





การประชุมวิชาการระดับชาติ
ราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างคุณค่า”

วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ที่ ๑๐๗๒/๒๕๖๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัย ครั้งที่ ๖

ด้วยสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัย ครั้งที่ ๖ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างสรรค์” ในวันเสาร์ ที่ ๕ กรกฎาคม ๒๕๖๙ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำเสนอหัวข้อความวิจัยระหว่างอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลที่สนใจที่นำไป ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ดังนี้

๑. คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการ ประกอบด้วย

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

มีหน้าที่ ให้คำปรึกษา และอำนวยความสะดวก ในการดำเนินงาน วางแผนและติดตามการดำเนินการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

๒. คณะกรรมการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- | | |
|---|---------------------|
| ๒.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนा บุญส่ง | ประธานกรรมการ |
| ๒.๒ อาจารย์เสนประเสริฐ ปานนิยม | รองประธานกรรมการ |
| ๒.๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์ | กรรมการ |
| ๒.๔ อาจารย์พัฒน์ธนกร ศรียวงศ์ | กรรมการ |
| ๒.๕ อาจารย์ทันงค์ จันทะภาคย์ | กรรมการ |
| ๒.๖ อาจารย์ ดร.นวัตต์ ประทุมศา | กรรมการและเลขานุการ |
- มีหน้าที่ อำนวยการจัดงาน วางแผนการดำเนินงาน กำกับ ดูแล ปรึกษา แนะนำ ติดตาม และประสานแต่ละฝ่าย ช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ของงาน

๓. หมายเหตุการฝ่ายต่อไป....

๓. คณะกรรมการฝ่ายเตรียมคิ่มล่วงงาน ประกอบด้วย

๓.๑ ผู้อำนวยการสถาบันฯที่ปรึกษา เทียมเดช	ประธานกรรมการ
๓.๒ นางสาวศศิวิมล กานทอง	รองประธานกรรมการ
๓.๓ นางสาวนาฎา เงินทอง	กรรมการ
๓.๔ นางสาวศศิกาญจน์ หุตผิว	กรรมการและเลขานุการ
มีหน้าที่ จัดเตรียมสำนักล่วงงานในพิธีเปิด และพิธีปิด	

๔. คณะกรรมการฝ่ายพิธีการและพิธีกร ประกอบด้วย

๔.๑ พิธีกร ห้องประชุมคณะวิทยาการจัดการ ๑ อาจารย์เสนประเสริฐ ปานเนียม	กรรมการ
อาจารย์พัชรินทร์ สุริยวงศ์	กรรมการ
อาจารย์ทงค์ จันทะมาตย์	กรรมการ
๔.๒ พิธีกรห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ห้อง ๑๘๗๑) อาจารย์พิศาล ปานแก้ว	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ	กรรมการ
๔.๓ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ห้อง ๑๘๓๖) นายศุภวัฒน์ คำมั่น	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย	กรรมการ
๔.๔ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ห้อง ๑๘๕๓) อาจารย์พัชรินทร์ สุริยวงศ์	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย	กรรมการ
๔.๕ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๕๕) อาจารย์นนคลักษณ์ นามสำลี	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย	กรรมการ
๔.๖ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๗๒) อาจารย์จตุพร บุญประเสริฐ	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย	กรรมการ
๔.๗ พิธีกร ห้องนำเสนอผลงานวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (๑๘๗๔) อาจารย์ทอนค์ จันทะมาตย์	กรรมการ
นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย	กรรมการ

มีหน้าที่ วางแผนและประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเป็นผู้ดำเนินรายการ และเป็นผู้กำกับเวลาตามกำหนดการที่วางแผนไว้ ในวันที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๕๘ จัดเตรียมพิธีเปิดและปิดงาน คิ่มล่วงงาน รายงาน คิ่มล่วงงาน เปิดงาน ดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามกำหนดการ และประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

๕. คณะกรรมการฝ่ายรับลงทะเบียนและรับรายงาน ประกอบด้วย

๕.๑ อาจารย์กั้งสุดาล สกุลพงษ์มกิตี้	ประธานกรรมการ
๕.๒ อาจารย์จุติพงษ์ อินทะนิน	รองประธานกรรมการ
๕.๓ อาจารย์ปอยพล รักการงาน	กรรมการ
๕.๔ อาจารย์บัวพรรณ คำเจลา	กรรมการ
๕.๕ นางสาวศศิกาญจน์ พูลผ้า	กรรมการ
๕.๖ นางสาวทนาบุตร ผึ้งทอง	กรรมการ
๕.๗ นางสาวศศิริเมล กะหลง	กรรมการ
๕.๘ นางสาววงศ์ภัณฑ์ ขาวผ่อง	กรรมการ
๕.๙ นักศึกษาสาขาวิชางานครุภัณฑ์	กรรมการ
๕.๑๐ นักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์และนานาชาติ	กรรมการ
๕.๑๑ อาจารย์ชลีดล อินยาหรี	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดทำรายชื่อ รับรายงานตัวผู้เข้าร่วมงาน นักวิจัย แขกผู้มีเกียรติ และประธานงานกับ

ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

๖. คณะกรรมการฝ่ายจัดสถานที่ และโสตทัศนูปกรณ์ ประกอบด้วย

๖.๑ อาจารย์แสงประเสริฐ ปานนิยม	ประธานกรรมการ
๖.๒ อาจารย์ทอนงค์ จันทะมาตย์	รองประธานกรรมการ
๖.๓ อาจารย์ ดร.อัตถภาค มนัสเดิม	กรรมการ
๖.๔ นายประศิริ แย้มเพ็ชร์	กรรมการ
๖.๕ นายเสธี ถาวรวงษา	กรรมการ
๖.๖ นายนนัช โตไนคุณต์	กรรมการ
๖.๗ นายไชรัช บุญรอด	กรรมการ
๖.๘ นางอรุณ พราหมณ์สกุล	กรรมการ
๖.๙ นางสาวอิมมาโนลด์ พรหมสินห์หน้า	กรรมการ
๖.๑๐ นายอวadhut ฤทธิอ่อน	กรรมการ
๖.๑๑ นายนพดล บุญมาก	กรรมการ
๖.๑๒ นายสมศักดิ์ นิตยพันธ์	กรรมการ
๖.๑๓ นายธิติพัทธ์ ดำรงอุด	กรรมการ
๖.๑๔ นายกอบกัตติ บัวใส	กรรมการ
๖.๑๕ นายนิษฐ์ แสงอ่อน	กรรมการ
๖.๑๖ นายนิษฐ์ มีอาเรีย	กรรมการ
๖.๑๗ นายบันดิตพงษ์ ครีรำนาภัย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๖.๑๘ นางสาววิภาดา สร้างมิน	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่ในการจัดงาน ห้องประชุม ห้องบรรยาย สถานที่นำเสนอผลงาน และสถานที่โดยรอบ และดูแลระบบไฟและเสียง จัดเตรียมไฟฟ้าสำเนอผลงานของนักวิจัย ติดตั้งที่เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับนำเสนอในห้องบรรยายทุกห้อง บันทึกภาพ และวิดีโอทัศน์ ในทุกกิจกรรมของงาน เพื่อประกอบการรายงานผล

๗. คณะกรรมการฝ่ายทั้งหมด.....

๗. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับและปฏิคม ประกอบด้วย

๗.๑ อาจารย์พชรินทร์ สุริยะวงศ์	ประธานกรรมการ
๗.๒ นางอรุณ พราหมณ์สิกา	รองประธานกรรมการ
๗.๓ นางสาวอافيةนันธ์ พรหนสีห์หน้า	กรรมการ
๗.๔ นางสาวนาตาขุ เงินทอง	กรรมการ
๗.๕ นางสาวศศิริวิมล กานพล	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ ให้การต้อนรับแขกผู้มีเกียรติ ผู้เข้าร่วมงาน และนักวิจัยที่มาบำบัดผลงาน ตลอดจนจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจนน้องใหม่ ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๘. คณะกรรมการฝ่ายสวัสดิการ ประกอบด้วย

๘.๑ อาจารย์ ดร.นวัตต์ ประทุมดา	ประธานกรรมการ
๘.๒ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง	รองประธานกรรมการ
๘.๓ นางสาวอافيةนันธ์ พรหนสีห์หน้า	กรรมการ
๘.๔ นางสาวศศิริวิมล ภูมิพิริยา	กรรมการ
๘.๕ นางสาวนาตาขุ เงินทอง	กรรมการ
๘.๖ นางญูเรซ ชูเนียม	กรรมการ
๘.๗ นางสมร มาลัยเดช	กรรมการ
๘.๘ นางอรุณ พราหมณ์สิกา	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดเตรียมคุปยองอาหาร และจัดเตรียมอาหารว่าง อาหารกลางวัน และเครื่องดื่ม ให้ผู้เข้าร่วมงานทุกคนตลอดการประชุมสัมมนา

๙. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำที่พิบัตร และโล่รางวัลนักวิจัยดีเด่น ประกอบด้วย

๙.๑ อาจารย์ ดร.นวัตต์ ประทุมดา	ประธานกรรมการ
๙.๒ นางสาวนาตาขุ เงินทอง	รองประธานกรรมการ
๙.๓ นางสาวศศิริวิมล กานพล	กรรมการ
๙.๔ นางสาวนาตาขุ เงินทอง	กรรมการ
๙.๕ นางสาวศศิริวิมล ภูมิพิริยา	กรรมการ
๙.๖ นายบัณฑิตพงษ์ หรืออ้วนวย	กรรมการและเลขานุการ
๙.๗ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มีหน้าที่ จัดทำที่พิบัตร สำหรับผู้ที่ได้รับรางวัลสำหรับนักวิจัยดีเด่น

๑๐. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำเอกสารประมวลการนำเสนอผลงานวิจัย ประกอบด้วย

๑๐.๑ อาจารย์แสงประเสริฐ ปานเนียม	ประธานกรรมการ
๑๐.๒ อาจารย์ ดร.นวัตต์ ประทุมดา	รองประธานกรรมการ
๑๐.๓ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง	กรรมการ
๑๐.๔ นางสาวศศิริวิมล กานพล	กรรมการ
๑๐.๕ นางสาวศศิริวิมล ภูมิพิริยา	กรรมการ
๑๐.๖ นางสาวนาตาขุ เงินทอง	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ รวบรวมบทความวิจัยทั้งหมด จัดรูปแบบ และรูปเล่ม Proceedings และส่งพิมพ์

