



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559

ณ โรงแรมสีมารानी นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน  
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ  
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้  
ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- |   |  |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี             |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล      | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี             |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย      | มหาวิทยาลัยบูรพา                               |
| 5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์                 | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 6. ดร.ยงยุทธ สวงนวม                           | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี             | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี      |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์    | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี      |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์      | มหาวิทยาลัยศิลปากร            |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์      | มหาวิทยาลัยศิลปากร            |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง           |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร .ไพโรจน์ วิไลนุช      | มหาวิทยาลัยหอการค้า           |





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- |   |   |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล        | ข้าราชการบำนาญ                                      |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ                   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 10. รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน           | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา                   |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์         | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์   | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิศารีย์ ธนารักษ์    | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์                                |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตติมา พลัฒ์พลิง       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลัฒ์พลิง       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสินี บุญมีศรีสง่า    | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ              | มหาวิทยาลัยเกษตร                                    |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์                  | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                                |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์            | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร                      | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ                    | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล                     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย         | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสสิต                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ                      | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์                | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา               | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ                    | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์                                |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์               | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า                           |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                      |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์          | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                                   |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง                         | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา                                | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ                         |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ                          | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)                           |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา                                 | บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด                  |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์                  | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด                   |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลีอมงคล   | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์                      | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ              | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



**ความต้องการซื้อข้าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของนักศึกษา  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี**  
**The Consumption Demand on Packed Lunch Vending Machine of Faculty of  
 Management Science Students at Silpakorn University Phetchaburi IT Campus**

**จอมภักดิ์ คลังระหัด\* ตวันนา สมตณ\*\***

**Chombhak Klangrahad\* Tawanna Somton\*\***

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วน  
 ประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อข้าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ  
 ตัวอย่างที่ใช้คือกลุ่มนักศึกษาที่เคยบริโภคสินค้าจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ จำนวน 400 คน  
 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.955 และมีการตรวจสอบ  
 ความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิง  
 พรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์  
 การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตู้จำหน่ายสินค้า  
 อัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มี  
 ความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อข้าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในระดับมาก โดยมีค่า  
 $R=0.549$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**คำสำคัญ:** ความต้องการซื้อ ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

\* อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



**Abstract**

The purposes were to study the consumption demand on packed lunch from vending machine. The samples were 400 students who consumed products or services from vending machine. Questionnaire with reliability 0.955 was used to collect data. The data was analyzed by describe quantitative statistics analysis. The results showed that the marketing mix: product, price, place and promotion related to the consumption demand on packed lunch from vending machine at a high level as R was 0.549 at with a significance level of 0.05

**Keywords:** The consumption demand, vending machine





การประชุมวิชาการแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**บทนำ**

ธุรกิจผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการสร้างความแตกต่างให้กับประเภทสินค้าและบริการมากขึ้น เช่น ตู้ขายเครื่องดื่มอัตโนมัติ ตู้จำหน่ายเนื้อสัตว์อัตโนมัติ ตู้จำหน่ายทองคำอัตโนมัติ ฯลฯ (Eleanor Ross, 2016) ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจเลือกใช้ผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเป็นช่องทางกระจายสินค้าแทนผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีกเพิ่มขึ้นเพราะช่วยให้มีต้นทุนทางการจัดจำหน่ายต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตเร่งรีบ และมีแนวโน้มใช้ชีวิตประจำวันอยู่นอกที่พักเป็นหลัก (SUN108 PUBLIC COMPANY, 2013) รวมถึงรักความสะดวกสบาย ทำให้มีช่องว่างในการกระจายสินค้าในชีวิตประจำวันที่ผู้บริโภคต้องการประหยัดเวลาขณะเดินทางหรือทำกิจกรรม โดยใช้เทคโนโลยีของผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพื่อแก้ปัญหา ทำให้เกิดการเข้าถึงทุกพื้นที่และทุกช่วงเวลาของผู้บริโภค

เนื่องจากในสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่รู้จักอย่างดี รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภครู้จักและเคยบริโภคสินค้าหรือบริการจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และมีบริษัทที่ผลิต นำเข้า และจัด

