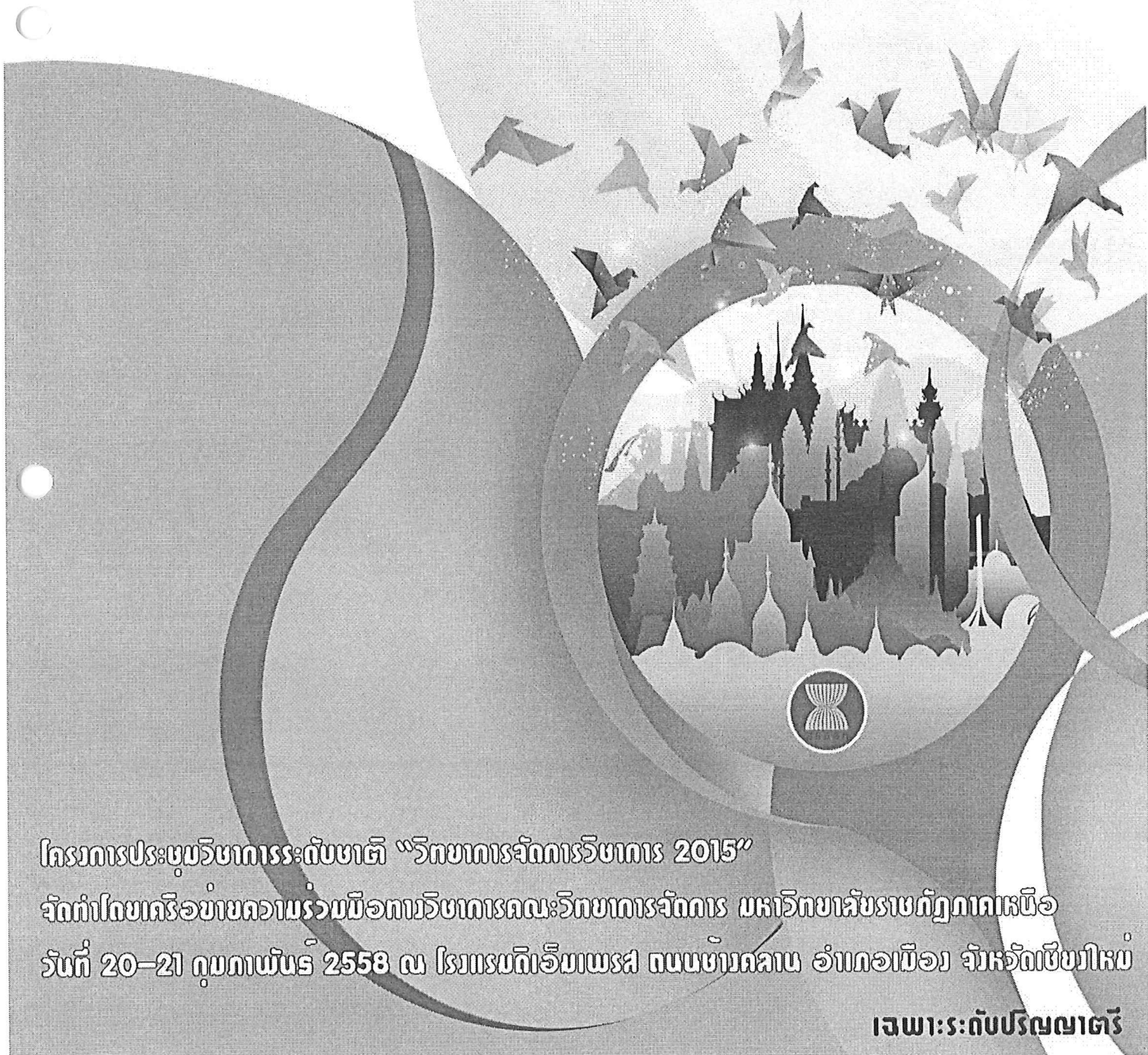




การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015" วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ



โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015"
จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
วันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส ถนนข้ามคลอง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
เจฬาระดับปริญญาตรี