๑๓. คณะกรรมการฝ่ายคูณและวิทยากรประจำห้อง ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| ๑๓.๑ อาจารย์กั้งสุดาล สุคุณสม์มาศ | ประธานกรรมการ |
| ๑๓.๒ อาจารย์จิตพิร อินทะนิน | รองประธานกรรมการ |
| ๑๓.๓ อาจารย์ปองพล รักการงาน | กรรมการ |
| ๑๓.๔ อาจารย์นัวพรรณ คำเหลา | กรรมการ |
| ๑๓.๕ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมศาสตร์ | กรรมการ |
| ๑๓.๖ นักศึกษาสาขาวิศวกรรมศาสตร์ | กรรมการ |
| ๑๓.๗ อาจารย์พีระ อันยาหรี | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ คูณ อำนวยความเห็นด้วยให้วิทยากรประจำห้องประชุม และห้องสัมมนาอย่าง

๑๔. คณะกรรมการฝ่ายนิทรรศการ ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| ๑๔.๑ อาจารย์เสนประเสริฐ ปานเนียม | ประธานกรรมการ |
| ๑๔.๒ อาจารย์ทนงค์ จันทะนภากย์ | รองประธานกรรมการ |
| ๑๔.๓ อาจารย์ ดร.นรัตน์ ประทุมตา | กรรมการ |
| ๑๔.๔ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง | กรรมการ |
| ๑๔.๕ นายบัณฑิตพงษ์ ศรีอัมนา | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๔.๖ นางสาวศศิวิมล กานหล | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

มีหน้าที่ วางแผน ออกแบบ จัดตกแต่งสถานที่ ในการจัดงาน

๑๕. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| ๑๕.๑ อาจารย์เสนประเสริฐ ปานเนียม | ประธานกรรมการ |
| ๑๕.๒ นางสาวทิพย์วรรณ ทองสันตุชช์ | รองประธานกรรมการ |
| ๑๕.๓ นางสาวศศิภาณุจันทร์ พูลผิว | กรรมการ |
| ๑๕.๔ นางอรุณ พราหมณ์สิงหา | กรรมการ |
| ๑๕.๕ นางสาวชนนาฎุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๑๕.๖ นางสาวศศิภาณุจันทร์ พูลผิว | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ ขออนุมัติจัดซื้อจัดจ้าง จัดทำภารกิจเบิกจ่ายเงิน ควบคุม ตรวจสอบหลักฐานการเงิน และ การเบิกจ่ายเงิน จัดซื้อจัดจ้างงานที่เกี่ยวกับโครงการ และงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๖. คณะกรรมการฝ่ายติดตามประเมินผล และรายงานผลโครงการ ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑๖.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.ภญญา บุญส่ง | ประธานกรรมการ |
| ๑๖.๒ อาจารย์ ดร.นรัตน์ ประทุมตา | รองประธานกรรมการ |
| ๑๖.๓ นางสาวนงลักษณ์ ขาวผ่อง | กรรมการ |
| ๑๖.๔ นางสาวศศิภาณุจันทร์ พูลผิว | กรรมการ |
| ๑๖.๕ นางสาวศศิวิมล กานหล | กรรมการ |
| ๑๖.๖ นางสาวชนนาฎุช เงินทอง | กรรมการ |
| ๑๖.๗ นายบัณฑิตพงษ์ ศรีอัมนา | กรรมการและเลขานุการ |

มีหน้าที่ จัดทำแบบประเมินผลโครงการ รวมรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการ

ทั้งนี้ ขอให้คณะกรรมการ.....

การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6 | 1482

๖

ทั้งนี้ ขอให้คณะกรรมการทุกฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ
และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

สั่ง ณ วันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิวัติ กลิ่นงาม)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ฝ่ายวิจัย



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ที่ ๑๐๘๙/๒๕๕๗

เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัย

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการประกันวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทย ที่ยั่งยืน ครั้งที่ ๖ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด บรรลุตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ จึงเห็นควรแต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัยก่อนตัดสินใจใน รายงานสืบเนื่องจากการประกันวิชาการ (Proceedings) เพื่อประโยชน์ตามมาตรฐาน ๔ แห่งพระราชบัญญัติ จ้าตัววัย หลักเกณฑ์วิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๕๖ และมาตรฐาน ๓/๑ แห่งพระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารว่าด้วยราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๕๗ จึงแต่งตั้งกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัย ดังนี้

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- ๑.๑ ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิม บุรีภักดี
- ๑.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ วิสุทธิ์แพทบ
- ๑.๓ รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ท้ายเรือคำ
- ๑.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา รัชวิทยเดช
- ๑.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นีชัย เอี่ยมเจนดา
- ๑.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสิษฐ์ สาขะวิจารณ
- ๑.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีโรจน์ เจรภกัลกังณ
- ๑.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภราวนา พุ่มไสว
- ๑.๙ อาจารย์ ดร.ธเนศ ต้วนยะเออม
- ๑.๑๐ อาจารย์ ดร.ไชยรู สุสมฤทธิ์
- ๑.๑๑ อาจารย์ ดร.ทวีรัตน์ นาลข่าว
- ๑.๑๒ อาจารย์ ดร.ทดสอบ ส่องจันทร์
- ๑.๑๓ อาจารย์ ดร.อนุชาราท ไชยทองศรี
- ๑.๑๔ อาจารย์ ดร.โภนยง โต๊ะทอง

//๒. ผู้ทรงคุณวุฒิ.....

