





การประชุมวิชาการระดับชาติ
ราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างศิลป์”

วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ที่ ๑๐๗/๒๕๖๘

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัย ครั้งที่ ๖

ด้วยสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัย ครั้งที่ ๖ “เหตุการณ์กรุงศรีสัมรัตน์ วัฒนธรรมสร้างศิลป์” ในวันเสาร์ ที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๘ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำเสนอبحควิจัย ระหว่างอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลที่สนใจทั่วไป ดังนี้ เพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ดังนี้

๑. คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการ ประกอบด้วย

- | | |
|--|---------------------|
| ๑.๑ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี | ประธานกรรมการ |
| ๑.๒ รองอธิการบดีทุกท่าน | รองประธานกรรมการ |
| ๑.๓ ผู้ช่วยอธิการบดีทุกท่าน | กรรมการ |
| ๑.๔ คณบดีทุกคณะ | กรรมการ |
| ๑.๕ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน | กรรมการ |
| ๑.๖ ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ | กรรมการ |
| ๑.๗ ผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี | กรรมการ |
| ๑.๘ ผู้อำนวยการโรงเรียนสาขาวิชาติดตามมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี | กรรมการ |
| ๑.๙ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ให้คำปรึกษา และอำนวยความสะดวก ในการดำเนินงาน วางแผนและติดตามการดำเนินการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

๒. คณะกรรมการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- | | |
|---|---------------------|
| ๒.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจน์ บุญสุ่น | ประธานกรรมการ |
| ๒.๒ อาจารย์เสนประเสริฐ ปานนิยม | รองประธานกรรมการ |
| ๒.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์ | กรรมการ |
| ๒.๔ อาจารย์พัชรินทร์ สุริยะวงศ์ | กรรมการ |
| ๒.๕ อาจารย์ทนงค์ จันทะนาท | กรรมการ |
| ๒.๖ อาจารย์ ดร.นรัตน์ ประทุมดา | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ อำนวยการจัดงาน วางแผนการดำเนินงาน กำกับ ดูแล ปรึกษา แนะนำ ติดตาม และประสานแต่ละฝ่าย ที่มีส่วนได้เสีย แก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ของงาน

๓. คณบดีมหาวิทยาลัยฯ เตรียม.....

๓. คณะกรรมการฝ่ายเดรียมคำกล่าวรายงาน ประกอบด้วย

- | | |
|---|---------------------|
| ๓.๑ ผู้อำนวยการสถาบันฯที่พรบฯ เที่ยมเดช | ประธานกรรมการ |
| ๓.๒ นางสาวศิริเมล กาหลง | รองประธานกรรมการ |
| ๓.๓ นางสาวนา奴ช เจริญทอง | กรรมการ |
| ๓.๔ นางสาวศิกขานุญาณ พุฒิพิว | กรรมการและเลขานุการ |
- มีหน้าที่ จัดเตรียมคำกล่าวรายงานในพิธีเปิด และพิธีปิด

๔. คณะกรรมการฝ่ายพิธีการและพิธีกร ประกอบด้วย

- | | |
|---|---------|
| ๔.๑ พิธีกร ห้องประชุมคณะวิทยาการจัดการ ๑ | |
| อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม | กรรมการ |
| อาจารย์พัชรินทร์ สุริยวงศ์ | กรรมการ |
| อาจารย์ทนงค์ จันทะมาตย์ | กรรมการ |
| ๔.๒ พิธีกรห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ห้อง ๑๘๒๑) | |
| อาจารย์พิศาล ปานแก้ว | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ | กรรมการ |
| ๔.๓ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ห้อง ๑๘๓๖) | |
| นายศุภวัฒน์ คณณ์ | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย | กรรมการ |
| ๔.๔ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ห้อง ๑๘๕๓) | |
| อาจารย์พัชรินทร์ สุริยวงศ์ | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย | กรรมการ |
| ๔.๕ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๕๕) | |
| อาจารย์กมลลักษณ์ นวนสำลี | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย | กรรมการ |
| ๔.๖ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๗๖) | |
| อาจารย์จตุพร บุญประเสริฐ | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย | กรรมการ |
| ๔.๗ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๗๙) | |
| อาจารย์ทนงค์ จันทะมาตย์ | กรรมการ |
| นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย | กรรมการ |

มีหน้าที่ วางแผนและประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเป็นผู้ดำเนินรายการ และเป็นผู้กำกับ เวลาตามกำหนดการที่วางไว้ ในวันที่ ๘ กรกฎาคม ๒๕๕๘ จัดเตรียมพิธีเปิดและปิดงาน คากล่าว รายงาน คากล่าวเปิดงาน คุณภาพการดำเนินงานให้เป็นไปตามกำหนดการ และประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