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมกับ เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย ได้จัดการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อ สร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน ในระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็ม เพรส จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นโดยมุ่งเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ งานวิจัย งานวิจัยในชั้นเรียน การ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ทางด้านงานวิจัย และการเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์กรสาธารณชนและวงวิชาการของนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

สำหรับการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย ขอขอบคุณนักวิจัย คณะทำงาน ตลอดจน ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้คงอำนวย ประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องตามสมควร

คณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ
20 กุมภาพันธ์ 2558

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

| ที่ | ตำแหน่งทางวิชาการ | ชื่อ | สกุล | มหาวิทยาลัย |
|-----|------------------------|------------|-------------------|---------------------------------------|
| 1 | ศาสตราจารย์ ดร. | ทรงศักดิ์ | ศรีบุญจิตต์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2 | รองศาสตราจารย์ ดร. | อารีย์ | เชื้อเมืองพาน | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 3 | รองศาสตราจารย์ ดร. | นรินทร์ | นำเจริญ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4 | รองศาสตราจารย์ ดร. | ธเนศ | ศรีวิชัยลำพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5 | รองศาสตราจารย์ ดร. | อภิรักษ์ | จันตะนี | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุยงยา |
| 6 | รองศาสตราจารย์ | จำเนียร | บุญมาก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 7 | รองศาสตราจารย์ | ธีรภัทร | วรรณฤมล | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 8 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ประยูทธ | วรรณอุดม | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 9 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ปรีดา | ศรีนฤวรรณ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 10 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ภูษนิศา | เดชเกิง | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 11 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | เยาวเรศ | เขาวนพูนผล | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 12 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | พิชาภพ | พันธุ์แพ | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 13 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | อายุส | ห้วยเย็น | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 14 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ชัยศ | สัมฤทธิ์สกุล | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 15 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | สิริศักดิ์ | รัชชุตานติ | มหาวิทยาลัยพิษณุโลก |
| 16 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | หัตพงษ์ | อวิโรธนานนท์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 17 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | อนันตกุล | อินทรผดุง | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| 18 | อาจารย์ ดร. | กัญญพัสวี่ | กล่อมธงเจริญ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 19 | อาจารย์ ดร. | ปิยวรรณ | สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 20 | อาจารย์ ดร. | รัฐนันท์ | พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 21 | อาจารย์ ดร. | ณภัทร | ทิพย์ศรี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ชร. |
| 22 | อาจารย์ ดร. | ชัยเสกข์ | พรหมศรี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร |
| 23 | อาจารย์ ดร. | ภัทริกา | มณีพันธ์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 24 | อาจารย์ ดร. | ฐติกุล | ไชยวรรณ | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 25 | อาจารย์ ดร. | เทียน | เลรามัญ | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 26 | อาจารย์ ดร. | สุจิรา | ไชยกุลสินธุ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร |
| 27 | อาจารย์ ดร. | อนุชา | กันทรดุษฎี | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 28 | อาจารย์ ดร. | ชัยวัฒน์ | นันทศรี | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

| | | | | |
|----|-------------|-------------|--------------|--|
| 29 | อาจารย์ ดร. | สุทธิลักษณ์ | ชนะสุข | สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอ่างทอง ศาลากลางจังหวัดอ่างทอง |
| 30 | อาจารย์ ดร. | พึงใจ | พิชยอนุรัตน์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (วิทยาเขตบางนา) |
| 31 | อาจารย์ ดร. | สิริกร | สันติโรจนกุล | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 32 | อาจารย์ ดร. | วสุวรรณ์ | พงศ์ขจร | มหาวิทยาลัยศรีปทุม |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานวิจัย การประชุมวิชาการระดับชาติ
 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”
 วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558
 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