~ ๒ ~

๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- ๒.๑ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนा บุญสิ่ง
- ๒.๒ รองศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ศิริโนานวงศ์
- ๒.๓ รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ผ่องรักษ์
- ๒.๔ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์
- ๒.๕ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธัน พากเจัน
- ๒.๖ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สริตา บันเชีย
- ๒.๗ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โนภาพร กล้าสกุล
- ๒.๘ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรณ์
- ๒.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ໄ芍เรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา
- ๒.๑๐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาณี เพือกบัวขาว
- ๒.๑๑ อาจารย์ ดร.วิวัฒน์ สุขแสลงรัตน์
- ๒.๑๒ อาจารย์ ดร.นนรัตน์ ประหมุดา
- ๒.๑๓ อาจารย์ ดร.อัตถภาพ มนต์เต็ม
- ๒.๑๔ อาจารย์ ดร.พูนศรี พิทย์เมือง
- ๒.๑๕ อาจารย์ ดร.ศิริวรรณ แคลงฉ่า
- ๒.๑๖ อาจารย์ ดร.สุกัญรัตน์ คงงาม
- ๒.๑๗ อาจารย์ ดร.นิธุ ล้ำเดช
- ๒.๑๘ อาจารย์ ดร.ทัดทอง พราหมณ์
- ๒.๑๙ อาจารย์ ดร.สุทธารัตน์ ไชยเฉลิม
- ๒.๒๐ อาจารย์ ดร.รุ่งกานต์ กล้าหาญ

ทั้งนี้ ให้กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความวิจัยที่แต่งตั้งทำหน้าที่ในการพิจารณาบทความวิจัยให้มีคุณภาพตามหลักวิชาการโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากลนิยม

สั่ง ณ วันที่ ๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธุ กล้าหาญ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ฝ่ายวิจัย



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพรบูรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6
วันเสาร์ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพรบูรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด
(มหาชน)

The Marketing Mix Factors That Affect the Service Behavior of Siam Global House Public Company Limited (Thailand)

วัสดุสารานุรักษ์ พัฒนาบุญรักษา (Passaranut Patthanunurak)* สันติธร ภูริภักดี (Santidhorn Pooripakdee, Ph.d)**
บริหารธุรกิจ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กันตเมศร์วัสดุภัณฑ์ 50/1 หมู่ 5 ต.บ่อพลับ อ.เมือง จ.นครปฐม Tel: 092-3756886 E-mail: passaranut.p@gmail.com

บริหารธุรกิจ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1 ต.สามพระยา อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี 76120 Tel 03259-4043-50 (41227) E-mail: santidhorn@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรวมทั้งศึกษากลยุทธ์การได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่บริษัทสยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม จำนวน 400 คน ร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้บริหาร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติโคเรสแคร์ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ กลุ่มลูกค้า ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มปูนซีเมนต์และโครงสร้างที่ซื้อครั้งล่าสุด ($\chi^2 = 150.50$, $Sig = 0.000$) ช่วงเวลา ($\chi^2 = 285.35$, $Sig = 0.000$) สาเหตุหลักที่ทำให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 253.18$, $Sig = 0.000$) ความถี่ ($\chi^2 = 137.44$, $Sig = 0.000$) มากที่สุด ส่วนระดับการศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มวัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ซื้อครั้งล่าสุด ($\chi^2 = 148.98$, $Sig = 0.000$) ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ($\chi^2 = 79.97$, $Sig = 0.000$) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ($\chi^2 = 86.81$, $Sig = 0.000$) รูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ ($\chi^2 = 95.06$, $Sig = 0.000$) มากที่สุด 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มปูนซีเมนต์ และโครงสร้างที่ซื้อครั้งล่าสุด ($F = 14.37$, $Sig = 0.000$) ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ($F = 5.01$, $Sig = 0.000$) ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า ($F = 45.90$, $Sig = 0.000$) สาเหตุหลักที่ทำให้นิยมซื้อสินค้าในร้านโกลบอลเฮ้าส์ สาขานครปฐม ($F = 8.69$, $Sig = 0.000$) ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโกลบอลเฮ้าส์ สาขานครปฐม ($F = 24.45$, $Sig = 0.000$) ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มวัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ซื้อครั้งล่าสุด ($F = 12.41$, $Sig = 0.000$) รูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ ($F = 6.18$, $Sig = 0.002$) ด้านราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่าย ต่อครั้งโดยประมาณที่ซื้อสินค้า ($F = 15.51$, $Sig = 0.000$) 3) สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ภาวะโลกร้อน กระแสการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเปิดเสรีทางการค้า นโยบายส่งเสริมการสร้างที่อยู่อาศัยของภาครัฐ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี 4) ข้อได้เปรียบท่องกิจการ ได้แก่ การจดจำรายละเอียดของลูกค้าประจำ การให้บริการที่ดี สินค้าหลากหลาย และมีคุณภาพ มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง มีฐานข้อมูลลูกค้าและสินค้า นำเทคโนโลยีใช้ในระบบจัดเก็บสินค้าเจึงช่วยลดต้นทุน มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม เนื่องจากองค์กรมีได้เปิดเครือดิลลูกค้าสามารถเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับคู่แข่งได้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่าย การจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเองเป็นจุดเด่นที่ลูกค้าเลียนแบบได้ยาก และยังมีการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

The objectives of this Mixed Method research were to study the individual factors, the marketing mix factors that affect the service behavior and the advantage of the business enterprise. The data was collected by questionnaires from 400 customers of Siam Global House PCL, Muang



Nakhon pathom Branch by convenience sampling. The interview of branch manager was also conducted. The data was analyzed through frequencies, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing by Chi-square and one-way ANOVA.