จำหน่ายผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในประเทศไทยหลายรายด้วยกัน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่ดีของธุรกิจผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Franchise Direct, 2015) แม้สินค้าที่เราอาจไม่เคยคาดหวังมาก่อนว่าจะซื้อขายผ่านผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติได้ก็ยังสามารถเกิดขึ้นจริงได้ จึงถือได้ว่าเป็นอีกธุรกิจที่น่าลงทุน (ธุรกิจหยุดเหรียญราย 24 ชั่วโมง, 2550)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความต้องการซื้อซ้ำของกลุ่มจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ผลิตในการพัฒนาปรับปรุงผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติและกระจายสินค้าให้ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงต่อไป

**วัตถุประสงค์**

เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อซ้ำของกลุ่มจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

**แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีต หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**



การประชุมวิชาการแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**แนวคิดส่วนประสมทาง**

**การตลาด**

1) ผลិតภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองของความจำเป็นหรือความต้องการของผู้บริโภคได้และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่จับต้องได้และไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์และคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้

2) ราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคมีโอกาสตัดสินใจซื้อมากขึ้น

3) การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการกระจายสินค้า เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายเป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการ หรือความคิดต่อบุคคลโดยใช้เครื่องมือต่างๆ จูงใจให้เกิดการรับรู้

เดือนความทรงจำ หรือทำให้เข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อพฤติกรรมกรซื้อ และเกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546: 53-55)

**ทฤษฎีความต้องการ**

ความต้องการของมนุษย์ มีอยู่ 3 ประการ (เสถียร เหลืองอร่าม, 2525 และนิพนธ์ คันธเสวี, 2528)

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานอันดับแรกของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับชีวิต เป็นแรงขับตามธรรมชาติเพื่อความอยู่รอดที่ไม่สามารถขาดได้ และหากไม่ได้รับการตอบสนองจะก่อให้เกิดความรู้สึกระวนกระวายอยู่ตลอดเวลา เช่น อากาศ อาหาร น้ำ ยารักษาโรค การพักผ่อนนอนหลับ ที่อยู่อาศัย

2) ความต้องการทางด้านจิตใจ เป็นความต้องการที่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายหลังจากความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว เป็นความต้องการที่เกิดจากความรู้ และการเรียนรู้ประสบการณ์การสนองตอบต่างๆ หากได้รับการตอบสนองดี จะเกิดเป็นความพึงพอใจ ซึ่งอาศัยกลไกทางสมองที่ส่วนใหญ่ส่งสมมาจากประสบการณ์แต่ละบุคคลก็มีความพึงพอใจแตกต่างกัน เพราะมีระดับความต้องการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์





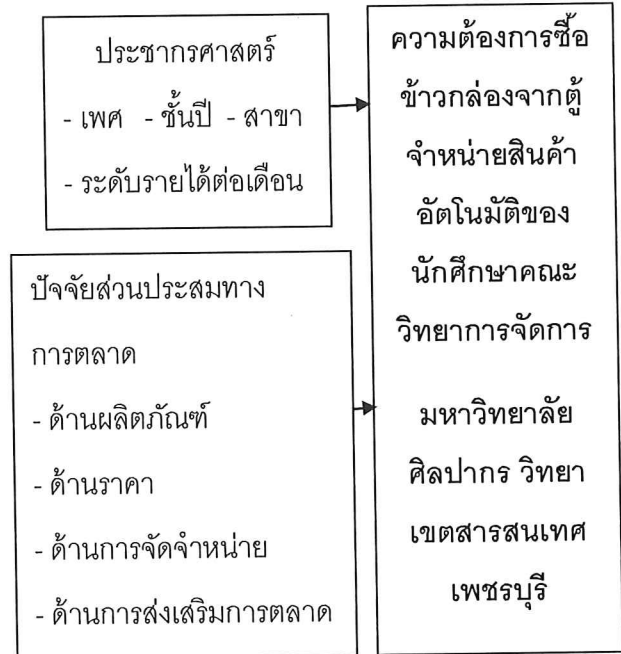
การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