๕. คณะกรรมการฝ่ายรับลงทะเบียนและรับรายงาน ประกอบด้วย

๕.๑ อาจารย์กัณฑาล ศุภลพงษ์มาลี	ประธานกรรมการ
๕.๒ อาจารย์ธุติพงษ์ อินทะนันนิ	รองประธานกรรมการ
๕.๓ อาจารย์ป่องพล รักการงาน	กรรมการ
๕.๔ อาจารย์บัวพรรณ คำเฉลิม	กรรมการ
๕.๕ นางสาวศศิกาญจน์ พูลผ่อง	กรรมการ
๕.๖ นางสาวชนนาฐุ์ เงินทอง	กรรมการ
๕.๗ นางสาวศศิริวิมล กานหลง	กรรมการ
๕.๘ นางสาววนิดา ก้าวผ่อง	กรรมการ
๕.๙ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์	กรรมการ
๕.๑๐ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมพลังงาน	กรรมการ
๕.๑๑ อาจารย์ชีวิต อินยาครี	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดทำรายชื่อ รับรายงานตัวผู้เข้าร่วมงาน นัดวิจัย แข่งขันมหกรรม และประสานงานกับ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

๖. คณะกรรมการฝ่ายจัดสถานที่ และโถสे�ตทัศนูปกรณ์ ประกอบด้วย

๖.๑ อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม	ประธานกรรมการ
๖.๒ อาจารย์ท่านคร จันทะมาตย์	รองประธานกรรมการ
๖.๓ อาจารย์ ดร.อัตภากะ มณีเดิม	กรรมการ
๖.๔ นายประศิริช แซ่เมช้อย	กรรมการ
๖.๕ นายเกรียง ดาวรเวช	กรรมการ
๖.๖ นายมนัส ໂຕໄທຄູດ	กรรมการ
๖.๗ นายไบร์ช ບຸລູຮອດ	กรรมการ
๖.๘ นางอรุณ พรหมณีสกุล	กรรมการ
๖.๙ นางสาวอ้ำพันธ์ พรมสืบหน้า	กรรมการ
๖.๑๐ นายชัยพล ฤทธิ์อ่อน	กรรมการ
๖.๑๑ นายหลาน บุญมาก	กรรมการ
๖.๑๒ นายสมคิด นิตยพันธ์	กรรมการ
๖.๑๓ นายกิตติพัทธ์ คำสะอะต	กรรมการ
๖.๑๔ นายกอบศักดิ์ บัวใส	กรรมการ
๖.๑๕ นายช้านาญ เส่งดิน	กรรมการ
๖.๑๖ นายดันย ມีอารีย์	กรรมการ
๖.๑๗ นายบันติพงษ์ ศรียานนท์	กรรมการและเลขานุการ
๖.๑๘ นางสาววิภาวดา สั่งมนิ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่ในการจัดงาน ห้องประชุม ห้องบรรยาย สถานที่นำเสนอ ผลงาน และสถานที่โดยรอบ และดูแลระบบไฟและเสียง จัดเตรียมไฟฟ้าสำนักงานของนักวิจัย ติดตั้งที่ เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับนำเสนอในห้องบรรยายทุกห้อง บันทึกภาพ และวิดีโอทัศน์ ในทุกกิจกรรมของงาน เพื่อประกอบการรายงานผล

๗. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับ....

๗. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับและปฐกิม ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| ๗.๑ อาจารย์พัชรินทร์ สุริยวงศ์ | ประธานกรรมการ |
| ๗.๒ นางอรุณ พราหมณ์สิกา | รองประธานกรรมการ |
| ๗.๓ นางสาวอ้าพันธ์ พรมสีห์หน้า | กรรมการ |
| ๗.๔ นางสาวชนานุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๗.๕ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ให้การต้อนรับแขกผู้มีเกียรติ ผู้เข้าร่วมงาน และนักวิจัยที่นำเสนอผลงาน ตลอดจน
จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจน
มอบหมาย

๘. คณะกรรมการฝ่ายสวัสดิการ ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| ๘.๑ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมดา | ประธานกรรมการ |
| ๘.๒ นางสาววนิดา ขาวผ่อง | รองประธานกรรมการ |
| ๘.๓ นางสาวอ้าพันธ์ พรมสีห์หน้า | กรรมการ |
| ๘.๔ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการ |
| ๘.๕ นางสาวชนานุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๘.๖ นางยุวดี ชูนียม | กรรมการ |
| ๘.๗ นางสมรา ม้าอี้เด็ต | กรรมการ |
| ๘.๘ นางอรุณ พราหมณ์สิกา | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ จัดเตรียมคูปองอาหาร และจัดเตรียมอาหารร่วม อาหารกลางวัน และเครื่องดื่ม ให้
ผู้เข้าร่วมงานทุกคนตลอดการประชุมสัมมนา

๙. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำวุฒิบัตร และสร้างวัลลันกิจย์ดีเด่น ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| ๙.๑ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมดา | ประธานกรรมการ |
| ๙.๒ นางสาวชนานุช เงินทอง | รองประธานกรรมการ |
| ๙.๓ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการ |
| ๙.๔ นางสาวชนานุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๙.๕ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการ |
| ๙.๖ นายบัณฑิตพงษ์ ศรีอ่อนวาย | กรรมการและเลขานุการ |
| ๙.๗ นางสาววนิดา ขาวผ่อง | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