The result found that 1) Group of customer influenced on last purchase of Cement and structures products (Chi-square = 150.50, Sig = 0.000), time (Chi-square = 285.35, Sig = 0.000), reasons for purchasing (Chi-square = 253.18, Sig = 0.000), frequency (Chi-square = 137.44, Sig = 0.000). Education level influenced on last purchase of Decorative Building Material product (Chi-square = 148.98, Sig = 0.000), Influential person Chi-square = 79.97, Sig = 0.000) Expense (Chi-square = 86.81, Sig = 0.000), Payment type (Chi-square = 95.06, Sig = 0.000). 2) Process influenced on last purchase of Decorative Building Material product ($F = 14.37$, $Sig = 0.000$), Influential person ($F = 5.01$, $Sig = 0.000$), time ($F = 45.90$, $Sig = 0.000$), reasons for purchasing ($F = 8.69$, $Sig = 0.000$), frequency ($F = 24.45$, $Sig = 0.000$). Product influenced on last purchase of Decorative Building Material product ($F = 12.41$, $Sig = 0.000$), Payment type ($F = 6.18$, $Sig = 0.002$) and Price influenced on expense ($F = 15.51$, $Sig = 0.000$). 3) the external factors influencing business operation are the lifestyle of new generation who want one-stop service, global warming, the trend of construction materials which are environmental friendly, ASEAN Free Trade Area, the government policies about the residence construction support, the exchange rate fluctuation, the changing of technology. These factors influenced customers to find more information via Internet. 4) In terms of resources management in business operation, there were the advantages such as good service quality, various and quality products with their own brand, along to the customers and product database. There is technology use for store management to reduce operation cost. The location is appropriate. However, the customers can buy products from competitors because the company has no credit application to the customers. In terms of unique of the organization are the good relationship to distributors, selling own products, distinctive and different services from competitors, along to adapt the benefits from researches and development to develop the organization.

Keywords: Marketing mix, Consumer behavior

1. ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ภาพรวมของตลาดวัสดุก่อสร้างตลอดปี 2557 มีการชะลอตัวเนื่องจากการเติบโตของยอดขายสินค้าชั้นนำอยู่ กับพิศทางของอุตสาหกรรมก่อสร้างเป็นหลัก เนื่องจากทั้งภาครัฐและเอกชนมีการชะลอการก่อสร้างจากปัญหาทาง การเมือง อย่างไรก็ตามการเติบโตของตลาดวัสดุก่อสร้างได้รับอนิสงส์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกต่างๆ ในกลุ่มประเทศ CLM (กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมาร์) (ศูนย์วิจัยสิกรไทย, 2557)

ตลาดวัสดุก่อสร้างมีผู้ประกอบการรายใหญ่หลายราย รูปแบบการแข่งขันที่สำคัญคือการขยายสาขาแบบก้าว กระโดด เพื่อครอบคลุมพื้นที่ทำเลทองก่อนคู่แข่ง ผู้ประกอบการบางรายหันมาลงทุนในกลุ่มวัสดุก่อสร้างให้ หลากหลายเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครบถ้วน segment (หนังสือพิมพ์มติชน, 2556) พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการอธิบาย ถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลให้เกิดความหลากหลายในพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดได้หันมาให้ ความสนใจ เนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่สามารถนำมาซึ่งความสำเร็จของผู้บริโภคที่มีต่อรายได้ทั้งของผลิตภัณฑ์ (ภา วิณี กาญจนากา, 2554)

จากการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันทำให้ บริษัท สยาม โกลบอล เอ็กซ์ จำกัด (มหาชน) ต้องปรับตัวเพื่อสร้าง ความสามารถในการแข่งขันในด้านต่างๆ เช่น ขยายการลงทุน การขยายสาขา จัดหาให้มีสินค้าคงคลังและบริการที่ หลากหลายครอบคลุม รวมทั้งการแข่งขันด้านราคาและกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งจำเป็นต้องใช้งบประมาณ จำนวนมาก ส่งผลให้สัดส่วนกำไรสุทธิของกิจการลดลงในปี 2557

**การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6**
วันเสาร์ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท สยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บ.สยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม
- เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บ.สยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม
- เพื่อศึกษากลยุทธ์การได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้นนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ บริษัท สยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน)

3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยศึกษา "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัทสยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ. เมือง จ.นครปฐม "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าปัลเล็ก กลุ่มร้านค้าช่วง กลุ่มผู้รับเหมา และกลุ่มโครงการก่อสร้าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัทสยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ. เมือง จ.นครปฐม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าปัลเล็ก กลุ่มร้านค้าช่วง กลุ่มผู้รับเหมา และกลุ่มโครงการก่อสร้าง จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

3.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล "ได้แก่ กลุ่มลูกค้า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด "ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ บริษัท สยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม

3.4 ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาครั้นนี้ ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จนถึงการประมวลผลวิเคราะห์และสรุปอภิปราย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2558 - พฤษภาคม 2559 รวมระยะเวลา 6 เดือน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยศึกษา "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัทสยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ. เมือง จ.นครปฐม "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าปัลเล็ก กลุ่มร้านค้าช่วง กลุ่มผู้รับเหมา และกลุ่มโครงการก่อสร้าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริษัทสยามโกลบอลເຊົ້າສົ່ງ จำกัด (มหาชน) สาขา อ. เมือง จ.นครปฐม "ได้แก่ กลุ่มลูกค้าปัลเล็ก กลุ่มร้านค้าช่วง กลุ่มผู้รับเหมา และกลุ่มโครงการก่อสร้าง จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัย



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันเสาร์ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประเด็นหรือแนวคิดมา สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้ SPELT Analysis เพื่อวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมด้านสังคม (Social) ด้านการเมือง (Political) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านกฎหมาย (Legal) และด้านเทคโนโลยี (Technology) ที่ส่งผลกระทบต่องค์กร ร่วมกับ VRIO Framework Analysis ศึกษาข้อได้เปรียบใน การดำเนินธุรกิจขององค์กร (V: Value) คุ้มค่าที่ส่งผลกระทบต่องค์กรและประเด็นที่ใช้ในการแบ่งชั้น (R: Rareness) ความยากต่อการลอกเลียนแบบข้อได้เปรียบขององค์กร (I: Inimitability) และการจัดการการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ที่มีอยู่ขององค์กร (O: Organization)

2.2 แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านโกลบอเล็กซ์ สาขานครปฐม ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์กลุ่ม บุบซีเมนต์และโครงสร้างที่ซื้อครั้งล่าสุด ผลิตภัณฑ์กลุ่มวัสดุตกแต่ง สำหรับงานตกแต่งอาคารที่ซื้อครั้งล่าสุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณที่ซื้อสินค้า สาเหตุหลักที่ทำให้ นิยมซื้อสินค้าจากการร้านโกลบอเล็กซ์สาขานครปฐม รูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ และความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทาง การตลาด 7P Marketing Mix's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ ส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางภาษาพ แลด้านกระบวนการบริการ

นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบและนำ ข้อผิดพลาดในแบบสอบถามมาแก้ไขให้แบบสอบถามนี้ให้มีความสมบูรณ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของ เครื่องมือวัดโดยหากค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของ ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการนำ แบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.868 ซึ่งอยู่ใน เกณฑ์ที่ยอมรับได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและตรวจสอบความเชื่อมั่นแล้วไปทำการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.1) การวิจัยเชิงคุณภาพ หลังจากรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการรวบรวม ข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาบทหวานจากเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว จะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ และเรียบเรียงข้อมูล เพื่อนำเสนอตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ SPELT Analysis และ VRIO Framework

3.2) การวิจัยเชิงปริมาณ จำแนกออกเป็นสองส่วน ดังนี้

3.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุमาน (Inferential Statistics Analysis) ทดสอบ ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นการวัดค่าแบบนามบัญญัติโดยใช้สถิติ Chi-square Test และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6
วันเสาร์ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทโกลบอลເຊົາສ໌ สาขานครปฐມ ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มลูกค้า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมจำนวน 8 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มปูนซีเมนต์และโครงสร้างที่ขึ้นร่องล่าสุด ผลิตภัณฑ์กลุ่mvัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ขึ้นร่องล่าสุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณที่ขึ้นร่องล่าสุด สาเหตุหลักที่ทำให้นิยมซื้อสินค้าในร้านโกลบอลເຊົາສ໌สาขานครปฐມ รูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ และความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโกลบอลເຊົາສ໌สาขานครปฐມ

2. เพศ ส่งผลต่อพฤติกรรมจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่mvัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ขึ้นร่องล่าสุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เลือกซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณที่ขึ้นร่องล่าสุด สาเหตุหลักที่ทำให้นิยมซื้อสินค้าในร้านโกลбалເຊົາສ໌สาขานครปฐມ รูปแบบการชำระค่าสินค้าและบริการ และความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโกลbalເຊົາສ໌สาขานครปฐມ

3. อายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่mvัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ขึ้นร่องล่าสุด และผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังแสดงในตารางที่ 1

ซึ่งสอดคล้องกับ ภาวนี กานุจนา (2554 : 72) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์รวมถึง อายุ เพศ วัยชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญกับการตัดสินใจ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ตามที่ได้กล่าวไว้

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม ด้วยสถิติโคเรลล์แคร์

พฤติกรรมการใช้บริการ	ค่าสถิติ	ค่าปัจจัย	เพศ	อายุ	รายได้	ต้นทุนวัสดุตกแต่ง	ค่าไฟ	เวลาเดินทาง
ผู้คนที่ต้องการซื้อสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายสูง	Chi-square	150.50*	0.64	63.41*	59.66*	107.92*	10.00	26.66*
	Sig.	0.000	0.004	0.000	0.000	0.000	0.125	0.002
ผู้คนที่ต้องการซื้อสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ	Chi-square	148.52*	16.93*	163.62*	135.94*	148.98*	28.13*	35.26*
	Sig.	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.005	0.009
ผู้ที่ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้า	Chi-square	59.55*	41.38*	63.37*	30.01*	79.97*	22.03*	23.67*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.005
ผู้ที่ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้า	Chi-square	285.35*	30.26*	26.54*	147.73*	122.53*	0.97	40.60*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.915	0.000
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้ในการซื้อสินค้า	Chi-square	48.52*	42.51*	50.42*	48.40*	36.81*	12.49	60.26*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.131	0.000
ต้นทุนวัสดุที่ต้องการซื้อสินค้าในร้านโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม	Chi-square	253.18*	13.91*	126.34*	138.31*	176.22*	11.55	39.82*
	Sig.	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.316	0.000
ค่าไฟและการซื้อสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายสูง	Chi-square	55.17*	10.11*	35.87*	32.90*	95.06*	5.15	30.08*
	Sig.	0.000	0.006	0.000	0.000	0.000	0.272	0.000
ความถี่ในการซื้อสินค้าที่ต้องการซื้อสินค้าในร้านโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม	Chi-square	137.44*	13.56*	52.95*	84.51*	101.12*	3.94	43.77*
	Sig.	0.000	0.004	0.000	0.000	0.000	0.685	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลิตภัณฑ์กลุ่mvัสดุตกแต่งโครงสร้างที่ขึ้นร่องล่าสุด ผลิตภัณฑ์กลุ่mvัสดุตกแต่งสำหรับงานตกแต่งอาคารที่ขึ้นร่องล่าสุด ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณที่ขึ้นร่องล่าสุด และความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

2. ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการบริการ

3. สาเหตุหลักที่ทำให้นิยมซื้อสินค้าในร้านโกลbalເຊົາສ໌ สาขานครปฐม แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการบริการ



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันเสาร์ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

4. รูปแบบการชำรุดค่าเสื่อมค้าและบริการ แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอสักข์ณทางภาษาพหุ และด้านกระบวนการบริการ ดังแสดงในตารางที่ 2

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาลักษณ์ เลิศศักดิ์พันธ์ (2558) ศึกษาลักษณะการสร้างความได้เปรียบจาก การแข่งขันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตประเภทสมไม้ร์ของธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจคือด้านราคา และการ ส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการบัตรฯ กลบลอลาย์ส สาขาบ้านปูรุณ

พหุปัจจัยรวมมาใช้ประกอบ	พัมมิกิ	ค่า F	ค่า t	ค่า t	ค่า t	ค่า t	ค่า t	ค่า t
		F	สถิติ t	t ทางขวา	t ทางซ้าย	t ทางขวา	t ทางซ้าย	t ทางขวา
ผลิตภัณฑ์ที่ดูดซึ�บเงินแบบโนร์มาร์ทที่ต้องชำระค่าสุก	F	9.03*	4.29*	3.16*	5.33*	3.10*	3.04*	14.37*
	Sig.	0.000	0.005	0.025	0.001	0.027	0.017	0.000
ผลิตภัณฑ์ที่ดูดซึ่งวัสดุตามต้องการเงินตามกฎหมายที่ต้องชำระค่าสุก	F	12.41*	6.26*	9.35*	5.34*	8.70*	4.00*	7.83*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
ผู้บริโภคที่ต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก	F	1.62	0.39	0.34	4.63*	2.05	2.69*	5.01*
	Sig.	0.185	0.449	0.796	0.003	0.107	0.046	0.002
ผู้คนที่ต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก	F	17.35*	12.04*	1.14	36.77*	23.23*	16.96*	45.90*
	Sig.	0.000	0.000	0.323	0.000	0.000	0.000	0.000
ห้ามใช้บัตรเดบิตที่ต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก	F	15.51*	29.53*	11.67*	7.44*	9.98*	7.91*	3.66*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.006
สะดวกในการใช้บัตรเดบิตที่ต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก	F	7.15*	2.78*	1.13	4.45*	2.34*	1.42	8.69*
	Sig.	0.000	0.018	0.342	0.001	0.041	0.215	0.000
ออกแบบบ้านที่ต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก	F	6.18*	2.43	2.56	0.79	1.31	3.62*	5.09*
	Sig.	0.002	0.009	0.079	0.457	0.271	0.027	0.003
គิจการที่ไม่สามารถต้องชำระเงินตามต้องการที่ต้องชำระค่าสุก สาขาบ้านปูรุณ	F	21.08*	14.68*	10.07*	21.63*	18.17*	6.18*	24.45*
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด SPELT Analysis พบว่า

1. ด้านสังคม (Social) ความต้องการบริการที่ครบวงจรจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบของคนในปัจจุบัน ภาวะโลกร้อน กระแสการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่ผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและดีต่อสุขภาพ

2. ด้านการเมือง (Political) แม้จะทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศเกิดการชะลอ แต่นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการสร้างที่อยู่อาศัย ทำให้สินค้าก่อสร้างภายใต้ร้านขายดี

3. ด้านเศรษฐกิจ (Economic) พบว่า มีนโยบายขยายสาขาวิชาภายใต้ประเทศจากการเปิดการค้าเสรี และมีความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

4. ด้านกฎหมาย (Legal) พบว่าไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด

5. ด้านเทคโนโลยี (Technology) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถเปรียบเทียบหรือหาข้อมูลสินค้าและราคาง่ายอินเตอร์เน็ตมากขึ้น

แนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจ จำกแนวคิด VRIO frameworks

1. V: Value หรือ ข้อได้เปรียบที่กิจการ บริษัทเน้นการให้บริการด้วยความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการจดจำรายละเอียดของลูกค้าประจำทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีสินค้าครอบคลุมทุกประเภทของงานก่อสร้าง และเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง มีฐานข้อมูลลูกค้าและสินค้า เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการให้บริการอยู่เสมอๆ

2. R: Rareness หรือ คู่แข่งและผลกระทบต่อองค์กรจากการแข่งขัน พบว่า ยังไม่มีคู่แข่งรายสำคัญสำหรับ กลบลอลาย์สาขา อ.เมือง จ.นครปฐม เนื่องจากยังไม่มีร้านค้าในรูปแบบดังกล่าวตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่คู่แข่ง ประเภทร้านค้าเช่นห้องอาหารอย่างเป็นร้านค้าขนาดเล็ก มีสินค้าไม่หลากหลายเท่ากับกลบลอลาย์



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6 วันเสาร์ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