| ที่ | ตำแหน่งทางวิชาการ | ชื่อ | สกุล | มหาวิทยาลัย |
|-----|------------------------|------------|-----------------|----------------------------|
| 1 | ศาสตราจารย์ ดร. | มนัส | สุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 2 | รองศาสตราจารย์ ดร. | สมเดช | มุงเมือง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 3 | รองศาสตราจารย์ ดร. | ปจรรย์ | ผลประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 4 | รองศาสตราจารย์ ดร. | บุญทวรรณ | วิงวอน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 5 | รองศาสตราจารย์ ดร. | วีระศักดิ์ | สมยานะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 6 | รองศาสตราจารย์ | พิไล | เลิศพงศ์พิรุฬห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 7 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | สมบัติ | สิงฆราช | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 8 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | กมลณัฐ | พลวัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 9 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ธรรมกิตต์ | ธรรมโม | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 10 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | อนุวัติ | ศรีแก้ว | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 11 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | กมลทิพย์ | คำใจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 12 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | กรวีร์ | ชัยอมรไพศาล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 13 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | เพชรรา | บุคสีทา | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 14 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | รัชนีวรรณ | บุญอนนท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 15 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | สมเกียรติ | ชัยพิบูลย์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 16 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ไพฑูรย์ | อินตะขัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 17 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | จตุรภัทร | วงศ์สิริสถาพร | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 18 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | อิราวัฒน์ | ชมระกา | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 19 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | กิ่งดาว | จินดาเทวิน | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 20 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ปัญญिता | ชัยสนิท | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 21 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | พนิตสุภา | ธรรมประมวล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี |
| 22 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | วริศรา | เหล่าบำรุง | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 23 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | นวพร | ประสมทอง | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 24 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | บุษยากร | ตีระพุดติกุลชัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| 25 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | วัฒนา | เย็นยง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 26 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | ปานฉัตร | อาการักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 27 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | เสรี | ปานชาง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 28 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. | อโนดาช | รัชเวทย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |

| | | | | |
|----|--------------------|-------------|----------------|------------------------------|
| 29 | อาจารย์ ดร. | ปะราสี | อเนก | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 30 | อาจารย์ ดร. | กัลยา | ใจรักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 31 | อาจารย์ ดร. | อรกัญญา | กาญจนธรรากุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 32 | อาจารย์ ดร. | กาญจนา | สุระ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 33 | อาจารย์ ดร. | ประภาส | ณ พิกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 34 | อาจารย์ ดร. | เสริมศิริ | นิตดา | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 35 | อาจารย์ ดร. | สุทธธีรัตน์ | พลอยบุตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |
| 36 | อาจารย์ ดร. | อุษณีย์ | เส็งพานิช | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 37 | อาจารย์ ดร. | ธัมมะทินนา | ศรีสุพรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 38 | อาจารย์ ดร. | ลัสดา | ยาวิละ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 39 | อาจารย์ ดร. | ศุภฤกษ์ | เมธีโกคพงษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 40 | อาจารย์ ดร. | โอหาร | เชี่ยวชาญ | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 41 | อาจารย์ จสต.ดร. | จอห์นนพดล | วศินสุนทร | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 42 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ศุภฤกษ์ | ธราพิทักษ์วงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 43 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ธวัชชัย | บุญมี | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 44 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | จิรวรรณ | บุญมี | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 45 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | เดชวิทย์ | นิลวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 46 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ศิริจันทร์ | เชื้อสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 47 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | พรพิมล | วงศ์สุข | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 48 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ศิรสา | สอนศรี | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 49 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | รัชนิกร | ปัญญา | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 50 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | ดารารัตน์ | ไชยาโส | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 51 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | มานพ | ชุ่มอุ่น | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 52 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ | นงลักษณ์ | เรืองวิทยากรณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย
ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

**Factors affecting the perception of the business operation of Chok
Chai green brand, Students Accounting Rangsit University**

ประสพชัย พสุนนท์, พัฒนะ พิรุณจินดา, พศวัต วุฒิวิชัย

Prasopchai Phasunon, Pattana Pirunjinda, Potsawat Wuttiwai

คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ 3

ตำบล สามพระยา อำเภอ ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

Email : num_chiaw@hotmail.com, mini-benz@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต 2) เพื่อศึกษาการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน และตัวแปรอิสระในด้านตราสินค้าและด้านคุณภาพ ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยที่เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงและพัฒนาตราสินค้าต่อไป

