

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภค ในจังหวัดชลบุรี

## Factors Affecting Decision on Purchasing Plant-Based Food of Consumers in Chonburi Province

รวีพันธ์ จิ่งสงวนสิทธิ์ / Raveenan Chungsanguansit

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา / Faculty of Economics at Sriracha,  
Kasetsart University Sriracha Campus

Email: raveenan.c@ku.th

นรารักษ์ บุญญานาม / Nararuk Boonyanam

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา / Faculty of Economics at Sriracha,  
Kasetsart University Sriracha Campus

Email: nararuk.b@ku.th

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส (Plant-based food) ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า ปัจจัยด้านการตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด ด้านความไว้วางใจในตราสินค้า ด้านความตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม

**คำสำคัญ:** อาหารแพลนต์เบส, แบบจำลองโลจิสติก, ส่วนประสมทางการตลาด, ความไว้วางใจในตราสินค้า, ความตระหนักรู้

### Abstract

The objective of this study focused on the factors affecting the decision on purchasing Plant-based food of consumers in Chonburi Province, which consisted of demographic factors, consumer behavior, marketing mix factors (4Ps), brand trust factor, environmental and health awareness factors. Data used in this study were collected from a questionnaire from 400 samples living in Chonburi province and analyzed by the logit model. The results of the study showed that factors affect the decision to buy Plant-based food at the statistical significance level of 0.10 were gender, marital status, age, occupation, monthly income, marketing mix factors in terms of product, price, promotion, brand trust, environmental and health awareness factor.

**Keywords:** Plant-based food, Logit model, Marketing mix, Brand trust, Awareness

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22

4 กรกฎาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง

## บทนำ

อาหารนับเป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เราจึงควรใส่ใจด้วยการเลือกทานพืชผักและผลไม้ให้มากขึ้น ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ลง ก็เป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพตัวเอง ซึ่งอาหารแบบเน้นพืชเป็นหลักอาจไม่ใช่สิ่งใหม่มากนัก ผู้บริโภคทั่วโลกต่างคุ้นเคยดีในวิถีการรับประทานอยู่ในรูปของอาหารมังสวิรัต (Vegetarian) อาหารวีแกน (Vegan) และอาหารเจ (J-Chinese Vegetarian) มีปัจจัยหลายประการที่ทำให้อาหารแบบเน้นพืชได้รับความนิยมในคนบางกลุ่ม อยู่บ้างแล้ว ด้วยเหตุผลเรื่องสุขภาพหรือความเชื่อทางศาสนา แต่ในปัจจุบันนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์การอาหารที่ก้าวหน้าไปอย่างมาก ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชออกมาหลากหลายรูปแบบ อาทิ ผลิตภัณฑ์นมจากพืช ผลิตภัณฑ์เนื้อเทียมจากพืช ไข่จากพืช เป็นต้น โดยนิยมเรียกอาหารกลุ่มนี้ว่า “อาหารแพลนต์เบส” ซึ่งนับเป็นหนึ่งในอาหารแห่งอนาคต (Future Food) โดยอาหารประเภทนี้จะเข้ามาทดแทนอาหารสุขภาพแบบดั้งเดิมที่เน้นแต่การรับประทานผักและผลไม้เพียงอย่างเดียว ซึ่งอาหารแนวแพลนต์เบสนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับกลุ่มคนที่ให้ความสนใจสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้พบว่าประโยชน์ของการรับประทานอาหารแนวแพลนต์เบสดีไม่เพียงดีต่อสุขภาพร่างกายเท่านั้นแต่ยังดีต่อโลกใบนี้ด้วย เพราะการรับประทานอาหารจากพืชเป็นอีกหนึ่งวิธีที่เราช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมลดภาวะโลกร้อนได้ ยกตัวอย่างเช่น ปริมาณของก๊าซมีเทนที่เป็นปัจจัยทำให้เกิดภาวะโลกร้อน เราจึงสามารถเลือกรับโปรตีนจากพืชอย่างเต้าหู้ขาว เห็ด หรือถั่ว เพื่อทดแทนโปรตีนจากเนื้อสัตว์ได้เช่นกัน นอกจากนี้ประเด็นในเรื่องของความปลอดภัยทางด้านอาหาร (Food Security) นับเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นมากล่าวถึงในวงกว้างและผู้คนทั่วโลกเริ่มตระหนักในเรื่องนี้อย่างจริงจังเช่นกัน เรียกได้ว่าพฤติกรรมกรรมการบริโภคจะยิ่งผลักดันให้กระแสการบริโภคอาหารแพลนต์เบสแพร่หลายในวงกว้างมากขึ้น (Health Society, 2563)

ตลาดอาหารแพลนต์เบสในประเทศไทยพบว่ายังมีโอกาสการเติบโตอีกมาก ส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยบวกมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนมาเลือกรับประทานมังสวิรัตเป็นครั้งคราว (Flexitarian) นับว่า กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความน่าสนใจในโอกาสทางการตลาด (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์, 2562) อีกทั้งผลสำรวจจาก มินเทล บริษัทวิจัยการตลาดระดับโลกในประเทศสิงคโปร์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของเมือง รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพ ผลการสำรวจพบว่าคนไทย 48% เริ่มปฏิบัติวิถีการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี 53% วางแผนที่จะลดการบริโภคเนื้อสัตว์ และ 45% เผยว่าพวกเขาจะหันมารับประทานอาหารมังสวิรัต ซึ่งให้เห็นว่า ผู้บริโภคในเขตเมืองให้ความสำคัญกับการรับประทานผักมากขึ้นและลดเนื้อสัตว์น้อยลง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีรายได้ระดับกลางจะพิจารณาซื้อสินค้าจากคุณภาพมากกว่าราคา และจะตัดสินใจซื้ออาหารที่มีกระบวนการผลิตอย่างยั่งยืน กลุ่มผู้บริโภคมากกว่า 80% เต็มใจที่จะจ่ายราคาที่สูงขึ้นสำหรับอาหารที่ดีต่อสุขภาพ (BLT Bangkok, 2018) ซึ่งในประเทศไทย พบว่าจังหวัดชลบุรีมีรายได้ประชากรต่อหัวเท่ากับ 566,801 บาท ต่อคนต่อปี เป็นอันดับ 1 ของประเทศ (สำนักงานแรงงานจังหวัดชลบุรี, 2563) จังหวัดชลบุรีถือว่าเป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจด้วยรายได้ประชากรต่อหัวที่สูงทำให้มีศักยภาพด้านกำลังซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างสูง