3. I: Imitability หรือ ความง่ายในการลอกเลียนแบบ คือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่าย ในประเทศและการครอบครองตราสินค้าที่มีชื่อเสียง การจำหน่ายสินค้าแบรนด์ของตนเองโดยเฉพาะ ทำให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาย่อมเยา สินค้าจะเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีบริการที่ได้เด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

4. O: Organization หรือ การจัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร พบว่าบริษัทใช้ประโยชน์จากการวิจัย และพัฒนาของบริษัทฯ นำมาพัฒนาองค์กรให้ดีอยู่เสมอ เช่น ระบบการจัดเก็บสินค้าที่หันสมัยเข้ากับระบบขาย POS (Point of sell) ร้านค้าในรูปแบบใหม่ซึ่งจะทำให้ระดับการบริการ (Service level) สูงขึ้นและเป็นมาตรฐานใหม่ของวงการค้าปลีกของเมืองไทย การพัฒนาระบบ computer software ที่ใช้เป็นระบบ ERP สมบูรณ์แบบที่สุด รวมทั้ง การมีทีมงานบริหารที่มีความสามารถเนื้อကู่แข่ง และที่สำคัญ คือ การมีวัฒนธรรมขององค์กรที่เข้มแข็ง ปลูกฝัง พนักงานกล่าวทักษะ การใช้oyer ยื้มบริการลูกค้าและบริการด้วยความเต็มใจ ถือเป็นการส่งต่อการบริการที่มีคุณภาพจากบุคลากรคุณภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Thomas L. Wheelen and J. David Hunger (2002) ที่ว่า การนำเทคโนโลยี ที่เหมาะสมเข้าไปใช้งานจะช่วยลดต้นทุนหรือเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ที่กล่าวว่า การที่บุคลากรจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่าง เนื่องจากคู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

1. บริษัทควรศึกษาความเป็นไปได้ในการให้เครดิตแก่ลูกค้า โดยอาจพิจารณาดำเนินการในกลุ่มลูกค้าขาประจำที่เป็นผู้รับเหมา ก่อสร้างก่อน เนื่องจากเป็นลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือสูงและใช้บริการบ่อยๆ มาเป็นระยะเวลา ยาวนานแล้ว หากประสบความสำเร็จขยายผลไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ต่อไป

2. ควรพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง แนะนำสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมสินค้าระหว่างสินค้า ที่มีชื่อเสียง กับสินค้าของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพที่ใกล้เคียงกันในราคากลางๆ แต่ก็ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า

3. ด้านราคา ควรเปรียบเทียบราคาสินค้าชนิดเดียวกันกับคู่แข่ง และตั้งราคาให้สามารถแข่งขันได้ ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถทำกำไรได้

5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมถึงมีบริการส่งสินค้าถึงที่

6. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด สำหรับสินค้าที่ราคาสูงควรอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถผ่อนชำระสินค้าได้ หรือให้ส่วนลดพิเศษ ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรที่เป็นสถาบันการเงิน เป็นต้น

7. ด้านบุคลากร ควรจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ราคาสินค้า ให้พนักงานทราบและสามารถนำไปอธิบายลูกค้าได้ โดยอาจแบ่งพนักงานเป็นหมวดหมู่ และมีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละหมวดสินค้าอยู่ให้ความรู้และคำแนะนำ

8. ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงการตกแต่ง และบรรยากาศของร้านให้มีความสวยงาม ผ่อนคลาย โปร่ง โล่งสบาย น่าเดินชมดูสินค้า และมีจุดแสดงสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ลองสัมผัสหรือลองใช้ได้ในบางชนิด

9. ด้านกระบวนการบริการ ควรเพิ่มความรวดเร็วและถูกต้องในการเปลี่ยนซ่อมหรือส่งคืนสินค้า อย่างติดตามสถานะสินค้าที่ถูกส่งมาเปลี่ยนซ่อมให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและประทับใจให้กับลูกค้า

7. เอกสารอ้างอิง

กฤตวรรณ พริ้งสกุล. (2557). “ปัจจัยเกื้อหนุนกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ การสร้างข่ายสายเครือข่ายให้ดีในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ รัตนบุรี.



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืน ครั้งที่ 6

วันสาร์ที่ 9 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กัลยาลักษณ์ เลิศสกลพันธ์. (2558). “กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบจากการแข่งขันทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตประเภทสมมิล์ของธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร”.

วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 2, 1 (มกราคม – มิถุนายน, 2558)

บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน). (2557). รายงานประจำปี พ.ศ. 2557. เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน. เข้าถึงได้จาก http://www.globalhouse.co.th/investor_annualreport.php

ภาวนิช กาญจนากา. (2554). หลักการตลาด = Principles of marketing. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ศิริวรรณ เศรีรัตน และคณะ. (2546). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ: ไดมอน อิน บิสสิเน็ต เวิร์ก.

หนังสือพิมพ์มติชน. 23 เมษายน 2556. จับตามองธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้าน...เดิบโตสูง แข่งขันรุนแรง. เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน. เข้าถึงได้จาก

http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1366714719

ศุนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). คาดตลาดวัสดุก่อสร้างครึ่งหลังปี 2557 พื้นตัว...หลังจากนโยบายลงทุนภาครัฐชัดเจน (กระแสแรง ฉบับที่ 2516). เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน. เข้าถึงได้จาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=32859>

Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Wheelen, Thomas L. and Hunger, J. David. (2008). Strategic Management and Business Policy 11st ed. Prentice Hall Inc.