คำสำคัญ : การรับรู้, พฤติกรรม

Abstract

This research is a quantitative research. Contains objectives: 1) to study the factors that affect the perception of operations brand Chokchai green Business . 2) to study the perception of Chokchai green Business operations brand . The sample used in this study was a student accounting Rangsit University. Using the quota sampling to 250 peoples. The instrument used in the research include the statistics used in this study is the percentage mean, standard deviation, and multiple regression analysis The results were that the factors that affect recognize the business of green branding . Were at a high level in all aspects is Brand quality and in relationship. Independent variables are factors in the brand and quality. Affect the perception green business operations of brand Chokchai is the dependent variable. This resulted in the recognition of Chokchai green Business operations brand. The findings will be applied to improve and develop the brand.

Keywords: perception, behavior

1. บทนำ

ในปัจจุบันการทำธุรกิจต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร ความรับผิดชอบต่อภายในองค์กร ได้แก่ การบริหารความเสี่ยง การเตรียมความพร้อม การเพิ่มคุณภาพ การลดต้นทุน การลดของเสีย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ส่วนความรับผิดชอบต่อภายนอกองค์กร ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า การคิดค้นสร้างนวัตกรรม และการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ธุรกิจสีเขียว (Green Logistics Energy Saving, 2555)

การจะนำประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสีเขียวต้องอาศัยหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐต้องเพิ่มบทบาทมากขึ้นและดำเนินการอย่างจริงจัง ในการช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีที่จะเอื้อไปสู่ธุรกิจสีเขียวได้ อย่างไรก็ตามการจะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ต้องอาศัยการปลูกฝังในระยะยาว โดยอาจจะบรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน ขณะที่ในระยะสั้นก็มีเทคนิคที่นำมาใช้คือ โครงการฉลากสีเขียว ซึ่งเป็นการดูทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค และผลักดันให้ผู้ผลิตสินค้าสีเขียวออกมาสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น ส่วนผู้บริโภคเน้นให้ความสำคัญกับคุณค่าในการเลือกซื้อสินค้าสีเขียวมากขึ้น โดยหลักสำคัญของการพัฒนาสีเขียวคือ การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืนในภาคการผลิต ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่ใช้ทรัพยากรน้อยลงและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการผลิต การปกป้องและรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ (กรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์, 2556)

กลุ่มบริษัทฟาร์มโชคชัยเองก็สามารถตอบโจทย์ความต้องการของโลกในอนาคตได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ มีมาตรฐานที่เป็นสากล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่ผู้บริโภคจะได้รับ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์นม “อิมม!..มิลค์” กระทั่งได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอน (Carbon Footprint) การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ การประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco – Efficiency) ในธุรกิจท่องเที่ยวและที่พักโดยความร่วมมือกับคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (โชค บูลกุล, 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของ ตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต โดยมุ่งหวังที่จะทราบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย เพื่อที่จะสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจสีเขียวมากขึ้นและนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้

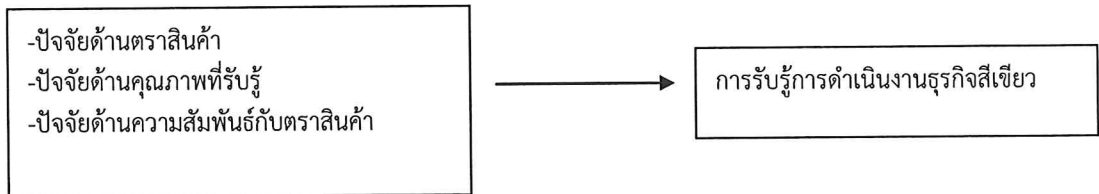
2. วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

2.2 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

3. กรอบความคิดในการวิจัย

เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยมุ่งค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 567 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2557) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต คณะบัญชี โดยมาจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ, 2543)