การศึกษาครั้งนี้จึงจัดทำขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย นักการตลาด ในธุรกิจอาหารแพลนต์เบส รวมถึงผู้ที่สนใจ ในการนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในอนาคตต่อไป

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ที่เคยซื้อและไม่เคยซื้ออาหารแพลนต์เบสดีในจังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้ศึกษาไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และได้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของ

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22

4 กรกฎาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง

คอแครน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร ( $p = 0.5$ ) จากการทำนายได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน อย่างไรก็ตาม การเก็บแบบสอบถามออนไลน์อาจมีความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

#### การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้มาจากแบบสอบถามออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนั้นรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ทางสถิติของข้อมูลได้ดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistics) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแสดงผลตารางแจกแจงความถี่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Qualitative Statistics) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีค่าเป็น 1 หรือ 0 โดยมีค่าเป็น 1 แสดงว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และเมื่อมีค่าเป็น 0 แสดงว่าผู้บริโภคตัดสินใจไม่ซื้อ ในขณะที่ตัวแปรอิสระมีลักษณะเป็นทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ความไว้วางใจในตราสินค้า ความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ภายใต้สมมติฐานการศึกษาดังนี้

H<sub>0</sub>: ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

H<sub>1</sub>: ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

โดยกำหนดรูปแบบของแบบจำลองโลจิสติก ได้ดังต่อไปนี้

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \sum_i \beta_{1i} \text{sex}_i + \sum_j \beta_{2j} \text{n\_age}_j + \sum_k \beta_{3k} \text{edu}_k + \sum_l \beta_{4l} \text{status}_l + \sum_m \beta_{5m} \text{n\_occ}_m + \sum_n \beta_{6n} \text{n\_income}_n + \beta_7 \text{product2} + \beta_8 \text{price2} + \beta_9 \text{promo1} + \beta_{10} \text{place1} + \beta_{11} \text{brand1} + \beta_{12} \text{health1} + \beta_{13} \text{envi3} + \varepsilon$$

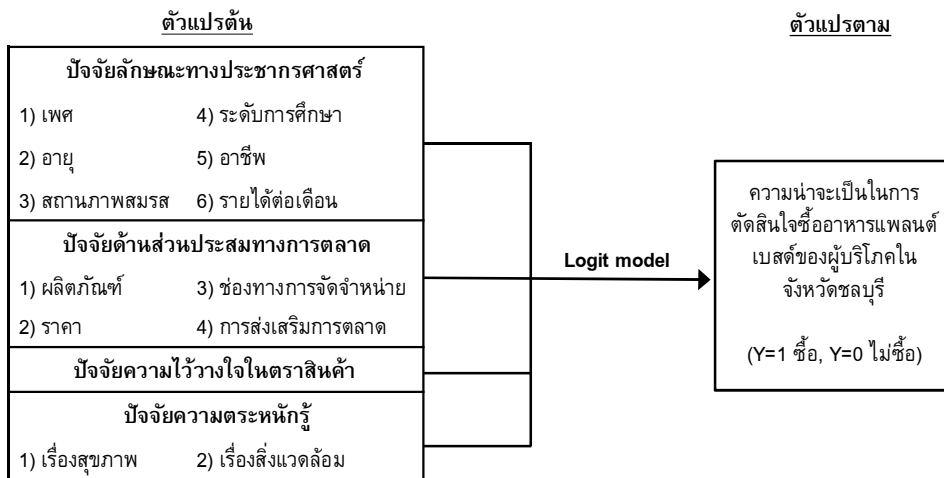
#### ตารางที่ 1 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
Y	การตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี	Y = 1 ซื้อ Y = 0 ไม่ซื้อ
P	Prob (Y=1) ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี	
$\beta$	ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง	
sex <sub>i</sub>	เพศ (เมื่อ i = 2, 3)	(Base Group = ชาย) sex <sub>2</sub> = 1 กรณี เพศหญิง และ 0 กรณีอื่นๆ sex <sub>3</sub> = 1 กรณี เพศทางเลือก (LGBTQ+) และ 0 กรณีอื่นๆ
n_age <sub>j</sub>	อายุ (เมื่อ j = 1, 3, 4)	(Base Group = 21-40 ปี) n_age <sub>1</sub> = 1 กรณี ไม่เกิน 20 ปี และ 0 กรณีอื่นๆ n_age <sub>3</sub> = 1 กรณี อายุ 41-50 ปี และ 0 กรณีอื่นๆ n_age <sub>4</sub> = 1 กรณี อายุ 51 ปีขึ้นไป และ 0 กรณีอื่นๆ

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
edu <sub>k</sub>	ระดับการศึกษา (เมื่อ k = 2, 3, 4)	(Base Group = ต่ำกว่าปริญญาตรี) edu <sub>2</sub> = 1 กรณี ปริญญาตรี และ 0 กรณีอื่นๆ edu <sub>3</sub> = 1 กรณี ปริญญาโท และ 0 กรณีอื่นๆ edu <sub>4</sub> = 1 กรณี สูงกว่าปริญญาโท และ 0 กรณีอื่นๆ
status <sub>l</sub>	สถานภาพ (เมื่อ l = 2, 3)	(Base Group = โสด) status <sub>2</sub> = 1 กรณี มีครอบครัว/แต่งงาน และ 0 กรณีอื่นๆ status <sub>3</sub> = 1 กรณี หย่าร้าง/หม้าย
n_occ <sub>m</sub>	อาชีพ (เมื่อ m = 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8)	(Base Group = พนักงานบริษัทเอกชน) n_occ <sub>1</sub> = 1 กรณี นักเรียน นิสิต นักศึกษา และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>2</sub> = 1 กรณี แม่บ้าน/พอบ้าน และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>3</sub> = 1 กรณี รับราชการ/พนักงานราชการ และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>4</sub> = 1 กรณี พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>6</sub> = 1 กรณี รับจ้างทั่วไป และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>7</sub> = 1 กรณี ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และ 0 กรณีอื่นๆ n_occ <sub>8</sub> = 1 กรณี อาชีพอื่น และ 0 กรณีอื่นๆ
n_income1 <sub>n</sub>	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (เมื่อ n = 1, 3, 4)	(Base Group = 10,001-30,000 บาท) n_income1 <sub>1</sub> = 1 กรณี ไม่เกิน 10,000 บาท และ 0 กรณีอื่นๆ n_income1 <sub>3</sub> = 1 กรณี 30,001-50,000 บาท และ 0 กรณีอื่นๆ n_income1 <sub>4</sub> = 1 กรณี 50,001 บาทขึ้นไป และ 0 กรณีอื่นๆ
product2	วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร ปราศจาก สารเจือปน หรือออร์แกนิก	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
price2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
promo1	มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เพื่อ ให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารแพลนต์เบสต์	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
place1	ช่องทางการซื้อสินค้าที่หลากหลาย ทั้งที่หน้าร้านและออนไลน์	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
brand1	ท่านเชื่อว่าอาหารแพลนต์เบสต์สามารถ ตอบสนองความต้องการที่ท่านคาดหวังในเรื่อง สุขภาพที่ดี	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
health1	ท่านคิดว่าการมีสุขภาพที่ดีนั้น เป็นสิ่งสำคัญ ของชีวิตที่มีความสุข	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
envi3	ท่านทราบว่ากระบวนการผลิตเนื้อสัตว์ มีส่วนทำ ให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งส่งผลให้ เกิดปัญหาโลกร้อน	ตามคะแนนระดับความคิดเห็น 1-5
ε	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)	

