารถเติบโตได้ในอนาคตสำหรับลูกค้าทั้งภาครัฐและเอกชน และมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่ม มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม, โรงงาน, โกดัง, โรงแรม อพาร์ทเมนต์, คอนโด หรือ หมู่บ้านจัดสรร เป็นต้น ประกอบกับปัจจุบัน สถิติฐานความปิดคดีอาญา (คดี 4 กลุ่ม) ในกลุ่มฐาน ความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ และฐานความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ ที่มีสถิติที่เพิ่มขึ้นในปี 2566 นั้น ความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญในชีวิต ทุกที่ล้วนต้องการความปลอดภัยแก่ชีวิต และทรัพย์สิน จึงมี ความต้องการว่าจ้างการรักษาความปลอดภัย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษามองว่าเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจรักษาความปลอดภัยที่จะตอบสนองแก่ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจาก งานรักษาความปลอดภัยมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อหมู่บ้านจัดสรร เพราะสามารถช่วยปกป้องทั้งชีวิตและทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้พักอาศัยที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

สมมติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
 - 1.1. เพศมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร
 - 1.2. อายุมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร
 - 1.3. สถานภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร
 - 1.4. ระดับการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
 - 1.5. รายได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

- 2.1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
- 2.2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
- 2.3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ ท่าเล ที่ตั้ง มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
- 2.4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

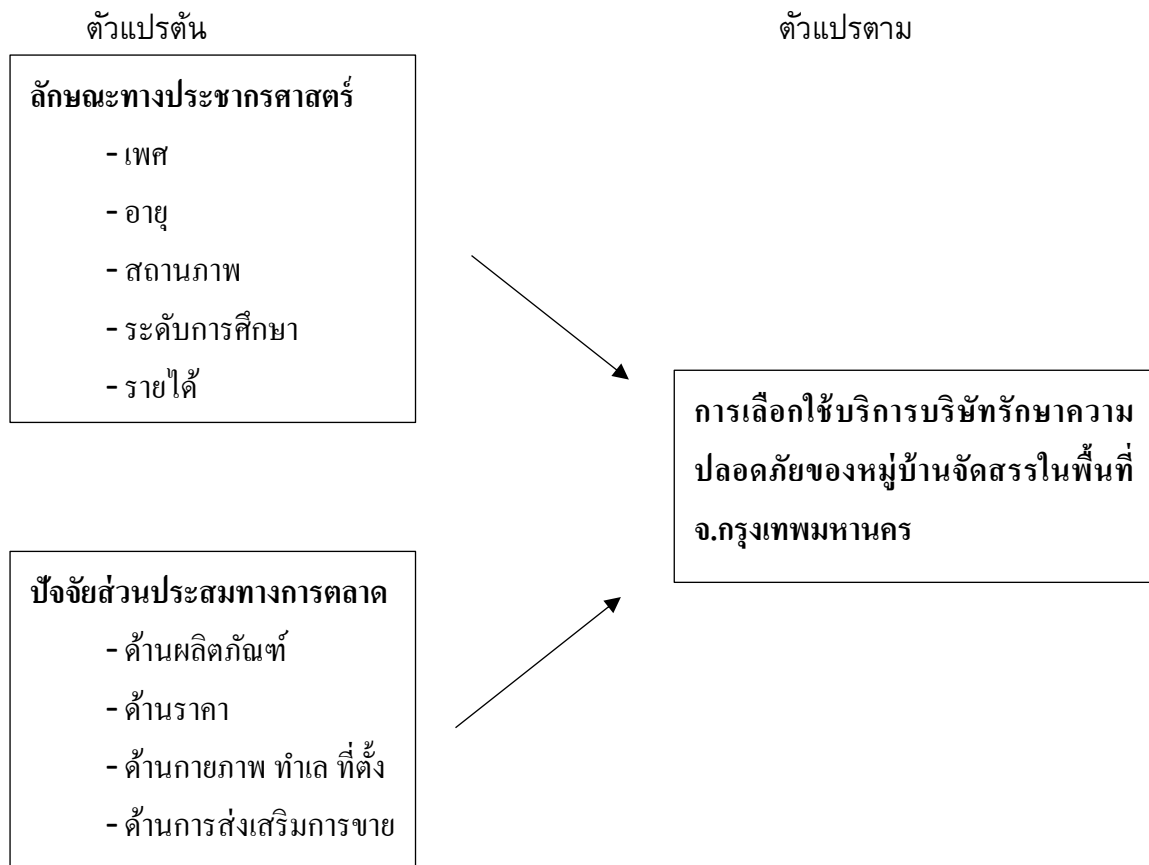
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเอาความหลากหลายที่แตกต่างเกี่ยวกับส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ตำแหน่งงาน ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย เป็นต้น ซึ่งแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคล และสามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมและการแสดงออกที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างเช่นกัน (ธัญพร, 2561) ซึ่งตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมที่จะนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคคลและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ (ลลิตา, 2561) และส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), การจัดจำหน่าย (Place), การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2555)

กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นประชากรที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ จ. กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 400 ราย แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัย โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

โดยเมื่อจัดทำแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ได้ทำการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถาม (Try out) จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบ์คอัลฟา (Cronbach's Alpha) พบว่ามีค่ามากกว่า 0.07 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นใน

การนำไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทำการเก็บข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะทำการใส่รหัสข้อมูลเพื่อนำมาทำการประมวลผลวิเคราะห์ผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชกร ภัทรโสภณวานิช (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภค พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการงานรักษาความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวศุทธิ ตรีตรอง และ ปาลิตา ศรีศรท้าวพล (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติ

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

1.1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรเน้นการบริการให้มีคุณภาพ ให้บริการมีความเข้มแข็ง และมีการกำหนดความรับผิดชอบของพนักงานให้ชัดเจน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

1.2. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้สอดคล้องเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในด้านราคาที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

1.3. ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญถึงความสะดวกในการติดต่อบริษัท ให้เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในด้านช่องทางการให้บริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

1.4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการสนับสนุนอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเพิ่มเติมจากสัญญาจ้าง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ จ.กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการบริษัทรักษาความปลอดภัยเพื่อจะได้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการในการบริหารจัดการและสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2. เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในธุรกิจรักษาความปลอดภัยมีหลายกลุ่ม หลายประเภท ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มลูกค้าอื่นๆ เช่น กลุ่มอสังหาริมทรัพย์อาคารสูง, อุตสาหกรรม เป็นต้น

บรรณานุกรม

1. หนังสือพิมพ์ข่าวสด. (2567). ส่องทิศทางอสังหาฯปีหน้า ตลาดยังต้องเผชิญปัจจัยลบเดิมๆ. 15 กรกฎาคม 2567, ส่องทิศทางอสังหาฯปีหน้า ตลาดยังต้องเผชิญปัจจัยลบเดิมๆ (reic.or.th)
2. กองยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, ภาวะเศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่สองของปี 2567 และแนวโน้มปี 2567, (สิงหาคม 2567): 1-3.
3. ระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2566). สถิติฐานความผิดคดีอาญา (คดี4 กลุ่ม) หน่วยงาน ทั่วประเทศ. 15 กรกฎาคม 2567, <http://thaicrimes.org/crimestat/>
4. คัตตะ สังขพิมพ์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัท รักษาความปลอดภัย ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตอำเภอกระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
5. วรุต มณีมาโรจน์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัท รักษาความปลอดภัย ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
6. การจัดการตลาด. (2564). แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. 8 สิงหาคม 2567, PowerPoint Presentation (ssru.ac.th)
7. อนุศักดิ์ ฉันทไพศาล, พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
8. จุฬารัตน์ เณรศิริ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
9. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix). (2555). ความหมายและองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด. 8 สิงหาคม 2567, http://publicandprivategolfcourses.blogspot.com/2012/12/blog-post_3290.html
10. ธนยศพร กวีปริบูรณ์. (2561). ลักษณะทางประชากรแรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซในเขตกรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
11. ผศ.เพ็ญสิน ชวนะคุรุ และไศจิรา ทองตัน, หลักการตลาด, แปลโดย ผศ.ดร.นันทสारी สุขโต และคนอื่นๆ (กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2560), หน้า 89.
12. ลลิตา พุทธชาติ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง ในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
13. นัสรีน มะรานอ และคนอื่นๆ. “ปัจจัยประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ กรณีศึกษา Shopee ในจังหวัดสงขลา” ใน รายงานการประชุมภาคใหญ่วิชาการ

ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13, วันที่ 12 พฤษภาคม 2565, การประชุม: Online Conference, หน้า 2866-2882.

14. รัชทนล ศรีทองเดิม. (2566). วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์แอนด์เฮ้าส์. ใน ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน). ธุรกิจรักษาความปลอดภัย. หน้า 1-2.
15. ณัฐชากร แก้วเกตุ. (2561). การใช้บังคับกฎหมายว่าด้วยธุรกิจรักษาความปลอดภัย. นิตยสาร มหাবัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
16. กชพร ภัทรโสภณวานิช. (2565). ปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภค. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
17. ภาวศุทธิ ตรีตรอง และปาลิดา ศรีศรกำพล. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลือกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.