มีหน้าที่ จัดทำวุฒิบัตร สำหรับผู้นำเสนอผลงานวิจัย และโล่รางวัลสำหรับนักวิจัยดีเด่น

๑๐. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำเอกสารประกอบการนำเสนอผลงานวิจัย ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| ๑๐.๑ อาจารย์เนสเปรส์ชู ปานนียม | ประธานกรรมการ |
| ๑๐.๒ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมดา | รองประธานกรรมการ |
| ๑๐.๓ นางสาววนิดา ขาวผ่อง | กรรมการ |
| ๑๐.๔ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการ |
| ๑๐.๕ นางสาวศศิวิมล กพาลส | กรรมการ |
| ๑๐.๖ นางสาวชนานุช เงินทอง | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ร่วบรวมบทความวิจัยทั้งหมด จัดรูปแบบ และรูปเล่ม Proceedings และส่งพิมพ์

๑๑. คณะกรรมการฝ่ายดูแลวิทยากรประจำห้อง ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| ๑๑.๑ อาจารย์กังสรรค์ สกุลพงษ์มานะ | ประธานกรรมการ |
| ๑๑.๒ อาจารย์จุติพงษ์ อินทะนิน | รองประธานกรรมการ |
| ๑๑.๓ อาจารย์ปองผล รักการงาน | กรรมการ |
| ๑๑.๔ อาจารย์บัวพรหม คำเจลา | กรรมการ |
| ๑๑.๕ นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม | กรรมการ |
| ๑๑.๖ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมพลังงาน | กรรมการ |
| ๑๑.๗ อาจารย์ชีตติก อินยาศรี | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ดูแล อำนวยความสะดวกให้วิทยากรประจำห้องประชุม และห้องสัมมนาอย่างยุ่ง

๑๒. คณะกรรมการฝ่ายนิทรรศการ ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| ๑๒.๑ อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม | ประธานกรรมการ |
| ๑๒.๒ อาจารย์พันธ์ จันพงษ์มาตย์ | รองประธานกรรมการ |
| ๑๒.๓ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมตา | กรรมการ |
| ๑๒.๔ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง | กรรมการ |
| ๑๒.๕ นายบัณฑิตพงษ์ หรืออ่านวย | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๒.๖ นางสาวพิมล กาหลง | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

มีหน้าที่ วางแผนงาน ออกแบบ จัดตกแต่งสถานที่ ในการจัดงาน

๑๓. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| ๑๓.๑ อาจารย์แสนประเสริฐ ปานเนียม | ประธานกรรมการ |
| ๑๓.๒ นางสาวพิพัฒ์วรรณ ทองเตมฤทธิ์ | รองประธานกรรมการ |
| ๑๓.๓ นางสาวศศิภาณุจัน พูลผิว | กรรมการ |
| ๑๓.๔ นางอรุณ พราหมณ์สกุล | กรรมการ |
| ๑๓.๕ นางสาวชนวนุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๑๓.๖ นางสาวพศิกาณุจัน พูลผิว | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ขออนุมัติจัดซื้อจัดซื้องาน จัดทำบัญชีเบิกจ่ายเงิน ควบคุม ตรวจสอบหลักฐานการเงินและการเบิกจ่ายเงิน จัดซื้อจัดจ้างงานที่เกี่ยวกับโครงการ และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๔. คณะกรรมการฝ่ายติดตามประเมินผล และรายงานผลโครงการ ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| ๑๔.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนा บุญส่ง | ประธานกรรมการ |
| ๑๔.๒ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมตา | รองประธานกรรมการ |
| ๑๔.๓ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง | กรรมการ |
| ๑๔.๔ นางสาวศศิภาณุจัน พูลผิว | กรรมการ |
| ๑๔.๕ นางสาวพิมล กาหลง | กรรมการ |
| ๑๔.๖ นางสาวชนวนุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๑๔.๗ นายบัณฑิตพงษ์ หรืออ่านวย | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ จัดทำแบบประเมินผลโครงการ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการ

ทั้งนี้ ขอให้คณะกรรมการ.....

๖

ทั้งนี้ ขอให้คณะกรรมการทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ
และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

สั่ง ณ วันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ผู้อำนวยการสถาบัตtement ดร.นิวัต กلينจันนัน)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ฝ่ายวิจัย



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ที่ ๑๐๘๗/๒๕๖๗

เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัย

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ ๖ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ จึงเห็นควรแต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัยก่อนตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) เพื่อป้องข้อชน念มาตรฐาน ๔ แห่งพระราชบัญญัติฯ ว่าด้วยนักเกณฑ์วิจัยการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๖๖ และมาตรฐาน ๓/๓ แห่งพระราชบัญญัติฯ แห่งเบบบริหารว่าด้วยราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๖๗

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๖๗ จึงแต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัย ดังนี้