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ผลการวิจัย

**ปัจจัยทางประชากรศาสตร์** จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน (ร้อยละ 67.75) ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 182 คน (ร้อยละ 45.50) การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 306 คน (ร้อยละ 76.50) สถานภาพโสด จำนวน 234 คน (ร้อยละ 58.50) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.50) ช่วงรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00)

**พฤติกรรมของผู้บริโภค** จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เคยซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ มีจำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.75) โดยผู้ที่เคยซื้อจำนวน 263 คน นั้นส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ประเภท นมโยเกิร์ต (ร้อยละ 52.00) มีความถี่ในการซื้อ 2-3 สัปดาห์ครั้ง (ร้อยละ 23.19) ใช้งบประมาณในการซื้อต่ำกว่า 400 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 61.98) เลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 67.68) บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ ตนเอง (ร้อยละ 67.68) ได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ (ร้อยละ 81.75)

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)** จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ( $\bar{X} = 4.23$ ) ในประเด็นที่ว่า ผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์ต้องมีความสะอาด ปลอดภัย ทั้งตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.21$ ) ในประเด็นที่ว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

**ปัจจัยความไว้วางใจในตราสินค้า** จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นที่ว่าอาหารแพลนต์เบสต์เป็นอาหารที่มีคุณภาพด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค ( $\bar{X} = 3.93$ )

**ปัจจัยตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม** จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด ในประเด็นการมีสุขภาพที่ดีนั้นเป็นสิ่งสำคัญของชีวิตที่มีความสุข ( $\bar{X} = 4.49$ ) และต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมถ้าทำได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ( $\bar{X} = 4.04$ )

## การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ร่วมกับผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) สามารถอธิบายความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ และผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) (n = 400)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ )	ค่า (Std.)	Z-Stat	P-Value	Marginal Effect (dy/dx)
ค่าคงที่	-1.040	1.732	-0.600	0.548	
<b>เพศ</b>					
ชาย	(Base Group)				
หญิง	-0.044	0.307	-0.140	0.887	-0.009
ทางเลือก (LGBTQ+)	2.856	0.920	3.100	0.002***	0.284
<b>อายุ</b>					
ไม่เกิน 20 ปี	-0.073	1.182	-0.060	0.951	-0.015
21-40 ปี	(Base Group)				
41-50 ปี	0.537	0.368	1.460	0.145	0.102
51 ปี ขึ้นไป	2.265	0.867	2.610	0.009***	0.260
<b>การศึกษา</b>					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	(Base Group)				
ปริญญาตรี	2.267	0.930	2.440	0.015**	0.505
ปริญญาโท	2.183	1.004	2.180	0.030**	0.311
สูงกว่าปริญญาโท	(omitted)				
<b>สถานภาพสมรส</b>					
โสด	(Base Group)				
มีครอบครัว/แต่งงาน	-0.731	0.339	-2.160	0.031**	-0.154
หม้าย/หย่าร้าง	-0.708	0.759	-0.930	0.351	-0.161
<b>อาชีพ</b>					
พนักงานบริษัทเอกชน	(Base Group)				
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	1.388	0.887	1.570	0.117	0.207
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	2.056	0.909	2.260	0.024**	0.250
รับราชการ/พนักงานราชการ	0.524	0.397	1.320	0.186	0.099
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.156	0.832	2.590	0.010**	0.258
รับจ้างทั่วไป	1.921	0.859	2.240	0.025**	0.241
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	-0.625	0.352	-1.780	0.076*	-0.136
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>					
ไม่เกิน 10,000 บาท	0.458	0.733	0.630	0.532	0.086
10,001-30,000 บาท	(Base Group)				
30,001-50,000 บาท	1.404	0.388	3.620	0.000***	0.238
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	1.256	0.454	2.770	0.006***	0.213
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร ปราศจากสารเจือปน หรือออร์แกนิก	-0.437	0.205	-2.130	0.033**	-0.089
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	0.55	0.272	2.020	0.044**	0.112
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด</b>					
มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ความรู้เกี่ยวกับอาหารแพลนต์เบสต์	-1.117	0.247	-4.520	0.000***	-0.228

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22

4 กรกฎาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ (β)	ค่า (Std.)	Z-Stat	P-Value	Marginal Effect (dy/dx)
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ช่องทางการซื้อสินค้าที่หลากหลาย	0.262	0.218	1.200	0.229	0.053
<b>ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า</b>					
ท่านเชื่อว่าอาหารแพลนต์เบสดีสามารถตอบสนองความต้องการที่ท่านคาดหวังในเรื่องสุขภาพที่ดี	0.941	0.207	4.540	0.000***	0.192
<b>ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ</b>					
ท่านเชื่อว่าการมีสุขภาพที่ดีนั้นเป็นสิ่งสำคัญของชีวิตที่มีความสุข	-0.631	0.241	-2.610	0.009***	-0.129
<b>ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม</b>					
ท่านทราบว่ากระบวนการผลิตเนื้อสัตว์มีส่วนทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาโลกร้อน	0.281	0.148	1.890	0.058*	0.057
<b>LR chi2(25) = 110.19</b>		<b>Prob &gt; chi2 = 0.0000</b>		<b>Overall Percentage Correct = 76.65%</b>	

หมายเหตุ: \*, \*\*, \*\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ตัวเลขในวงเล็บ ( ) หมายถึง ค่า Z-Stat และตัวเลขในวงเล็บ [ ] หมายถึง ค่า Marginal Effect

