

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
18 สิงหาคม 2561



สารจากประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ เป็นสาขาวิชา ที่มุ่งเน้นคุณภาพทางวิชาการตลอดมา การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการเพื่อเสนอผลงานวิจัย จึงถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ได้นำเสนอผลงานวิจัยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อค้นพบและนวัตกรรมใหม่ รวมทั้งสร้างประสบการณ์ด้านการวิจัยอันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพทางวิชาการให้กับนักศึกษาของสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

การจัดประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยของสาขาวิชา ถือเป็นการจัดประชุมเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา บทความทุกบทความที่นำเสนอได้รับการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย จึงเป็นการประกันคุณภาพสำหรับการใช้เป็นหลักฐานประกอบการขอสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานของหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

การประชุมครั้งนี้ ได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากบุคลากรของสาขาวิชา หน่วยงานและสถาบันต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ในฐานะของประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ จึงขอขอบพระคุณคณาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ หน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งนักศึกษาที่ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือให้การจัดประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่านจะได้รับประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ



การประชุมวิชาการระดับชาติด้านวิทยาการจัดการ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ครั้งที่ 5 วันที่ 18 สิงหาคม 2561

ณ ห้องประชุมอาคารพิทยพัฒน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
18 สิงหาคม 2561

การประชุมวิชาการระดับชาติ
ด้านวิทยาการจัดการ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ครั้งที่ 5
วันเสาร์ที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2561
ณ ห้องประชุมอาคารพิทยพัฒน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

12.00 – 13.00 น.	ลงทะเบียน
13.00 – 16.00 น.	ห้องประชุมกลุ่มย่อย
	ห้องที่ 2 ด้านอื่นๆ
	ห้องที่ 6 การตลาด
	ห้องที่ 7 การตลาด
	ห้องที่ 8 การตลาด
	ห้องที่ 9 การเงินและการบัญชี
	ห้องที่ 10 การเงินและการบัญชี
	ห้องที่ 11 การท่องเที่ยวและบริการ
	ห้องที่ 12 การจัดการ
16.00 – 16.30 น.	พิธีปิดตามห้องประชุมกลุ่มย่อย

สารบัญ

	หน้า
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกล่องกระดาษลูกฟูกของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา	246
วารินทร์ เกษสุข และ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญกุล	
ความตั้งใจด้านพฤติกรรมต่อโรงแรมราคาประหยัดในเขตจังหวัดจันทบุรี	257
ธิดิธิ คำอาจ และศุภลลิตา เลิศบัวสิน	
ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการจักรยานยนต์รับจ้างผ่านแอปพลิเคชัน GrabBike ของผู้โดยสารในจังหวัดปทุมธานี	266
กลชาญ เอมวงศ์ และ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญกุล	
อิทธิพลของการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง ความเชื่อถือและค่านิยมของผู้บริโภคต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติสำหรับใช้กับร่างกายของผู้บริโภค	279
กานต์สินี แสนประสิทธิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม	
คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ยื่นแบบเสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร	289
วรรณกานต์ มาลัยทอง และ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญกุล	
ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกล่องพัสดุ EarthBox ผ่านช่องทางออนไลน์	302
พิมพ์พร สุวรรณรัตน์ และ ดร.ณกมล จันทร์สม	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม	310
ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย ดร.วาสนา บุตรโพธิ์ จารุวรรณ ดวงจินดา และจุฑารัตน แสงงาม	
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในจังหวัดนครปฐม	320
ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย นพดล มณีรัตน์ ณัฐวรา ธรรมปาลกุล และสุทธวิงศ์ สุวรรณหงส์	
การใช้เทคนิคการพยากรณ์ระยะสั้นในการพยากรณ์ยอดขาย LPG ของสถานีบริการสยามแก๊สในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	332
มกรดา จ้อสุระเชษฐ์ และจิราภรณ์ สุธัมมสภา	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์สำหรับผู้สูงอายุของผู้บริโภค	346
อัจฉรา ทองศิริ และ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญกุล	
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงเบียร์เยอรมันตะวันแดง กรณีศึกษาสาขารามอินทรา	357
ดนิดา วุฒิจูติการ และ ดร.พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญกุล	
ปัจจัยคุณภาพอาหาร บรรยากาศ และคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าร้านอาหารบนคาเฟ่อาคารในกรุงเทพมหานคร	370
วิรัตน์ คล้ายสุขพงษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม	
บริหารธุรกิจ - การท่องเที่ยวและบริการ	
การศึกษาเบื้องต้นการจ้างงานผู้สูงอายุในโรงแรมเครือข่ายไทย	381
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจตร	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ สุรเดช หวังทอง และกัลยณัฐ กิตติพงศ์พิทยา	

การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
18 สิงหาคม 2561

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม
Factors Affecting on the Marketing Mixed with Healthy Food Hydroponics Vegetable Section of Consumers Buying Decision in Nakhon Pathom

ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย (Dr.Wisit Rittiboonchai)¹

ดร.วาสนา บุตรโพธิ์ (Dr.Wassana Bootpo)²

จารุวรรณ ดวงจินดา (Jarawan Duangjinda)³

จุฑาวรรณ แสงงาม (Jutavan Sangngam)⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกลุ่มผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกลุ่มผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เคยตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิกส์ใน จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย วิเคราะห์ผลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกลุ่ม ผักไฮโดรโปนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมจะมีความแตกต่างกันในด้าน อายุ การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพกลุ่ม ผักไฮโดรโปนิกส์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม ประกอบไปด้วย ราคา ($\beta = 0.12$) และการประชาสัมพันธ์ ($\beta = 0.67$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้ $Y = 0.64 + 0.03 X_1 + 0.19 X_2 + 0.11 X_3 + 0.75 X_4$ สมการดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 54

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ ผักไฮโดรโปนิกส์

Abstract

This research aims to: 1) To compare the consumers buying decision with the healthy food hydroponics vegetables section of consumers in Nakhon Pathom by personal factors and 2) To study the influence of marketing mixed on the consumers buying decision with the healthy food hydroponics vegetables section of consumers in Nakhon Pathom. The research sample was a consumer who had decided to buy hydroponics vegetables in Nakhon Pathom. The questionnaire was used as a tool for the study. To analyze the results using frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA. And multiple regression analysis.

The results of this research are as follows: 1) The decision to purchase hydroponics vegetables in Nakhon Pathom province is different in terms of age and education at 0.05 level. Influence of marketing mix on consumers' decision to buy hydroponics vegetables in Nakhon Pathom province was as follows ($\beta = 0.12$) and

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

² อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตร (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

³ นักศึกษามัธยมศึกษา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

⁴ นักศึกษามัธยมศึกษา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

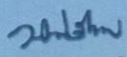


สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
เกียรติบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

วาสนา บุตรโพธิ์

ได้ผ่านการนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการ
วันที่ ๑๘ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

ณ ห้องประชุม อาคารพิทยพัฒน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๘ เดือน สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๖๑


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีรวม)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