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- ๑.๑ ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิม บุรีภักดี
- ๑.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.มนัส วิสุทธิแพทย์
- ๑.๓ รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ท้ายเรืองคำ
- ๑.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รีรัชวิทย์เดิศ
- ๑.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มีชัย เอี่ยมเจนดา
- ๑.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภพ สาครวิจารณ์
- ๑.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีโรจน์ เจริญลักษณ์
- ๑.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวนा พุ่มไสว
- ๑.๙ อาจารย์ ดร.อนันต์ ต้วนชัยเออม
- ๑.๑๐ อาจารย์ ดร.ไหสิรุ สุสมฤทธิ์
- ๑.๑๑ อาจารย์ ดร.ทวีรัตน์ นวลช่วง
- ๑.๑๒ อาจารย์ ดร.ศศตยา ส่องจันทร์
- ๑.๑๓ อาจารย์ ดร.อนุชาราดี ไชยทองหวัง
- ๑.๑๔ อาจารย์ ดร.โภมยง ใต้ทะอง

//๖. ผู้ทรงคุณวุฒิ.....

~ ๒ ~

๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- ๒.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนานา บุญส่ง
- ๒.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ศิริธนาวงศ์
- ๒.๓ รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ผ่องรักดัน
- ๒.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์
- ๒.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธัน พากเจ็น
- ๒.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริดา บัวเชียร์
- ๒.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โศภាពะ กล้าสุกุล
- ๒.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรณ์
- ๒.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไฟโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา
- ๒.๑๐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาณี เถือกบัวขาว
- ๒.๑๑ อาจารย์ ดร.วิวัฒน์ สุขแสงอร่าม
- ๒.๑๒ อาจารย์ ดร.นวรัตน์ ประทุมดา
- ๒.๑๓ อาจารย์ ดร.อัตภพ มโนเติม
- ๒.๑๔ อาจารย์ ดร.พุฒิพิริ ทิพย์เนตร
- ๒.๑๕ อาจารย์ ดร.ศิริวรรณ แดงถิ่น
- ๒.๑๖ อาจารย์ ดร.สุกัญญาธน์ คงงาม
- ๒.๑๗ อาจารย์ ดร.นิรุช สำลีเดช
- ๒.๑๘ อาจารย์ ดร.พัทธอง พราหมณ์
- ๒.๑๙ อาจารย์ ดร.สุชารัตน์ ไชยเฉลิม
- ๒.๒๐ อาจารย์ ดร.รุ่งกานต์ กล้าหาญ

ทั้งนี้ ให้กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัยที่แต่งตั้งทำหน้าที่ในการพิจารณาบทความวิจัยให้มีคุณภาพตามหลักวิชาการโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากลนิยม

สั่ง ณ วันที่ ๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิวัติ กล้านงาม)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ฝ่ายวิจัย



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6
วันเสาร์ ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแช่แข็ง พร้อมรับประทาน
ในร้านสะดวกซื้อ ในกรุงเทพมหานคร

A STUDY OF FACTORS AFFECTING CUSTOMER'S LOYALTY FOR FROZEN FOOD BY THE
CONVENIENCE STORE IN BANGKOK

เกศณีย์ อุยู่เจริญ¹ และสันติธร ภูริภักดี²

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ ดร.ประจักษ์วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 22 ถนนราชดำเนิน เขต คลองชาน กทม.10170

เบอร์โทรศัพท์ 083-802745 E-mail : kesanee_kr@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ และ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่ซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient และใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมาณผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับภาษาสถิติ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ 1.ด้านความพึงพอใจของลูกค้า 2.ด้านซื้อถือและความไว้วางใจ 3.ด้านประวัติของบริษัทผู้ผลิตสินค้า 4.ด้านความเชื่อมโยงผูกพันกับอารมณ์ 5.ด้านลดทางเลือกและนิสัย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อมีความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ 1.ด้านการจัดจำหน่าย 2.ด้านผลิตภัณฑ์ 3.ด้านการส่งเสริมการตลาด 4.ด้านราคา และคุณภาพการให้บริการในการซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ 1.ด้านความมั่นคงปลอดภัย 2.ด้านความสุภาพเป็นมิตร 3.ด้านความไว้วางใจ 4.ด้านการติดต่อสื่อสาร 5.ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ 6.ด้านสมรรถภาพการให้บริการ 7.ด้านความน่าเชื่อถือ 8.ด้านความสามารถในการตอบสนอง 9.ด้านการเข้าถึงบริการ และ 10.ด้านความเข้าใจและรู้จักรับบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแช่แข็ง โดยมีลำดับที่สำคัญมากที่สุดคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 3. ด้านราคา ในส่วนของคุณภาพการบริการของอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ ด้านการเข้าถึงการบริการ, ด้านความมั่นคงปลอดภัย, ด้านความเข้าใจและรู้จักรับบริการ, ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในกรณีซื้ออาหารแช่แข็งโดยลำดับที่สำคัญมากที่สุดคือ 1. ด้านความเข้าใจและรู้จักรับบริการมีอิทธิพลสูงสุด 2. ด้านความมั่นคงปลอดภัย 3. ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการและ 4. ด้านการเข้าถึงการบริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความจงรักภักดี, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, คุณภาพการบริการ

Abstract

The objectives of this study were (1) Study on Marketing Mix factors influencing Customer's Loyalty for frozen food by The convenience store ; and (2) Study on the quality of the service of the employees influencing Customer's Loyalty for frozen food by The convenience store. The sample consisted of 400 customers purchased frozen food by The convenience store in Bangkok Metropolitan



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันเสาร์ ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

The data were analyzed by descriptive statistics to include the frequency, percentage, average, standard deviation, and quantitative data analysis. Test the relationship of two variables by using Pearson's Correlation Coefficient test statistics, Multiple Regression Analysis, And to select variables by entering all the variables, The statistical significance level 0.05 from the data processing computer programs.