แบบจำลองนี้ได้ผ่านการทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกคู่ที่มีค่าไม่เกิน 0.80

## สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่า LR Chi-Square(25) = 110.19 และ Prob Chi-Square = 0.0000 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10, 0.05 และ 0.01 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct เท่ากับ 76.65% อธิบายได้ว่า แบบจำลองดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีได้ ทั้ง 2 กรณี คือ กรณีตัดสินใจซื้อ และกรณีที่ตัดสินใจไม่ซื้อได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 76.65 และเมื่อพิจารณาแบบจำลองโลจิสติกที่ประมาณค่าได้ร่วมกับค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความน่าจะเป็นของการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, 0.05 และ 0.01 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ รายได้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด) ปัจจัยความไว้วางใจในตราสินค้า ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ส่วนตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่สามารถอธิบายความน่าจะเป็นของการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

**เพศ** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศทางเลือก (LGBTQ+) มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย ร้อยละ 28.40 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคเพศทางเลือก (LGBTQ+) มีความใส่ใจดูแลสุขภาพ และนิยมออกกำลังกาย จึงให้ความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและดูแลสุขภาพรูปร่างของตนเอง

**อายุ** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริสุทธิ์ ผึ้งผดุง (2551) ศึกษาเรื่องการดูแลสุขภาพของตนเองกล่าวว่า ในตัวแปรอายุจะมีความแตกต่างกันออกไปตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุล้วนแล้วแต่มีจุดประสงค์ ของการรับประทานอาหารแตกต่างกันออกไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะมีการใส่ใจในเรื่องของการรับประทานอาหารที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี

**ระดับการศึกษา** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 โดยการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสมากกว่ากลุ่มตัวอย่างต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50.47 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และการศึกษาในระดับปริญญาโท มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 31.12 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นได้ว่าระดับการศึกษาสูงขึ้นจึงมีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจซื้อมากกว่า เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลที่มากกว่า และระดับการศึกษาที่ต่างกันอาจส่งผลต่อแนวคิดเรื่องสุขภาพที่ต่างกันด้วย

**สถานภาพสมรส** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทิศทางตรงข้าม โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพมีครอบครัว/แต่งงาน มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด ร้อยละ 15.43 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีครอบครัว/แต่งงานโดยเฉพาะครอบครัวที่มีลูก จะนิยมทำอาหารรับประทานเองในครอบครัว ซึ่งจะเน้นบริโภคเนื้อสัตว์จริงๆ เพราะต้องการให้ลูกๆ ได้รับปริมาณสารอาหารอย่างครบถ้วนเพียงพอตามหลักโภชนาการ จึงไม่เน้นในการรับประทานพืชผักเพียงอย่างเดียว เพราะกังวลว่าลูกๆ จะได้รับปริมาณของสารอาหารไม่เพียงพอได้

**อาชีพ** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.10 โดยอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.82 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาชีพรับจ้างทั่วไป มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 21.14 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 13.63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เนื่องจากว่าอาชีพที่มีเวลารว่างมากกว่าจะสามารถใช้เวลาในการพิถีพิถันเลือกซื้ออาหาร และมีเวลาในการศึกษาหาข้อมูลสำหรับอาหารเพื่อดูแลสุขภาพตนเองได้มากกว่าอาชีพที่ไม่ค่อยมีเวลาอย่างกลุ่มอย่างพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายที่ต้องทำงานเต็มเวลา และใช้ชีวิตเร่งรีบในแต่ละวัน จึงไม่ค่อยมีเวลาในการพิถีพิถันเลือกซื้ออาหารแนวสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยา วังนิยม และคณะ (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตเทศบาลเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี พบว่า อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยระดับรายได้ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอ้างอิง ร้อยละ 23.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และระดับรายได้ 50,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบส มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอ้างอิง ร้อยละ 21.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สดุดี บุนนาค (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22

4 กรกฎาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง



ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีระดับการตัดสินใจซื้อสูงกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า เนื่องจากระดับรายได้บอกถึง ความสามารถในการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อนำมาบริโภค รวมถึงความสามารถในการจ่ายที่ สูงขึ้นจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณภาพดี และมีตราสินค้าที่น่าเชื่อถือได้มากกว่าด้วย

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารปราศจากสารเจือปนหรือออร์แกนิก มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ ลดลง อยู่ร้อยละ 8.91 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจกับผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันนั้นจะปราศจากสารเจือปนหรือออร์แกนิกอย่างแท้จริง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร วัฒนากาว (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด โดยเฉพาะประเด็น อาหารคลีนฟู้ดต้องไม่ใช้สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ผงชูรส เป็นต้น และใช้วัตถุดิบที่ปราศจากสิ่งเจือปน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ด

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์มากขึ้น อยู่ร้อยละ 11.21 แสดงให้เห็นว่าหากผู้บริโภครู้สึกว่ามีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาก็จะมีโอกาสในการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมมิกา ก่าจาย (2556) ผลการศึกษาพบว่า ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะมีการพิจารณาปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ผู้บริโภคจะซื้ออาหารเสริมสุขภาพเมื่อรู้สึกว่ามีคุณค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย** ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี อรุณแสงสุรีย์ (2558) ที่ระบุว่า สำหรับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์พืชเพื่อทดแทนเนื้อสัตว์ เนื่องจากผู้บริโภคที่รับประทานผลิตภัณฑ์พืชเพื่อสุขภาพที่ดี จึงสนใจผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพสินค้ามากกว่าสถานที่จัดจำหน่าย ดังนั้น สถานที่จัดจำหน่ายไม่ส่งผลต่อผู้บริโภคมากนัก แต่อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่าในทางปฏิบัติแล้ว ผู้จัดจำหน่ายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องก็ควรพิจารณาให้ความสำคัญกับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยเช่นกัน เนื่องจาก พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า ผู้บริโภคจะสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์ได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น ผู้จัดจำหน่ายควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกมากขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้ามากขึ้นไปด้วย

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาด** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาหารแพลนต์เบสต์ มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ ลดลง ร้อยละ 22.78 แสดงให้เห็นว่าการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาหารแพลนต์เบสต์ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันนั้นยังทำได้ไม่ดีพอ จึงทำให้ผู้บริโภคทั่วไปยังไม่ค่อยรู้จักกับอาหารประเภทนี้มากนัก จึงทำให้เป็นที่นิยมเฉพาะผู้บริโภคคนบางกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สดุดี บุนนาค (2560) ที่ระบุว่า การที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย เป็นคนที่ชอบรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และให้ความเชื่อถือกับข้อมูลที่ได้รับมา จะทำให้ถูกโน้มน้าวให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นได้ง่ายขึ้น โดยจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อที่ผู้บริโภคได้ยี่ห้อตราสินค้าจากสื่อบ่อยกว่า

