

วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด

และการบริหารธุรกิจ

ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๔

ISSN: 2286-6302

ที่ปรึกษา

ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์

ผศ.ดร. นเรศ วัชรารัตน

ดร.พงษ์พัฒน์ รักอารมณ

ผศ.ร.ต.หญิง ดร. วรณิ สุขสาตร

กองบรรณาธิการ

ผศ. (พิเศษ) ดร.อิทธิกร จำเษ

ผศ.ดร. รุจภา แพ่งเกษร

ดร. ไกรชิต สุตะเมือง

ดร.กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล

อ.กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ

อ.ปิยะพร ศรีทองสุก

อ.กัญญารัตน์ ศิริประไพ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

สุพจน์ อุ่นเรือน

สุมาลี ปัญญาใหม่

ทิพย์วารี วงศ์เจริญธรรม

พรพรหม บุญลือ

อชิษฐาน เกียรติไพศาล

ชาริตา ลอดเหล็ก

ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาบทความ

รศ.ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

รศ.พูนศักดิ์ แสงสันต์

รศ.สมจิตร ถ้วนจำเริญ

รศ.ศรีอรุณ เรศานนท์

ผศ.ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร

ผศ.ดร.ภคพล จักรพันธ์ อนุฤทธิ์

ผศ.ดร.ชาญชัย บัญชาพัฒนศักดิ์

ดร.นิรันดร ทัพไชย

ดร.ทรรศนะ บุญขวัญ

ดร.พีรพงษ์ พุศิริ

ดร.เอกชัย อภิศักดิ์กุล

ดร.ภูษิต วงศ์หล่อสายชล

ดร.เฉลิมพร เข็นเขือก

ดร.สุทธาวรรณ จีระพันธุ์

ดร.สุมาลี สว่าง

ดร.วุฒพงษ์ ตากเจริญ

ดร.ณกมล จันทร์สม

บรรณาธิการ

ประยูร นาคเกษม

บทบรรณาธิการ

วารสาร “การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ” ฉบับนี้ก็เป็นฉบับที่ 3 หลังจากได้นำเสนอฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ไปแล้วท่านผู้อ่านคงจะได้รับความรู้ และประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการวางแผนการเลือกซื้อสินค้าและบริการไปไม่มากนักน้อย

อย่างที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าในยุคเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงการจับจ่ายใช้สอยที่ให้ผลประโยชน์คุ้มค่าที่สุด การตัดสินใจที่จะให้ได้รับสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการที่ดีนั้น ผู้บริโภคจะดูทางเลือกที่ดีที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังกล่าว ในฉบับนี้จะกล่าวถึงการบริการที่มีหลายรูปแบบ การบริการของธนาคารที่เราไปใช้บริการ ปัจจุบันสภาพการแข่งขันของแวดวงธนาคารก็มีความเข้มข้น ทุกธนาคารจะหากลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่สะดวกรวดเร็ว สุภาพและครบวงจร ซึ่งทำให้เห็นว่าปัจจุบันลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น การบริการในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการตัดสินใจเลือกห้องพัก ผู้ที่ใช้บริการต้องการความเชื่อมั่นในการเข้าไปพักอาศัยก็ต้องการความปลอดภัย และไว้วางใจในการให้บริการของห้องพัก รวมถึงการบริการครบวงจร เช่นร้านค้า บริการซัก อบ รีด ชีวิตที่รีบเร่งก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คนหันมาใช้บริการอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมากขึ้น ปัจจุบันมีหลายบริษัททำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภคในช่วงเวลาเร่งด่วนในยุคเศรษฐกิจที่อะไรก็ดูฝืดเคืองเช่นนี้ทรัพยากรธรรมชาติใช่มั่นก็แพงมากขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกใช้ทดแทนคือก๊าซธรรมชาติทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการประหยัดมากขึ้น

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอนี้ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นแนวทางที่ทำให้
ผู้อ่านได้ประโยชน์คุ้มค่าถ้าท่านจะต้องตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการใน
โอกาสต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

ทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร กรณีศึกษา: พนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ 1 ณัฐมล เลิศขวลิตานนท์ และดร. มัทธนา พิพิธเนาวรัตน์	
ปัจจัยทางการตลาด เครื่องสำอาง นักศึกษามหาวิทยาลัย จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา: อิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน จังหวัดปทุมธานี 23 อรอนงค์ สกุลมรมบดี และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ	
ปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตนิกมอตุสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32 39 ชญาสุส เขียวเชิงการุณ และ ผศ.(พิเศษ) ดร.อิทธิกร ขำเดช	
ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดที่มีผลต่อการดาวน์โหลด MP3 ถูกลิขสิทธิ์ของ ประชากรในเขตปทุมธานี 61 พิมพ์ศิริ เพชรน้อย และดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง	
การศึกษาความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์การเอกชนเขตกรุงเทพฯ 77 เสาวลักษณ์ ลิฬหกุลชัย และดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเลือกใช้ก๊าซธรรมชาติ(NGV)เฉพาะรถ บรรทุกขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ 92 ชญาดา เกกนิชะ และดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง	
ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทสโก้โลตัสในเขต กรุงเทพมหานคร 113 อังศดา สังวาลทิพย์ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ	
อิทธิพลความไว้วางใจของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารแช่แข็ง กรณีศึกษา: ผู้บริโภคอาหารแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร 128 รัตนกัญญา ชีวะปัญญาโรจน์ และดร. ไกรจิต สุตะเมื่อง	

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนตามวิเคราะห์ที่เผยแพร่ ใน SSA Consensus	146
ธิดา ลือชาพัฒนพร และดร. ไกรชิต สุตะเมือง การศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในธุรกิจสปา เจติยา โล่ห์ชิงชัยฤทธิ์ และดร.เจติมพร เย็นเขือก	160