

# ABSTRACT

The 7<sup>th</sup> Rajabhat University National and International  
Research and Academic Conference

November 14-16, 2023  
Sakon Nakhon Rajabhat University,  
Sakon Nakhon, Thailand

# BOOK

TRACK 5  
ด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ  
(ECONOMICS AND BUSINESS)



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

วันที่ 14 - 16 พฤศจิกายน 2566

วิจัย นวัตกรรม พลิกโฉมการพัฒนาท้องถิ่น สู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน”

# Track 5

Economics and Business

(ด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ)

---

---

# Content

	Page
Program of RUNNIAC VII	1
Program at a Glance	2
Oral Presentation Program	2
Poster Presentation Program	6
<b>National Conference</b>	<b>8</b>
- Oral Presentation	9
- Poster Presentation	30
<b>International Conference</b>	<b>41</b>
- Oral Presentation	42
- Poster Presentation	46
Sponsors	48
Organizer	49
About Conference	51

# Program of RUNNIAC VII

วันอังคารที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

กิจกรรมการประชุม ภาคเช้า เวลา 09.00 – 12.00 น.	กิจกรรมศึกษาดูงาน ภาคบ่าย เวลา 13.00 – 17.30 น.
- การประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ ณ ห้องสร้อยสุวรรณ ชั้น 3 อาคาร 10	“ไขป่องเอี่ยม เยี่ยมเมืองสกลนคร” Route 1 : มหัทธจรีย์แห่งศรีทธา 3 ศาสนา แอ่งสกลนคร
- การประชุมผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย ราชภัฏทั่วประเทศ ณ ห้องประชุมสภานักศึกษา ชั้น 3 อาคาร 20	Route 2 : เสน่ห์ครามสกล ยลธรรมชาติวัดถ้ำผาแต่น
กิจกรรมงานเลี้ยงรับรอง ณ หน้าหอประชุมมหาชิราลกรณ เวลา 18.00 – 21.00 น.	

วันพุธที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

กิจกรรมการนำเข้าสู่งาน และการบรรยายพิเศษ ณ หอประชุมจามจุรี 1 เวลา 09.00 – 12.00 น.
เวลา 09.00 – 10.00 น. การนำเข้าสู่งาน และการบรรยายพิเศษ
<ul style="list-style-type: none"> <li>การบรรยายพิเศษ</li> </ul>
เวลา 10.00 – 11.00 น. เรื่อง “ทิศทางและแนวทางการสนับสนุนการสร้างกำลังคน ของ บพค. ผ่านมหาวิทยาลัยราชภัฏของประเทศไทย” โดย ศาสตราจารย์ ดร.สมปอง คล้ายหนองสรวง ผู้อำนวยการ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (บพค.)
เวลา 11.00 – 12.00 น. เรื่อง “การสนับสนุนและส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏ” โดย ดร.วิภารัตน์ ตีอ่อง ผู้อำนวยการสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
กิจกรรมการนำเสนอผลงานวิจัย ภาคบ่าย เวลา 13.00 – 17.00 น.
การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ภาคบรรยาย ณ อาคาร 11, 14, 19 และ 20 จำนวน 5 ด้าน ดังนี้
<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์สุขภาพ (Science and Health Science)</li> <li>ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี (Engineering and Technology)</li> <li>ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Humanities and Social Sciences)</li> <li>ด้านการศึกษา (Education)</li> <li>ด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ (Economics and Business)</li> </ol>
กิจกรรมพิธีเปิดการประชุม ณ หอประชุมมหาชิราลกรณ เวลา 17.00 น. เป็นต้นไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 7”</li> <li>พิธีมอบโล่แก่นักวิจัยดีเด่นจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง</li> <li>ชมนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ และนิทรรศการ 38 มหาวิทยาลัยราชภัฏกับการน้อมนำ “ศาสตร์พระราชา สู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ด้วยวิจัยและนวัตกรรม”</li> </ul>