3) ความต้องการทางสังคม เป็นความต้องการทางจิตใจ แต่ให้ความสำคัญมากในด้านความต้องการที่จะดำรงชีวิตให้เป็นที่ยอมรับนับถือของคนอื่น หรือมีความเป็นอยู่ดีกว่าบุคคลอื่น เช่น ต้องการความปลอดภัย ต้องการได้รับการยกย่องนับถือ ต้องการความยอมรับในสังคม เป็นต้น

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

รัฐธรรมนูญ วาสประสงค์ (2553) ศึกษาเรื่องแนวโน้มพฤติกรรมกรซื้อเครื่องตีมาจากเครื่องขายอัตโนมัติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดกับแนวโน้มการซื้อเครื่องตีพฤติกรรมกรซื้อเครื่องตีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์และทัศนคติที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรซื้อเครื่องตีจากเครื่องขายอัตโนมัติของผู้บริโภค

**กรอบแนวคิด**



**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรีจำนวนประชากรเท่ากับ 2,486 คน (ข้อมูลจากกองบริการการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรีโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงใช้สูตรดังนี้ เมื่อมีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 (Yamane, 1970)

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)^2}$$



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม

ตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

เมื่อระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 การศึกษาครั้งนี้ได้ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือ ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือก ตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่า ขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{2,486}{1+(2,486 \times 0.05^2)} = 344.55$$

หรือประมาณ 344 ตัวอย่างโดยมีการเก็บแบบสอบถามเพิ่ม 56 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากแบบสอบถาม ขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง จึงใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความต้องการซื้อข้าวกล้อง จากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้า จากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับระดับความต้องการซื้อข้าวกล้องจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

ส่วนที่ 4 ความต้องการซื้อข้าวกล้องจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

ในส่วนที่ 3 และ 4 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดเป็น 5 ระดับให้เลือกเพียงคำตอบเดียว และกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก และแปรผลตาม Likert scale (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

**การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ**

1) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผู้วิจัย สร้างเครื่องมือ สำหรับวัดการความต้องการ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ข้อข้อข่าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ  
ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ  
เพชรบุรี โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ตลอดจน  
ผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้าง  
แบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามที่สร้าง  
ขึ้นไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอ  
ข้อเสนอแนะและทำการปรับปรุงแก้ไขจนมั่นใจ  
ว่าเนื้อหานั้นมีความเที่ยงตรง และสอดคล้อง  
กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2) การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัย  
ได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไป  
ทดสอบ กับกลุ่มผู้ที่เคยบริโภคหรือใช้บริการ  
ตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ จำนวน 30 คน  
เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบ  
มาตราส่วนประมาณค่า จึงต้องนำมา  
ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดย  
ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach  
(Cronbach's Alpha) และโปรแกรม  
สำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล และนำ  
ข้อบกพร่องต่างๆมาปรับปรุงแก้ไขก่อน  
นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (ศิริชัย  
พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความ  
เชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา  
วิจัยในครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ  
0.955 แสดงว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่น  
ค่อนข้างสูง และแบบสอบถามมีความ  
เที่ยงตรง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิง  
พรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่า  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูล  
โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์  
ข้อมูล เพื่อหาความต้องการข้อข้อข่าวกล่องจาก  
ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของนักศึกษา คณะ  
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีด้วยวิธีทางสถิติ  
โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อ  
ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความ  
ต้องการข้อข้อข่าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้า  
อัตโนมัติด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ  
0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  
สมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติ  
ฐานรอง (H1) แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน  
ที่ตั้งไว้ตามแนวทางของคุณประสพชัย พสุ  
นนท์ (2553)

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูล 4  
ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม จากผลการศึกษา พบว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง  
(ร้อยละ 72.0) ในระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ  
61.0) และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสาขาการ  
จัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ (ร้อยละ