**ปัจจัยด้านความไว้วางใจในตราสินค้า** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อว่าอาหารแพลนต์เบสต์สามารถตอบสนอง

ความต้องการที่ผู้บริโภคคาดหวังในเรื่องสุขภาพที่ดีได้ มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.18 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญาณ์ ใจชื่น (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ความไว้วางใจในตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพร เมื่อผู้บริโภคเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรที่ใช้นั้นสามารถตอบสนองความคาดหวังต่อสุขภาพได้

**ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เรื่องสุขภาพ** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 พบว่า ผู้บริโภคที่คิดว่าการมีสุขภาพที่ดีนั้นเป็นสิ่งสำคัญของชีวิตที่มีความสุข มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ ลดลง ร้อยละ 12.86 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัดพงศ์ คิมหันตมาลัย (2562) ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา และแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืชของผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่อยากมีสุขภาพที่ดีไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช เนื่องจากผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืชนั้นเริ่มเป็นที่นิยมในประเทศอื่นๆ เพียง 2-3 ปีเท่านั้น อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้แพร่หลายมากนักในประเทศไทย

**ปัจจัยด้านความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม** มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 พบว่า ผู้บริโภคที่ทราบว่าการผลิตเนื้อสัตว์มีส่วนทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาโลกร้อน มีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.72 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพร นาคะนิธิ (2563) ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคเนื้อจากพืชของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มียอมรับผลิตภัณฑ์เนื้อจากพืชเกิดมาจากปัจจัยเรื่องความรู้สึกกังวลต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลการศึกษาผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทราบถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการผลิตเนื้อปศุสัตว์นั้นทำให้เกิดของเสียและสารเคมีสู่ธรรมชาติ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ในกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่น่าสนใจและมีความสำคัญ ได้แก่ เพศทางเลือก (LGBTQ+) อายุ 41 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งมีความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์ในทิศทางเพิ่มขึ้นมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสในการขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้นไปยังกลุ่มดังกล่าว เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำกำไรให้กับธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังให้ผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์ลดความเค็ม ลดโซเดียม และไม่จำเป็นต้องปรุงแต่งเลียนแบบเนื้อสัตว์ ดังนั้น หากผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องมีการศึกษา ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ กลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต เจ และวีแกน ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ด้านราคา ที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีผลต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้ออาหารแพลนต์เบสต์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารแพลนต์เบสต์จะมีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคคาดหวังว่าสินค้าที่เคี้ยวจะมีคุณภาพสูงในด้านคุณค่าทางโภชนาการที่ดีต่อ ดังนั้น ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับตั้งแต่วัตถุดิบที่คัดเลือกมา กระบวนการผลิตต้องได้มาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวสินค้าและยินดีที่จะจ่าย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกมากขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้ามากขึ้นไปด้วย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เนื่องมาจากยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชมากนักในประเทศไทย ผู้จัดจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายจึงควรมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ณ จุดจำหน่าย อีกทั้งเพิ่มเติมในการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ความรู้ และนำเสนอประโยชน์ของการรับประทานอาหารที่ทำจากพืชนั้นจะสามารถให้ประโยชน์ในด้านสุขภาพ และด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างไรบ้าง เพื่อให้ผู้บริโภคทั่วไปได้ทำความรู้จักแพร่หลายมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- จรรยา วังนิยม, นรภัทร สถานสถิต และสุภาพร ลอยวัฒนากุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (Clean Food) ของประชากรในเขตเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), 59-68./ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/246986/167776>
- ณัฐภัทร วัฒนาถาวร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทัตพงศ์ คิมหันตมาลัย. (2562). ปัจจัยด้านจิตวิทยา และแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช: กรณีศึกษาผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภาพร นาคะนิธิ. (2563). ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคเนื้อจากพืชของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บริสุทธิ์ ผึ้งผดุง. (2551). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเอง: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชามนุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิรญาณ์ ใจชื่น. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาวิณี อรุณแสงสุรีย์. (2558). ทัศนคติ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์พืชเพื่อทดแทนเนื้อสัตว์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์. (2562). อิทธิพลของ Flexitarian (การทานมังสวิรัตเป็นครั้งคราว) ต่อวงการธุรกิจอาหาร. สืบค้นจาก <https://www.scebic.com/th/detail/product/6509>.
- สดุดี บุนนาค. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดชลบุรี. (2563). สถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดชลบุรีไตรมาส 2 ปี 2563. สืบค้นจาก [https://chonburi.mol.go.th/news\\_group/labour\\_situation](https://chonburi.mol.go.th/news_group/labour_situation).
- เอมมิกา กำจาย. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพของคนที่มีความอายุระหว่าง 48-66 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- BLT BANGKOK. (2561). เทรนด์สุขภาพมาแรง คนเมืองยุคใหม่ตั้งเป้าชีวิตดีมีสุข. สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/bangkok-update/4405/>.
- Cochran. (1977). Cochran's formula for calculating sample size when population size is finite. สืบค้นจาก <https://www.researchgate.net>.
- Health Society. (2563). ทำไมถึงควรเริ่มทานแพลนต์เบสตั้งแต่ตอนนี้. สืบค้นจาก <https://www.health-society.com>.