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

ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 ขนาดตัวอย่าง จำนวน 250 ตัวอย่าง

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 250 คน

4.1.1 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Content Validity) จากนั้นนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ได้ค่าครอนบัคเท่ากับ 0.864

4.1.2 แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ ผู้บริโภค ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ การรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (กัลยา วาณิชบัญชา, 2548) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคและ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายในส่วนของข้อมูลส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และส่วนที่ 4 การรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียว มีการแปลความหมายให้เป็นค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ตามแนวทางของลิเกิร์ต (Likert Type Scale) แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทำการทดสอบด้วยวิธี การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1)

5. ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.2 มีอายุระหว่าง 18-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.4 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 37.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001 – 9,000 บาท ร้อยละ 28.0 ที่มาของรายได้หลักมาจากครอบครัว ร้อยละ 52.0 มีการรู้จักตราสินค้าโชคชัยมาก่อน ร้อยละ 97.6 โดยรู้จักมาจากครอบครัว ร้อยละ 34.8 และเดินทางมายังร้านโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 38.0

2. ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการตราสินค้าโชคชัย พบว่า มีการใช้บริการร้านฟาร์มโชคชัย 1-2 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 47.2 ใช้บริการในช่วงเวลา 12.00-15.00 ร้อยละ 52.0 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ตราโชคชัย 500-900บาท/ครั้ง ร้อยละ 71.2 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราโชคชัยโดยคำนึงถึงรสชาติอาหาร ร้อยละ 44.8 และมีการใช้บริการเนื่องในโอกาสพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ร้อยละ 54.4

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.61, S.D = 0.39) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสังคมในระดับ (\bar{X} =

3.74, S.D = 0.55) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านตราสินค้า (\bar{X} = 3.57, S.D = 0.41) อยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ ปัจจัยด้านคุณภาพ (\bar{X} = 3.50, S.D = 0.58) อยู่ในระดับมาก สามารถสรุปแยกตามปัจจัยได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านสังคม พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ 1) เมื่อเปรียบเทียบตราสินค้าโชคชัยกับตราสินค้าอื่น ในด้านรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป (\bar{X} = 4.24, S.D = 1.06) 2) คุณค่าของเงินเมื่อเลือกใช้ตราสินค้าโชคชัย (\bar{X} = 3.88, S.D = 1.09) และ 3) ในการเลือกซื้อสินค้าสีเขียว มีความตั้งใจซื้อสินค้าตราโชคชัย (\bar{X} = 3.48, S.D = 0.91) ตามลำดับ

3.2 ปัจจัยด้านตราสินค้า พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ 1) เมื่อพูดถึงตราสินค้าโชคชัยทำให้นึกถึง “วัว” (\bar{X} = 4.40, S.D = 0.84) 2) ตราสินค้าโชคชัยเป็นตราสินค้าที่มีความโดดเด่นด้วยการออกแบบสไตล์ cowboy (\bar{X} = 4.20, S.D = 1.07) และ 3) ตราสินค้าโชคชัยพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (\bar{X} = 3.57, S.D = 1.19)

3.3 ปัจจัยด้านคุณภาพ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ 1) ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (\bar{X} = 3.93, S.D = 1.06) 2) สินค้าจากธรรมชาติทำให้นึกถึงตราสินค้าโชคชัยเป็นอันดับแรก (\bar{X} = 3.44 S.D = 1.06) และ 3) การรับรู้ต่อผู้ผลิตสินค้าตราโชคชัยมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสีเขียว (\bar{X} = 3.34, S.D = 1.10)

4. ผลการวิเคราะห์การรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียว พบว่า ในภาพรวมการรับรู้อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.20, S.D = 0.73) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ 1) ตราสินค้าโชคชัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (\bar{X} = 3.56, S.D = 1.12) 2) ตราสินค้าโชคชัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (\bar{X} = 3.52, S.D = 1.39) และ 3) ตราสินค้าอิมมม!..มิลล์เป็นผลิตภัณฑ์แรกของตราสินค้าโชคชัยที่ขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอน (\bar{X} = 3.38, S.D = 1.57) ตามลำดับ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Regression | 31.183 | 2 | 15.592 | 36.841 | .000 |
| Residual | 104.533 | 247 | 0.423 | | |
| Total | 135.716 | 249 | | | |

a. Predictors: (Constant), ด้านตราสินค้า, ด้านคุณภาพ

b. Dependent Variable: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ F มีค่าเท่ากับ 36.5 ค่า sig. มีค่าเท่ากับ .000

ระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 และค่า sig. < 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|-------|------|
| | B | Std. Error | | |
| (Constant) | 0.171 | 0.401 | | |
| ปัจจัยด้านตราสินค้า | 0.376 | 0.101 | 3.704 | .000 |
| ปัจจัยด้านคุณภาพ | 0.481 | 0.073 | 6.638 | .000 |

Dependent Variable: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย

R = 0.479, R Square = 0.230, Adjusted R Square = 0.224, Std. Error of the Estimate = 0.650

จากตารางที่ 2 เมื่อนำแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย คือ ด้านตราสินค้า ด้านคุณภาพและด้านสังคมนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยของตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลต่อตัวแปรตาม คือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยเพียง 2 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย สามารถพยากรณ์การรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัยได้ 2 ปัจจัย สามารถพยากรณ์ได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า 0.479 และค่ากำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.230 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (R^2_{adj}) มีค่า 0.224

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม คือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย คือ ปัจจัยด้านตราสินค้า (x_1) และปัจจัยด้านคุณภาพ (x_2) จากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.171 + 0.376x_1 + 0.481x_2$$

6. อภิปรายผลการศึกษา

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการตราสินค้าโชคชัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.2) มีอายุระหว่าง 18-21 ปี (ร้อยละ 54.4) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 37.6) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001 – 9,000 บาท (ร้อยละ 28.0) ที่มาของรายได้หลักมาจากครอบครัว (ร้อยละ 52.0) มีการรู้จักตราสินค้าโชคชัยมาก่อน (ร้อยละ 97.6) โดยรู้จักมาจากครอบครัว (ร้อยละ 34.8) และเดินทางมายังร้านโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 38.0) มีการใช้บริการตราสินค้าโชคชัย 1-2 วัน/สัปดาห์ (ร้อยละ 47.2) ใช้บริการในช่วงเวลา 12.00-15.00 (ร้อยละ 52.0) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าโชคชัย 500-900บาท/ครั้ง (ร้อยละ 71.2)

เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราโชคชัยโดยคำนึงถึงรสชาติอาหาร (ร้อยละ 44.8) และมีการใช้บริการเนื่องในโอกาสพบปะสังสรรค์กับเพื่อน (ร้อยละ 54.4)

6.2 จากการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนถดถอย พบว่าเมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านตราสินค้า ปัจจัยด้านคุณภาพและปัจจัยด้านสังคม นำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยของตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ปัจจัย ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย อย่างเข้มข้นเพียง 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านตราสินค้าและปัจจัยด้านคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย จิตชะโนย เย็นยิ่ง (2546) เกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า/การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ฮอนด้า พบว่า ตราสินค้ามีความสำคัญและมีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากคือความภักดีต่อตราสินค้า ความคุ้นเคยชื่อตราสินค้า ตราสินค้าที่เห็นถึงคุณภาพ ตราสินค้าที่สังคมยอมรับ และสัญลักษณ์ เครื่องหมาย และการประชาสัมพันธ์ ผลที่ได้จากการทดสอบ พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านคุณภาพของตราสินค้าที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ตราสินค้าที่เห็นถึงคุณภาพ ลำดับรองลงมาคือความภักดีต่อตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้าความคุ้นเคยชื่อตราสินค้าเป็นลำดับสุดท้าย

6.3 ปัจจัยที่ส่งผลอย่างเข้มข้น 2 ปัจจัยในการรับรู้การดำเนินงานธุรกิจสีเขียวของตราสินค้าโชคชัย ได้แก่