47.0) ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 56.0)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติพบว่า ส่วนใหญ่เคยบริโภคสินค้าจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (ร้อยละ 91.0) ที่บริเวณร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 52.0) มีความถี่ในการบริโภคน้อยกว่าสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง (ร้อยละ 67.0) บริโภคเครื่องดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 79.0) โดยมีจุดประสงค์ที่บริโภคเพราะความสะดวกสบาย (ร้อยละ 50.0) มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ราคา ต่ำกว่า 50 บาท (ร้อยละ 88.0) และผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าหรือบริการใหม่จากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (ร้อยละ 87.0)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับระดับความต้องการซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.20 และ S.D.=0.46) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Mean = 4.18 และ S.D.=0.56) ด้านราคา (Mean = 4.13 และ S.D.=0.49) ด้านการจัดจำหน่าย (Mean = 4.37 และ S.D.=0.51) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Mean = 4.10 และ S.D.=0.73)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.06 และ S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากการเป็นซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ตรงกับความต้องการพื้นฐาน (Mean = 4.21 และ S.D.=0.91) ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพราะมีความรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยเรื่องคุณภาพและควมมีมาตรฐาน (Mean = 4.12 และ S.D.=0.86) และผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพราะการบริโภคซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสามารถสร้างความพึงพอใจได้ (Mean = 3.87 และ S.D.=1.03)

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อซ้ำจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของผู้ที่เคยบริโภคจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถาม



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		1.033	.265		3.892	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	X <sub>1</sub>	.165	.067	.146	2.447	.015
ด้านราคา	X <sub>2</sub>	.183	.069	.142	2.648	.008
ด้านการจัดจำหน่าย	X <sub>3</sub>	.150	.067	.122	2.251	.025
ด้านการส่งเสริมการตลาด	X <sub>4</sub>	.227	.048	.263	4.773	.000

R=0.549, R Square = 0.302, Adjusted R Square = 0.295, Std. Error of the Estimate = 0.53

เมื่อ Y แทน ความต้องการซื้อข้าว

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อข้าวกล่งจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2 ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติหลายตัวแปร

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสัมพันธ์กับความต้องการซื้อข้าวกล่งจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติดังปรากฏในตารางที่ 2

$$Y = 0.265 + (0.146)X_1 + (0.142)X_2 + (0.122)X_3 + (0.263)X_4$$

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	48.446	4	12.112	42.656	0.00
ส่วนที่เหลือ (Residust)	112.153	395	0.284		
Total	160.600	399			

กล่งจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

- X<sub>1</sub> แทนด้านผลิตภัณฑ์
- X<sub>2</sub> แทนด้านราคา
- X<sub>3</sub> แทนด้านการจัดจำหน่าย
- X<sub>4</sub> แทนด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสัมพันธ์กับความต้องการซื้อข้าวกล่งจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 3 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
ด้านผลิตภัณฑ์	สนับสนุน
ด้านการราคา	สนับสนุน
ด้านการจัดจำหน่าย	สนับสนุน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	สนับสนุน

### อภิปรายผล

1) จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เคยบริโภคสินค้าจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (ร้อยละ 91.0) ที่บริเวณร้านสะดวกซื้อ (ร้อยละ 52.0) มีความถี่น้อยกว่าสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง (ร้อยละ 67.0) บริโภคเครื่องดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 79.0) มีจุดประสงค์ที่บริโภคสินค้าจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพราะความสะดวกสบาย (ร้อยละ 50.0) มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติต่อครั้งอยู่ที่ราคา ต่ำกว่า 50 บาท (ร้อยละ 88.0) และผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าหรือบริการใหม่จากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (ร้อยละ 87.0) และพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.0) ในระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 61.0) ศึกษาอยู่ในสาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 47.0) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 56.0) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ร่มธรรม วาสประสงค์ (2553) ที่ ก ข า พ บ ว่า ล ก ษ ณะ

ประชากรศาสตร์และทัศนคติที่มีต่อกลยุทธ์การตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มจากเครื่องขายอัตโนมัติของผู้บริโภค

2) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อซ้ำของกลุ่มจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับ เอ็ดเซล วอล์คเกอร์และสแตนต์ัน ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนทำให้เกิดอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อพฤติกรรมการซื้อ และเกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ

3) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับความต้องการซื้อซ้ำของกลุ่มจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับอดุลย์ จาตุรงค์กุล ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาดเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

4) จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อซ้ำของกลุ่มจากผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 4.06 และ S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำจากกลุ่มผู้



จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากการเป็นข่าว  
กล่องที่ได้ตอบสนองตรงกับความต้องการ  
พื้นฐาน (Mean = 4.21 และ S.D.=0.91)  
ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อข่าวกล่องจากตู้  
จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพราะมีความรู้สึก  
เชื่อมั่นในความปลอดภัยเรื่องคุณภาพและ  
ความมีมาตรฐาน (Mean = 4.12 และ  
S.D.=0.86) และผู้บริโภคตัดสินใจซื้อข่าว  
กล่องจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติเพราะ  
การบริโภคข่าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้า  
อัตโนมัติสามารถสร้างความพึงพอใจ  
ได้ (Mean = 3.87 และ S.D.=1.03) ซึ่ง  
สอดคล้องกับเสถียร เหลืองอร่าม (2525)  
และนิพนธ์ คันธเสวี (2528) ได้ให้  
ความหมายไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์  
ต้องการได้รับการตอบสนองซึ่งจะทำให้เกิด  
อิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อพฤติกรรม  
การซื้อ และเกิดความต้องการในสินค้าหรือ  
บริการ

**ข้อเสนอแนะ**

1) จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับความ  
ต้องการซื้อข่าวกล่องจากตู้จำหน่ายสินค้า  
อัตโนมัติของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ  
เพชรบุรี กล่าวคือ ข่าวกล่องจากตู้จำหน่าย  
สินค้าอัตโนมัติควรให้ความสำคัญกับปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านให้มาก

ขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความต้องการซื้อข่าวกล่อง  
จากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติจากการวางกล  
ยุทธ์ที่ดีของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2) ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น

การทำการตลาดเชิงบูรณาการที่ส่งผลต่อ  
ความต้องการซื้อข่าวกล่องจากตู้จำหน่าย  
สินค้าอัตโนมัติ

**บรรณานุกรม**

กองบรรณาธิการเส้นทางเศรษฐกิจ. (2550).

ธุรกิจหยุดเหรียญราย 24 ชั่วโมง.

สำนักพิมพ์มติชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. ส่วนประสม

การตลาด (Marketing Mix). ค้นเมื่อ

26 กุมภาพันธ์ 2559

จาก [http://academic.udru.ac.th/](http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketing)

~samawan/content/02marketing

Mix.pdf

ร่วมธรรม วาสประสงค์. (2553). แนวโน้ม

พฤติกรรมกรซื้อเครื่องดื่มจาก

เครื่องขายอัตโนมัติ (Vending

Machine) ของผู้บริโภคใน

กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 27

กุมภาพันธ์ 2559

จาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Romthum\\_W.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Romthum_W.pdf)

Eleanor Ross. (2016). Meat vending

machine opens in Paris. ค้นเมื่อ

26 กุมภาพันธ์ 2559





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

จาก [http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-](http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/news/meat-vending-machine-opens-in-paris-a6858911.html#gallery)

[drink/news/meat-vending-machine-opens-in-paris-a6858911.html#gallery](http://www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/news/meat-vending-machine-opens-in-paris-a6858911.html#gallery)

กุมภาพันธ์ 2559 จาก

<http://www.vendingthai.com/>

Franchise Direct. (2015). Starting a

Vending Machine Business. ค้น

เมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2559

จาก <http://www.franchisedirect.com/vendingfranchiseopportunities/startingavendingmachinebusiness/121/94>

[om/vendingfranchiseopportunities/startingavendingmachinebusi-](http://www.franchisedirect.com/vendingfranchiseopportunities/startingavendingmachinebusiness/121/94)

[ness/121/94](http://www.franchisedirect.com/vendingfranchiseopportunities/startingavendingmachinebusiness/121/94)

ness/121/94

Romravin. (2011). ความต้องการของ

มนุษย์ (Human Needs). ค้นเมื่อ 26

กุมภาพันธ์ 2559

จาก <https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/>

[com/2011/05/22/%E0%B8%84%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[89%E0%B8%AD%E0%B8%87%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[AD%E0%B8%87%E0%B8%A1](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

[%8C-human-needs/](https://romravin.wordpress.com/2011/05/22/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C-human-needs/)

SUN108 PUBLIC COMPANY.(2013).

About Vending. ค้นเมื่อ 26