# สารบัญ

	หน้า
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการ ศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม นพดล คำมูล และ ไชยา ยิ้มวิไล	1
คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรส่วนฝึกอบรม สำนักบริหารงานกลาง กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พรนภา สมุหเสนีโต และ ปิยากร หวังมหาพร	8
แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดบุรีรัมย์ สกุณา จันทพัฒน์สกุณ และ ไชยา ยิ้มวิไล	15
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรกรมสอบสวนคดีพิเศษ วรวิทย์ คุ้มทรัพย์ และ ปิยากร หวังมหาพร	21
คุณภาพการให้บริการของส่วนบริการศุลกากร สำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานดอนเมือง ศิวาสตรา กาญจนวิทย์ และ ปิยากร หวังมหาพร	28
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน: กรณีศึกษา กองกำกับการ 1 กองบังคับการปฏิบัติการพิเศษ สว่าง ว่องพรรณงาม และ สุรัชย์ ศิริไกร	35
ทัศนคติของประชาชนเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ต่อโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ปิยะฉัตร ทาด์ และ อุทัยรัตน์ เมืองแสน	42
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักมาตรฐานการออกหนังสือสำคัญ กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย วิลาวัณย์ วิศาลสวัสดิ์ และ สุรัชย์ ศิริไกร	50
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในสำนักบริหารอาคารและที่ดินออกแบบ และก่อสร้าง สำนักงานอัยการสูงสุด ศลิษา พลายละหาร และ สุรัชย์ ศิริไกร	58

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน <i>ปุณยวีร์ มลิณเจริญไชย และ ไชยา ยัมวิไล</i>	65
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเลขาธิการสำนักงานอัยการสูงสุด <i>ชิตกมล ย่องดี และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	74
ความคิดเห็นของทนายความต่อแนวทางในการบริหารจัดการคดีภายใต้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: ศาลจังหวัดระยอง <i>นันทน์ภัส ธนวัฒน์กัญญากร และ ไชยา ยัมวิไล</i>	83
ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของบุคลากรสำนักอำนวยการกลาง สำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) <i>ศิริธร ศรีพิภย์กร และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	91
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มการแพทย์ <i>ศุภพล เหลี้ยวเลขา และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล</i>	98
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 1 ระยอง <i>สิตานัน สว่างปาน และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	106
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย <i>ชนิสรา พินิจกุลวิวัฒน์ และ ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล</i>	114
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรส่วนกลาง กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง <i>อนุพงศ์ วีระกุล และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	122
แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้ามาทำงานในกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ส่วนกลาง ของคนในเจนเนอเรชันวาย <i>จิรภัทร โกสินทร์ และ ไชยา ยัมวิไล</i>	130
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักคณะกรรมการตุลาการ ศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม <i>วิภาพร โสสีสุข และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	138
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัว ประชาชน สำนักทะเบียนอำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร <i>ศิริลักษณ์ ถมปัด และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	149

คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ กองบินตำรวจ <i>สุกัญพัทธ์ ดวงธนะขันธ์ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ</i>	156
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลนครปากเกร็ด <i>ศิลา คำหุ้ง และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	164
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพทีม พม. ระดับจังหวัดภายใต้แนวคิดบ้านเดียวกัน (One Home) กรณีศึกษา จังหวัดสุพรรณบุรี <i>สมมาตร วิสุทธิวงษ์ และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	172
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรศาลจังหวัดชัยบาดาล สำนักงานศาลยุติธรรม <i>นันทิพา หน้าจันทิก และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	182
ประสิทธิผลการนำนโยบายการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปปฏิบัติแก่ผู้สูงอายุ ของสำนักงานเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร <i>ปิยะทัตกร ชันแก้ว และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	193
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานขนส่งจังหวัดชัยนาท กรมการขนส่งทางบก <i>จตุพร คล้ายทรัพย์</i>	202
คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานประมาณ <i>ทรงสิริ เจริญศิริ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ</i>	208
คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน เทศบาลห้วยน้ำขาว จังหวัดกระบี่ <i>จารุวิทย์ เพชรประสิทธิ์ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ</i>	217
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรส่วนกลาง กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น <i>พัชรिता เจิดดีสกุล และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	226
ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจรัฐสภา <i>ศิรามพัฒน์ มีสันเทียะ และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	235
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของตำรวจรัฐสภา <i>ธนวัฒน์ ราชาเดช และ สุรัชย์ ศิริไกร</i>	243

ความพึงพอใจของผู้มาติดต่อราชการต่อคุณภาพการให้บริการของศาลยุติธรรมในสังกัดภาค 7 ทิวพร แซ่หวื้อ และ นิลุบล ศิวบรรวัฒนา	251
การรับรื้อนโยบายรัฐบาลดิจิทัล ของบุคลากรสำนักงานเลขาธิการกรม กรมการพัฒนาชุมชน สยาม บัระภา และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	259
พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจ สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย ชญาดา แพทย์รักษ์ และ นรารักษ์ บุญญานาม	265
ปัจจัยในการสร้างขวัญและแรงจูงใจในการทำงานของข้าราชการทหารในกรมข่าวทหารบก ลักษณะพร กาลพฤกษ์	274
คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานจ้างเหมาบริการกลุ่มอำนวยการพิธีการศพ ที่ได้รับพระราชทาน กรุงเทพมหานคร วรกร แจ้งฟ้า และ ปิยากร หวังมหาพร	283
พฤติกรรมกรเรียนออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ มหาลัยวิทยาลัยแห่งหนึ่งในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ศิราภัสร์ บุตรสอน และ ปิยากร หวังมหาพร	290
คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาในยุคดิจิทัล: ความสอดคล้องระหว่างหลักสูตรและผู้ใช้บัณฑิต กนิศพิชญา อัจฉริตภักดี, ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ และ ชยุตม์ ภิรมย์สมบัติ	298
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในกองมาตรฐานพิธีการและราคาศุลกากร กรมศุลกากร ธรรดล จันทรศัพท์ และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์	306
ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานทรัพยากรทางทะเล และชายฝั่งที่ 9 (ปัตตานี) ศุภใจ เกตุแก้ว และ นิลุบล ศิวบรรวัฒนา	313
คุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานเทศบาลตำบลป่าบอน จังหวัดพัทลุง นිරชา ระน่อม และ ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ	322
คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรป่าตอง จังหวัดภูเก็ต สันติพงษ์ คงเขียว และ สุรชัย ศิริไกร	330