6.3.1 ปัจจัยด้านตราสินค้า พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เมื่อพูดถึงตราสินค้าโชคชัยทำให้นึกถึง “วัว” ตราสินค้าโชคชัยเป็นตราสินค้าที่มีความโดดเด่นด้วยการออกแบบสไตล์ cowboy และตราสินค้าโชคชัยพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker (1991 อ้างถึงใน ทรรษา เมฆกุลวิโรจน์ 2552 : 116) กล่าวว่า การรู้จักชื่อสินค้าจัดว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อได้ เพราะการที่ตราสินค้าใดๆ สามารถเข้ามาอยู่ในใจผู้บริโภคได้ในขณะที่กำลังนึกถึงสินค้าประเภทนั้นๆ อยู่ ก็ย่อมแสดงว่าตราสินค้านั้นมีความมั่นคงอยู่ในใจของผู้บริโภคว่ามีคุณภาพดีและเชื่อถือได้ แม้จะมีราคาค่อนข้างสูงก็ตาม

6.3.2 ปัจจัยด้านคุณภาพ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ท่านคิดว่าผู้ผลิตสินค้าตราโชคชัย มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เมื่อท่านนึกถึงสินค้าจากธรรมชาติท่านนึกถึงตราสินค้าโชคชัยเป็นอันดับแรก และท่านรู้ว่าผู้ผลิตสินค้าตราโชคชัยมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสีเขียว สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับแนวคิดของ Aaker (1991) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ อีกทั้งยังช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและ เอกลักษณ์ จรรย์วาสน์ (2551) กล่าวสนับสนุนแนวคิดของ Aaker ในเรื่องนี้ว่า การที่ผู้บริโภคชื่นชมตราสินค้านั้นรวมถึงการรับรู้คุณภาพ และความภักดีต่อตราสินค้าทำให้เกิดพลังที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการทดลองใช้ ซึ่งหากสินค้าหรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพดีเป็นที่ประทับใจและมีการกล่าวถึงในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้ว ความรู้สึกชื่นชมในตราสินค้าก็จะเกิดขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มบุคคลที่ทำงานในสะดวกใกล้เคียง กลุ่มของนักท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมมากขึ้น

7.2 ศึกษาถึงปัจจัยการรับรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบตราสินค้าให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น

8. บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่

7. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรณีการ ธรรมพานิชวงศ์, 2556. โอกาสและแนวทางเพื่อการพัฒนาธุรกิจสีเขียวในประเทศไทย.

สืบค้นเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2557.เข้าถึงได้จาก

<http://tdri.or.th/multimedia/workshop-green-business/>

ดร.โชค บุญกุล, 2554. เข้าใจวิถี “เกษตรกรรมสีเขียว” ผ่านการท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2557.เข้าถึงได้จาก

<http://www.bec.nu.ac.th/becjournal/misjournal/files/13739461962-โชค.pdf>

ธีรฤทธิ เอกะกุล.(2543).ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.อุบลราชธานี:สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ประสพ ชัยพสุนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ท็อปจำกัด.

พิบูล ทีปะपाल.(2545).หลักการตลาด: ยุคใหม่ในศตวรรษที่21.กรุงเทพฯ:มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์และคณะ.(2541).หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

หรรษา เมฆกุลวิโรจน์. 2552. “คุณค่าตราสินค้า “คริสตัล” ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด

- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอกลักษณ์ จรรย์วาสน์. (2551). BAV® Brand Asset®Valuator อุปกรณ์ตรวจวัดสุขภาพของแบรนด์.

ใน โฆษณาโฆษณา, หน้า 66 78. กรุงเทพมหานคร: ยูพีซีแอล บัคส์

Aaker, David A. 1991. Managing Brand Equity. P.unpaged

Green Logistics Energy Saving, 2555.ปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้าสู่ "องค์กรสีเขียว".สืบค้นเมื่อวันที่

14 พฤศจิกายน 2557.เข้าถึงได้จาก

<http://www.loxleyconstructionmat.com/articles/42125386องค์กรสีเขียว.html>