Customer loyalty towards the frozen food in the convenience store. Moderate importance. (1) Customer satisfaction (2) Trust (3) History with the company (4) Emotional bonding (5) Choice reduction and habit Factors in the marketing mix, frozen food in a convenience store. Moderate importance. (1) Place (2) Product (3) Promotion (4) Price Quality customer service to purchase frozen food in a convenience store. There are significant at a high level. (1) Security (2) Courtesy (3) Reliability (4) Communication (5) Tangible (6) Competence (7) Credibility (8) Responsiveness (9) Access & Process (10) Understanding & Knowing Customer.

The hypothesis testing results found that (1) Marketing Mix factors, frozen food in a convenience store (Product/Promotion/Price) ; And (2) Service quality of frozen food in the convenience store. (Understanding & Knowing Customer /Security/Tangible/Access & Process) Have a positive influence on loyalty for the frozen food purchase decisions.

Keywords : Loyalty, Marketing Mix Factors, Services

1. ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ด้วยสภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นไปด้วยความเร่งรีบจึงทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีเวลาทำการเพื่อรับประทานกันเองในครอบครัวหรือที่บ้านอกเข่นแต่ก่อน ทำให้ทางเลือกสำหรับการรับประทานอาหารส่วนมากนั้นเป็นการพึ่งพาร้านอาหารเสียส่วนใหญ่ ส่งผลให้ปัจจุบันธุรกิจทางด้านอาหารมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มทางการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น อีกทั้งปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจการทำงานด้านอาหารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วนั้น ยังมาจากการพัฒนาระบบการบริโภคของคนไทยที่นิยมความสะดวกสบาย รวดเร็ว และราคาไม่แพงจนเกินไป ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านอาหารหันมาทำการแข่งขันแบบสำเร็จรูปมากขึ้น และมีการจัดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อต่อสู้ แย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาให้ได้มากที่สุด

อาหารแข่งขันพร้อมรับประทานจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจสำคัญ ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้เพื่อตอบโจทย์และสนองความต้องการของคนในสังคมไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากหาซื้อด้วยตามร้านสะดวกซื้อ ขณะที่เทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบันทำให้ใช้เวลาในการอุ่นร้อนเพียงไม่นาน ก้าวสามารถรับประทานได้ทันที และยังมีราคาที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอาหารทั่วไป ทำให้แนวโน้มความต้องการของลูกค้าเพิ่มสูงมากขึ้นเรื่อยๆ

จากผลสำรวจของ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม พบร่วมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารแปรรูปแข่งขันของไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2552-2556 มีอัตราการขยายตัวเชิงปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 7.94 ต่อปี และมีอัตราการขยายตัวเชิงมูลค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.73 ต่อปี (สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการในตลาดมีการกระตุ้นตลาดโดยต่อเนื่อง โดยการพัฒนาอาหารแข่งขันในรูปแบบที่หลากหลาย ประเภทมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น และผลิตภัณฑ์เหล่านี้ยังมีวิธีจับหน้ากากในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อด้วยตัวเองโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแข่งขัน เป็นตลาดอาหารที่มีมูลค่าสูงที่สุด และมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดในปี 2556 มีมูลค่าตลาดสูงถึง 3,903 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.05 ของตลาดอาหารแปรรูปแข่งขัน อีกทั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอาหารพร้อมรับประทานแข่งขันมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 14.12 ต่อปี (สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557) จากตลาดที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วนั้นทำให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นร้านสะดวกซื้อจึงเข้ามายืบบทบาทสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงอาหารแข่งขัน พร้อมรับประทานได้โดยง่าย

อาหารแข่งขันพร้อมรับประทานที่วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อจึงมีความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการการเติบโตของตลาดที่สูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแข่งขันพร้อมรับประทาน

การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6
วันเสาร์ ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ก็เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน จึงทำให้ผู้ประกอบการแต่ละราย ต้องหันมาให้ความสำคัญกับการทำการทำตลาดมากขึ้น เนื่องจาก ปัจจัยการตลาดถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในเชิงธุรกิจ เพราะตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆต้องอาศัยปัจจัยเหล่านี้ในการขับเคลื่อน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยทางการตลาดประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านราคา ที่มีความสำคัญในเรื่อง ของความพึงพอใจของผู้บริโภค เมื่อเทียบเทียบคุณภาพสินค้ากับราคา ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญในด้านของคุณภาพ ความสะอาด มาตรฐานของสินค้า และความหลากหลาย ความแตกต่างของสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญในเรื่องของการที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้มากน้อยแค่ไหน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญในการจัดกิจกรรม การสร้างกลยุทธ์ การจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อส่งเสริม ตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งปัจจัยการตลาดเหล่านี้มีปัจจัยใดบ้างที่เป็นการส่งเสริมด้านการสร้างความภักดีต่อสินค้า เพื่อให้ลูกค้า กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ความภักดีต่อสินค้า ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น และทัศนคติที่ดีต่อ ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแห่งนี้ ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน แห่งนี้ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ และผลิตภัณฑ์อาหารพร้อม รับประทานแห่งนี้เจ้าปัจจัยในเชิงของผู้บริโภครวมถึงจะทำให้เกิดความสะอาดและร่ายใน การเข้าถึงผู้บริโภคอย่างยั่งยืนอีก ด้วยจากที่กล่าวมาเบื้องต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตระหนักรถึงความสำคัญ และให้ความสนใจในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าอาหารแห่งนี้ พร้อมรับประทาน ในเขตตอนเมือง เนื่องจากการศึกษา ถึงองค์ความรู้ด้านปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสร้างความภักดีของผู้บริโภคนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่ง ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อพัฒนาธุรกิจ ให้เกิดความมั่นคงยั่งยืน โดยการรักษาฐานลูกค้าให้คงอยู่อย่างยาวนาน ต่อไป

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย

- เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแห่งนี้ พร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ
- เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแห่งนี้พร้อม รับประทานในร้านสะดวกซื้อ

3. ขอบเขตการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ที่มีต่ออาหารแห่งนี้ พร้อมรับประทาน ในร้านสะดวกซื้อและมีพนักงานบริการในเรื่องการอุ่นอาหารโดยใช้เวลาเพียง ไม่นาน โดยเลือกสำรวจด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มประชากรผู้บริโภคอาหารแห่งนี้พร้อมรับประทานที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กับทางร้านค้าสะดวกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกประชากรที่ซื้ออาหารแห่งนี้พร้อมรับประทานจากร้านค้าสะดวกซื้อ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) ซึ่งจะมีคำนวณคัดกรองก่อนว่า ท่านเคยซื้ออาหารแห่งนี้ พร้อมรับประทานหรือไม่ โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของท่าโว่ ยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% กลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967)



4. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับรูปโดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแข่งขัน เรื่องเพศ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารเช่นเดียวกับรับประทานในร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติดทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient

3. วิเคราะห์การความสัมพันธ์ของปัจจัยความจงภักดีของผู้ซื้อ อาหารเช่นเดียวกับรับประทานในร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีชินดัวห์เพรเข้าห้องหมอด (Enter) โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับรูปทางสถิติเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการสร้างแบบสอบถามเป็น 6 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อสินค้าอาหารเช่นเดียวกับรับประทาน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปลายเปิด ข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) เพื่อให้ได้ค่าความสอดคล้องที่อยู่ในระดับสูงแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข นำมารอณาอาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองกับคนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Alpha Coefficient) ของ cronbach (Cronbach) โดยมีเกณฑ์ตัดสินใจว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าใกล้เคียง 1.00 (ประมาณ 0.80 ขึ้นไป) จะไม่แก้ไขคำถาม แต่ถ้าต่ำกว่า 0.80 ก็จะทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งจากการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่าที่ได้คือ 0.960 นั่นหมายถึงเครื่องมือฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง โดยจะถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ได้

5. สรุปและอภิปรายผล

สรุปผล

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารเช่นเดียวกับรับประทานในร้านสะดวกซื้อในภาพรวมพบว่า ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ในรายด้าน ให้ความสำคัญในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.42$) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.23$) โดยน้อยสุด ด้านราคা ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

ผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการในการซื้ออาหารเช่นเดียวกับรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ในด้านภาพรวมพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ในรายด้าน ให้ความสำคัญในระดับมาก ทั้ง 10 ด้าน โดยสูงสุดในด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมา ด้านความสุภาพเป็นมิตร ($\bar{X} = 3.65$), ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ, ด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.64$), ด้านสมรรถภาพในการบริการ ($\bar{X} = 3.61$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.60$) ด้านความสามารถในการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.58$), ด้านการเข้าถึงบริการ ($\bar{X} = 3.57$) โดยน้อยสุด ด้านความเข้าใจและรู้จักบริการ ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันเสาร์ ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



ผลการศึกษา ความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ในด้านภาพรวม พบร้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ในรายด้าน ให้ความสำคัญในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.44 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านเชื่อถือและความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา ด้านประวัติของบริษัทผู้ผลิตสินค้า ($\bar{X} = 3.17$) และด้านความเชื่อมโยง พนักงานกับอารมณ์ ($\bar{X} = 3.16$) โดยน้อยสุด ด้านลดทางเลือกและนิสัย ($\bar{X} = 3.14$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชายส่วนใหญ่มี อายุ 19-22 ปี อยู่ในสถานภาพ โสด ศึกษาระดับปริญญาตรีรองลงมา ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่อายุบ้านเดียว มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3-4 คน และผลการศึกษา พฤติกรรม การซื้อสินค้าอาหารแข็งพักร่วมรับประทาน ส่วนใหญ่มีความสืบในการซื้อ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อรับประทานเอง ปริมาณการซื้อมากสุด จำนวน 1-2 กล่อง ช่วงเวลาในการซื้อท่านในเมืองเย็นรองลงมา ชื้อท่านในเมืองเช้า สถานที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านเช่าวัน-อีเลฟเว่น ราคา 30 – 50 บาทตัดสินใจซื้อเองเป็นส่วนใหญ่

การศึกษาความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้านสะดวกซื้อพบว่า มีความภักดีในระดับ ปานกลาง มีความภักดีในระดับมาก ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และมีความภักดีในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเชื่อถือ และความไว้วางใจ ด้านประวัติของบริษัทผู้ผลิตสินค้าและด้านความเชื่อมโยงผู้พนักงานกับอารมณ์ ด้านลดทางเลือกและนิสัย ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อ อาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ พบร้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารแข็งพักร่วม รับประทานในร้านสะดวกซื้อมีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยสูงสุด ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ ส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยบริษัทมักจะใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผล การศึกษา พบร้า ให้ความสำคัญสูงสุด ด้านผลิตภัณฑ์ความสะอาดของอาหารด้านราคามีป้ายราคาแสดงขัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย เวลาในการเปิด-ปิดร้านสะดวกซื้อมีความเหมาะสม และด้านการส่งเสริมการตลาดร้านสะดวกซื้อ มีการโฆษณาสินค้าทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเมื่อทดสอบสมมติฐาน พบร้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ อาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพล เขิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วง โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านการส่งเสริม การตลาด และด้านราคา ตามลำดับ โดยผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถอธิบาย อิทธิพลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วงได้สอดคล้องกับแนวคิดพฤษิตกรรมผู้บริโภคกับกลยุทธ์การตลาด

จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ พบร้า มีคุณภาพการให้บริการในการซื้ออาหารแข็งพักร่วมรับประทานในร้าน สะดวกซื้อมีความสำคัญในระดับมาก โดยสูงสุดในด้านความมั่นคงปลอดภัย รองลงมา ด้านความสุภาพเป็นมิตร, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ, ด้านความไว้วางใจ, ด้านสมรรถภาพการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือ น้อยสุดด้านความเข้าใจและรู้จักบริการ ตามลำดับ การบริการเป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ สินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยเป็นการตอบสนองความต้องการในการบริการ ซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจโดยไม่มีตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้โดยผลการศึกษามีความสำคัญสูงสุด ด้านความไว้วางใจ พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความสามารถในการตอบสนอง พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านสมรรถภาพ ในการให้บริการลูกค้าพนักงานให้บริการอย่างถูกต้องในการอุ่นอาหาร ด้านการเข้าถึงการบริการ สถานที่จัดจำหน่าย มีความสะอาดแข็งได้เงียบ ด้านความสุภาพเป็นมิตร พนักงานแต่งกายเหมาะสม ด้านการติดต่อสื่อสาร มีสื่อ (ไปสต็อก) ในการแนะนำสินค้าใหม่มอยู่เสมอ ด้านความน่าเชื่อถือ พนักงานให้บริการโดยยึดถือความถูกต้องและยุติธรรม ด้านความมั่นคง ปลอดภัยพนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงาน ด้านความเข้าใจและรู้จักบริการ ให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและเป็นกันเอง และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบร้า คุณภาพการบริการของอาหารแข็งพักร่วง พร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ ด้านการเข้าถึงการบริการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย, ด้านความเข้าใจและรู้จัก บริการ, ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีอิทธิพลเขิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วง โดยด้าน รับบริการ, ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีอิทธิพลเขิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งพักร่วง โดยด้าน



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันเสาร์ ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ความเข้าใจและรู้จักรับบริการ มืออิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านความมั่นคงปลอดภัย ,ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการเข้าถึงบริการตามลำดับ

ผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการสามารถอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหาร แข็งแย้มได้ เพราะคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการคือการรักษา ระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขันและถือเป็นการมอบการบริการที่ดีในลักษณะการบริการทางแรงงานมุนุษย์ให้มี รูปแบบที่เหมาะสมเวลาที่เหมาะสม สถานที่ที่เหมาะสมโดยใช้หลักจิตวิทยาในการตอบสนองความต้องการ และทำให้ ความคาดหวังของผู้รับการบริการเป็นไปในทิศทางที่ดีหรือเป็นที่น่าพึงพอใจสูงสุดจนอย่างที่จะกลับมารับการบริการอีก ในครั้งต่อไป

ในขณะที่ผลการวิจัยของ เชียนไป (2556) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารแข็งแย้มของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแข็งแย้ม เนื่องจากปัจจัย ดังกล่าวเป็นปัจจัยที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและเหมาะสมกับการนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ที่เหมาะสมต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารแข็งแย้มโดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าทุกปัจจัยสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

1. จากผลงานวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและรู้จักรับบริการของอาหารแข็งแย้มพร้อม รับประทานในร้านสะดวกซื้อ มืออิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งแย้มสูงสุด ดังนั้นจึงควรให้ ความสำคัญกับคุณภาพและความเข้าใจ รู้จักรับบริการของพนักงานให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและเป็นกันเอง พนักงานมี ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และพนักงานสามารถจัดจำความต้องการของลูกค้าได้ ตลอดจนควรให้ความสำคัญต่อ ลักษณะการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานในร้าน พนักงานมีความพร้อมในการนำเสนอรายละเอียดสินค้าอาหารแข็งแย้มภายในร้าน ตลอดจนมุ่งเน้นพัฒนาประสิทธิภาพและ ความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีมารยาทในการต้อนรับลูกค้า ตลอดจนความเพียงพอของจำนวนพนักงานให้บริการและพนักงานควรเอาใจใส่ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือแนะนำ ข้อมูลสินค้าภายในร้าน

2. จากผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของอาหารแข็งแย้มพร้อมรับประทาน ในร้านสะดวกซื้อมืออิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งแย้มสูงสุด จึงควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้า อาหารแข็งแย้มที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีสินค้าอาหารแข็งแย้มหลากหลายให้เลือกซื้อ ควรประเภทอาหารแข็งแย้มครบ ทุกชนิดตรงกับความต้องการหลากหลายรายการที่ห้องน้ำสินค้าอาหารแข็งแย้มมีความทันสมัยและมีอาหารแข็งแย้ม ตามเทคโนโลยีที่มีการจัดวางสินค้าแต่ละประเภทเป็นสัดส่วน สามารถเดินซื้อสินค้าได้สะดวกสบาย มีรูปแบบที่น่าสนใจ ที่น่าเลือกซื้อและควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์อาหารแข็งแย้มนำมาจำหน่าย ควรเน้นคุณภาพ ความสะอาด ความสดและใหม่ และควรมีการตรวจสอบวันหมดอายุของสินค้าที่นำมาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ

3. จากผลงานวิจัยพบว่าผู้บริโภค มีความจงรักภักดีในการซื้ออาหารแข็งแย้มพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อ ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจผู้บริโภคต่อชื้อการอาหารแข็งแย้ม เช่น การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น การประชาสัมพันธ์อาหารแข็งแย้ม ข้อมูล รายละเอียด ของอาหารแข็งแย้ม เพื่อให้ลูกค้ามีการรับรู้สินค้าซึ่งอาหารแข็งแย้มและควรมีการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้สอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การลดราคาสินค้า การมีของแถม หรือการให้ส่วนลดหรือคูปองแลกซื้อสินค้าในราคากลาง เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามีความต้องการในการใช้บริการและเกิดความจงรักภักดีในอาหารแข็งแย้มยิ่งขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างดีอีกจากหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สันติธร ภูริภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการทำวิจัยตลอดจนการตรวจสอบแก้ไข



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6
วันเสาร์ ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ข้อบกพร่อง จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูง
ไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล ประธานกรรมการ
วิทยานิพนธ์ และดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเดช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาในการตรวจ ให้คำแนะนำ
ในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งผู้วิจัยสึกษาซึ่งในความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่านที่แนะนำแนวทางทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้
ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณบิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ ที่ให้ความรัก และกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด รวมไปถึงการสนับสนุน
ในทุกด้านตั้งแต่เริ่มต้นจนจบการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจนทำให้วิทยานิพนธ์
ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์
อาหารแข็ง เช่นพร้อมรับประทานและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของการผลิตอาหารแข็ง^{แข็ง}
พร้อมรับประทานและคุณภาพการบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

8. เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมสูบบุหรี่ในประเทศไทย : ชีวีเด็กชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งภา บุญคุ้ม. (2536). ทัศนคติของพัฒนาการต่อนโยบายการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด : ศึกษากรณีศูนย์ป่วยเหลือ
ทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 3. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธีรภัติ นารัตน์ ณ อุยธยา. (2552). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). ประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มนีรัตน์ แตงอ่อน. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการรับบริการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีกรณีศึกษา สำนัก
บริการการศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นເອເຊີຍ.
- อุทุมพร แม้นศิริ. (2550). ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการโภตโยต้าในจังหวัด
ปทุมธานี.
- กิติศักดิ์ พลอยพาณิชเจริญ. (2550). หลักการการควบคุมคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-
ญี่ปุ่น.
- ชัยสมผล ชาประเสริฐ. (2553). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทิส ศิริวรรณ. (2549). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินเตอร์เนชันแนล.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิต
แห่งชาติ.
- ชญาณิน บุหลันพุกษ์. (2549). ระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ เอไอเอส
เขเปนด คลับ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อการบริการ
ในธุรกิจร้านยา ในเขตกรุงเทพ.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาด: ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สถาบันอาหาร. (2557). ตลาดอาหารแปรรูปแข็ง เชิง. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- เชียนเป่. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารแข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.