การรับรู้คุณภาพการให้บริการตรวจสอบประวัติอาชญากรรมของกองทะเบียนประวัติอาชญากร สำนักงานพิสูจน์หลักฐานตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ <i>ภรรยา เครือทัด และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	338
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานพิธีกลุ่มอำนวยการพิธีการศพที่ได้รับ พระราชทาน กรุงเทพมหานคร <i>ณภัทร อรธังกุล และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	345
ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร สำนักงบประมาณกลาโหม สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม กระทรวงกลาโหม <i>พชรพล ศรีม่วง และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	352
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ศูนย์ฝึกอบรม กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง <i>นัศวิน เลิศมณีภา และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	361
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในสำนักงานคดีภาษีอากร สำนักงานอัยการสูงสุด <i>ลัดดาวัลย์ โปธาดี และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	370
ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการธุรการ สำนักงานอัยการสูงสุด อาคารรัชดาภิเษก <i>บุษยวรรณ ศรีหาคทา และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	378
ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม <i>นันทวุฒ ภัทรพลกุล และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์</i>	387
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี <i>ฉฎฐาร โคเลิศ และ พิษณุวัฒน์ ทวีวัฒน์</i>	395
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนฟาร์มกึ่งก้ามกราม จังหวัดชลบุรี <i>รวีณ ทิพยกานนท์ และ พิษณุวัฒน์ ทวีวัฒน์</i>	402
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มอำนวยการพิธีการศพที่ได้รับพระราชทานที่ 1 นนทบุรี <i>สุวิณ เรียงธรรม และ ปิยากร หวังมหาพร</i>	409
ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา <i>เอกวิทย์ นาโสก และ ไชยา ยี่มวิไล</i>	419



คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากร: กรณีศึกษา สำนักรักษาโรคไตตุลาการ ณัฐรีรา กล่อมสกุล และ นิลุบล ศิวบรรวัฒนา	428
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักคณะกรรมการตุลาการ ศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม เสาวณี ศุภเสถียร และ สุรัชย์ ศิริไกร	436
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสอบสวนคดีพิเศษ ชานนท์ ช่างอาวุธ และ ปิยากร หวังมหาพร	446
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมงานฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขานบุรี สรารวรรณ จันทร์ราม และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	455
คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการราชทัณฑ์ เรือนจำกลางระยอง ณัฐนันท์ เสาวคนธ์ และ ปิยากร หวังมหาพร	461
ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการ กรุงเทพมหานครสามัญ สังกัดสำนักงานเขตวังทองหลาง พรหมเทพ บุญส่งเสริม และ ประพันธ์ ชัยกิจจอร่าใจ	469
ศักยภาพการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากรศาลจังหวัดระยอง ณัฐภัสสร นิลหมื่นไวย และ ไชยา ยัมวิไล	479
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในศาลอาญา ฐิติมา ชูเฉลิม และ ประพันธ์ ชัยกิจจอร่าใจ	486
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจองคิวผ่านแอปพลิเคชัน “e-QLands” สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบึงกุ่ม จิรวรรณ พุทธรบุรี และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	494
การทดสอบฤทธิ์เบื้องต้นของสารสกัดพอร์พอลิสจากชันโรง <i>Geniotrigona thoracica</i> ต่อการยับยั้งยีสต์ก่อโรคผิวหนัง <i>Malassezia globosa</i> กวิสรา ก้อนศิลา, วันชัย อัครลาภสกุล, ปรีชา ภูวไพโรศิรศาล และ จันทร์เพ็ญ จันทร์เจ้า	506
ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักรับเรื่อง ร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เพชร เขียวพงศ์ และ ไชยา ยัมวิไล	515

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหาร ส่วนจังหวัดกำแพงเพชร นักสนันท์ มะโนการ และ ไชยา ยิ้มวิไล	524
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักบริการโดยทั่วถึงและเพื่อสังคม สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ อรพรรณ นันทะ และ ปิยากร หวังมหาพร	532
คำตอบแทนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักคณะกรรมการตุลาการ ศาลยุติธรรม วิไลพร สัมฤทธิ์ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ	539
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักบริหารกลาง สำนักงานการปฏิรูปที่ดิน เพื่อเกษตรกรรม ปกชนันท์ วากะมะนนท์ และ ไชยา ยิ้มวิไล	549
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรศูนย์ประสานงาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และความมั่นคง กองบัญชาการกองทัพไทย เรวีกา สินทร และ ปิยากร หวังมหาพร	556
ความพึงพอใจในการจัดสวัสดิการที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากร สำนักคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม สุวดี ศรีทองจันทร์ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ	564
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเลขานุการตุลาการศาลปกครองสูงสุด สำนักงานศาลปกครอง สุกัญญา บุระภักดิ์ และ ปิยากร หวังมหาพร	572
การดื้อยาปฏิชีวนะของเชื้อเอนเทอโรคอคคัส ฟีคาลิส สายพันธุ์สลายเม็ดเลือดแดงและ ไม่สลายเม็ดเลือดแดงที่แยกจากคลองรากฟันที่ล้มเหลวจากการรักษาและมีรอยโรคปลายราก สุพิชญา รักษาราษฎร์, เกวลิน ธรรมสิทธิ์บุรณ์, รวี เกียรติไพศาล และ บุญรัตน์ สัตพัน	580
ยีนก่อโรคและฟีโนไทป์ในเชื้อเอนเทอโรคอคคัส ฟีคาลิส ที่แยกจากรอยโรคร่วม ระหว่างเนื้อเยื่อในและโรคปริทันต์อักเสบ ภาริษณัน สุขกระจ่าง, รวี เกียรติไพศาล, เกวลิน ธรรมสิทธิ์บุรณ์ และ บุญรัตน์ สัตพัน	589
ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติผู้บริหารที่มีต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ก่อสร้างด้วยระบบผนัง คอนกรีตสำเร็จรูป ในจังหวัดนครราชสีมา พิชญดา โชติบำรุงพงศ์, วรรณภา นามุรณะ และ วชรภูมิ เบญจโอพาร	599

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด วงเดือน เกตุคำ และ สุรัชย์ ศิริไกร	611
ความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ส่วนสืบสวนปราบปราม 2 กองสืบสวนและปราบปรามกรมศุลกากร อำนาจ ช่างประดับ และ นวัตกรรม จันทราช	619
ประสบการณ์เส้นทางชีวิตของอาสาสมัครเชิงรุกผู้ให้บริการลดอันตรายจากการใช้ยาเสพติด: การศึกษารายกรณีด้วยวิธีประวัติชีวิต ปวิณณ์ ภูชนพัฒนาเมธา และ จุฬาศุภร์ จันทประเสริฐ	629
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรเมืองบึงกาฬ กฤตภาค หมวกใส และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์	636
ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการกรมข่าวทหารบก อารยาภรณ์ กฤษวงค์ และ นวัตกรรม จันทราช	643
ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักอำนวยการกลาง สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ณรัช สุขพงษ์ และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	651
การพัฒนาหลักเกณฑ์และวิธีการให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษามีวิทยฐานะและเลื่อนวิทยฐานะ ดาริกา ไชยพิมพ์ และ ปิยากร หวังมหาพร	658
กระบวนการปรับตัวเพื่อไม่กระทำผิดซ้ำของอดีตผู้ต้องขังหญิงในคดียาเสพติด ราชาวดี ชัยกันย์ และ พิชญานี พูนพล	667
ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลศรีประจันต์อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี สรณะ กาลศิลป์ และ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	675
ผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ต่อธุรกิจโรงแรม (พัทยา) จังหวัดชลบุรี ธนกัทร นิธิโชติวัชรกุล และ นรวรภัท บัญญานาม	681

<p>ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าไหมไทย ทางออนไลน์ <i>ปรียาฉัตร เกษกัน</i></p>	687
<p><b>The Acquisition of “Dagai, Yexu, Keneng” of Thai Intermediate and Advanced Learners of Chinese Language</b> <i>MO DONGZONG and Thanee Imsamran</i></p>	690
<p><b>Unintentionally explicit bias under forecast forms: The effect of management incentive and causality on earnings forecast disclosure</b> <i>Kanjana Phonsumlissakul and Juthathip Audsabumrungrat</i></p>	698
<p><b>A Study on the Application of Theme-based Learning in Teaching Chinese for Kindergartners in Thailand: A Case Study of St. Raphael School in Samut Prakan</b> <i>SONG XIANGMEI</i></p>	711
<p><b>The Impact of Foreign Direct Investment on Manufacturing Employment: A Comparative Study of Zhejiang, Jiangsu and Shanghai</b> <i>Dan Wu</i></p>	719
<p><b>A Study on The Application of Game-Based Learning in Teaching Chinese Vocabulary: A Case Study of Grade 10 Student of Trian Udom Suksa Nomkao Kabinburi School</b> <i>LI FEIFEI and LI ZHIYAN</i></p>	727
<p>การศึกษาและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจรายจังหวัดในประเทศไทย <i>กษิตศ จอศักดิ์ และ อรรณสุตา เลิศกุลวัฒน์</i></p>	734
<p><b>A comparative analysis of Chinese Tourism textbooks: Comparing two “Tourism Chinese” textbooks published by Shanghai University and Sukothai Thammathirat University</b> <i>Viratutch Srisombat</i></p>	743
<p>ความพึงพอใจที่มีต่อแอปพลิเคชัน SmartLands ของผู้ใช้บริการสำนักงานที่ดินจังหวัดนนทบุรี สาขาปากเกร็ด <i>ณัฐชยาน์ ทินโสสม และ ศรีรัฐ โกวงค์</i></p>	756
<p><b>ปัจจัยที่มีผลต่อการประណอมหนี้ของลูกค้านี้: กรณีศึกษา บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)</b> <i>วิญญา ตั้งจิตเกษมสุข และ ศิวพงศ์ ธีรอำพน</i></p>	763

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรี ธีรพัฒน์ อุบลี และ ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์	772
คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการตำรวจกองบัญชาการตำรวจปราบปรามยาเสพติด 2 อัศรินทร์ จารุมนต์ และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์	780
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสืออิสระในประเทศไทย พิชญภา พูลสมบัติ และ สุมาลี พุ่มภิญโญ	788
การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันสุขภาพในช่วงก่อน และหลังเกิดสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มนตพร พึ่งฉิม และ สมหมาย อุดมวิทิต	800
ปัจจัยที่ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในการเลือกบริโภคอาหาร ประเภทดองบุรี รจนาภา สงวนศักดิ์โยธิน และ สมหมาย อุดมวิทิต	809
คุณภาพเว็บไซต์กับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบเว็บไซต์ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เฉลิมพร ไชยสิงห์ และ ลลิตา นิธิฐประศาสน์ สุนทรวิภาต	818
ความสัมพันธ์เชิงคุณภาพในระยะยาวระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปริมาณการส่งออกน้ำตาลทรายของไทย ภาคิไนย สังข์ศรีจันทร์ และ ธีรศักดิ์ ทรัพย์วโรบล	828
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการสุกรขุนจ้างเลี้ยงกับบริษัทเบทาโกรเกษตร อุตสาหกรรม จำกัด สำนักงานระยอง เดชดนัย อินตะกัน และ ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์	838
ธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การเภสัชกรรม ธัญชนก แต้มแก้ว และ สมเกียรติ วันทะนะ	846
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนติดตั้งเครื่องลำเลียงชิ้นงานอัตโนมัติในกระบวนการผลิต ถุยกองอนามัยของบริษัท บีบีเอ จำกัด ปิยวรรณ แก้ววิไล, ฆนัทนันท์ ทวีวัฒน์ และ ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ	855
การพัฒนาการแปลคำศัพท์เฉพาะทางที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวโดยใช้ชุดภาพประกอบ อัญชลี เรียงหา	863

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม 880  
ศศิธร ภูศรี และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์
- การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ 887  
ของบริษัท เอส จำกัด อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง  
ศิรดา ราษฎร์นิยม และ พิษณุวัฒน์ ทวีวัฒน์
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของผู้ช่วยพยาบาล สังกัดกลุ่มงานพยาบาล 894  
โรงพยาบาลตำรวจ  
ปาริชาติ ภาผล และ ปิยากร หวังมหาพร
- การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะหลักของพนักงานระดับปฏิบัติการ 902  
บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)  
ทิววิทย์ ชื่นนิยม
- ความคิดเห็นของผู้มีหน้าที่เสียภาษีต่อความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 912  
ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี  
ศุภรินทร์ สุนทรภรณ์ และ เกวลิน ศิลพิพัฒน์
- ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ในการแสดงคอนเสิร์ตจากการกำหนดราคาบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต 922  
แบบเลือกปฏิบัติ  
ศศิธร สุราลัย
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท A 931  
เบญญาภา พุ่มเทียน และ ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์
- ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 939  
รถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในประเทศไทย  
ศุภาวรรณ สุนทรภรณ์, มานะ ลักษณะมีอรุณทัย และ ชิตตะวัน ชนะกุล
- ความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพในระยะยาวระหว่างนโยบายการเงินกับอัตราเงินเฟ้อ 953  
หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย  
นรมนธ์ ไพรัตน์, วีรศักดิ์ ทรัพย์วิโรบล และ อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์
- แนวทางการจัดหาเอทานอลที่เหมาะสมสำหรับ บริษัท ABC จำกัด 963  
เดกิงศักดิ์ อโณทยานนท์ และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์

# การประชุมวิชาการ บัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 22

4 กรกฎาคม  
2565

ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผ่านระบบการประชุมทางไกลเสมือนจริง