วันพฤหัสบดีที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

กิจกรรมการเสวนา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เวลา 09.00 – 12.00 น.
<ul style="list-style-type: none"> <li>การเสวนา ณ หอประชุมจามจุรี 1</li> </ul>
เวลา 09.30 – 10.30 น. เรื่อง “สานพลังราชภัฏพลิกโฉมการพัฒนาท้องถิ่นด้วยวิจัยและนวัตกรรม” โดย - รศ.ดร.พงศ์พันธุ์ แก้วตาพิพย์ รองผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
<ul style="list-style-type: none"> <li>ผ.ศ.ดร.ลินดา เกณฑ์มา อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ในฐานะประธานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ</li> <li>ศ.ดร.วิทยา อมรกิจบำรุง นักวิจัยดีเด่นแห่งชาติ 2563</li> </ul>
เวลา 10.45 – 12.00 น. เรื่อง “SDGs และ BCG กับมุมมองคนรุ่นใหม่ต่องานวิจัยและนวัตกรรมไทย” โดย - ดร.ณัฐวิกรม พันธุ์วงศ์ภักดิ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move)
<ul style="list-style-type: none"> <li>รศ.ดร.จักรพงษ์ แก้วขาว ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม</li> <li>คุณเฉนอปราง อารีย์กุล นักร้อง นักแสดง</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ หอประชุมจามจุรี 1</li> </ul>
เวลา 13.00 – 14.00 น. เรื่อง “มหาวิทยาลัยราชภัฏกับการน้อมนำศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนด้วยวิจัยและนวัตกรรม” โดย อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 6 กลุ่มภูมิภาค
การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ประกอบด้วย ภาคโปสเตอร์ ณ โถงชั้น 1 อาคาร 20 และภาคบรรยาย ณ อาคาร 11, 14, 19 และ 20 จำนวน 5 ด้าน ดังนี้
<ol style="list-style-type: none"> <li>ด้านวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์สุขภาพ (Science and Health Science)</li> <li>ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี (Engineering and Technology)</li> <li>ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Humanities and Social Sciences)</li> <li>ด้านการศึกษา (Education)</li> <li>ด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ (Economics and Business)</li> </ol>
การประกวดนวัตกรรม เทคโนโลยี และงานวิจัยรับใช้สังคม ณ โถงชั้น 1 อาคาร 20 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้
<ul style="list-style-type: none"> <li>กลุ่ม 1 ด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร</li> <li>กลุ่ม 2 ด้านการสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์</li> <li>กลุ่ม 3 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ อุปกรณ์อัจฉริยะ</li> <li>กลุ่ม 4 ด้านพลังงาน สิ่งแวดล้อม และ BCG Economy Model</li> <li>กลุ่ม 5 ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจสร้างสรรค์</li> </ul>
กิจกรรมพิธีปิดงาน ภาคบ่าย ณ หอประชุมจามจุรี 1 เวลา 14.30 – 15.30 น.
<ul style="list-style-type: none"> <li>มอบโล่ขอบคุณแก่อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ และหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพร่วมจัดงาน</li> <li>มอบเหรียญรางวัลการประกวดนวัตกรรม เทคโนโลยี และงานวิจัยรับใช้สังคม ดีเด่น</li> <li>มอบธงเจ้าภาพงานราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 8 แก่มหาวิทยาลัยเจ้าภาพครั้งต่อไป</li> </ul>

# Program at a Glance

## Oral Presentation Program

Track 5 : Economics and Business (ด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ)			
15 November 2023 (15 พฤศจิกายน 2566)	National (ระดับชาติ)	National (ระดับชาติ)	International (ระดับนานาชาติ)
Time (เวลา)	Room 1 ห้อง 1120 อาคาร 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	Room 2 ห้อง 1125 อาคาร 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	Room 3 1126, 11 Building, Sakon Nakhon Rajabhat University
13.00 – 13.30 น.	Invited Speaker		
13.40 – 14.00 น.	ONE003	ONE001	OIE002
14.00 – 14.20 น.	ONE004	ONE012	OIE011
14.20 – 14.40 น.	ONE005	ONE013	OIE018
14.40 – 15.00 น.	ONE006	ONE014	
15.00 – 15.20 น.	ONE008	ONE016	
15.20 – 15.40 น.	ONE009	ONE017	

# # ROOM 1

National Conference

ห้อง 1120 อาคาร 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Oral Presentation (นำเสนอแบบบรรยาย)

National Conference (การนำเสนอผลงานในระดับชาติ)

08.00 – 10.00 น.	ลงทะเบียนรับเอกสารเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมจามจุรี 1 (Registration and Opening Ceremony at Chamchuri Hall 1)		
Time	ID	Topic	Page
13.00 – 13.30 น.	Invited Speaker	Soft power สกลนคร สู่ เศรษฐกิจสากล <i>ดร.กัลยารัตน์ จารุกรจินดารัตน์</i>	
13.40 – 14.00 น.	ONE003	การพัฒนากระบวนการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้าน การตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางเกษตร และภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ <i>ณัฐชนัญ เสริมศรี</i>	10
14.00 – 14.20 น.	ONE004	แนวทางการยกระดับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนของตำบลต่างอย <i>ปิยะจินต์ ปัทมดิลก</i>	12
14.20 – 14.40 น.	ONE005	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร <i>ธมนวรรณ เฟื่องประยูร</i>	13
14.40 – 15.00 น.	ONE006	ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยใช้แบบจำลอง CAPM : กรณีศึกษาหลักทรัพย์หมวดธุรกิจ วัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร <i>มัลลิกา พรหมดี</i>	14
15.00 – 15.20 น.	ONE008	การใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญญะเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน <i>ภควัต รัตนราช</i>	16
15.20 – 15.40 น.	ONE009	การบูรณาการองค์ความรู้และขยายผลงานวิจัยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ อย่างยั่งยืนตามแนวทาง BCG Economy ทั้งระบบห่วงโซ่อุปทานปทุมมา ในภาคตะวันออก <i>สนรยา กุลกัลยา</i>	18



# # ROOM 2

National Conference

ห้อง 1125 อาคาร 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Oral Presentation (นำเสนอแบบบรรยาย)

National Conference (การนำเสนอผลงานในระดับชาติ)

08.00 – 10.00 น.	ลงทะเบียนรับเอกสารเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมจามจุรี 1 (Registration and Opening Ceremony at Chamchuri Hall 1)		
Time	ID	Topic	Page
13.40 – 14.00 น.	ONE001	ความสำเร็จการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชน น้ำพริกห้องคำ <b>ปัญจพร ศรีชนาพันธ์</b>	20
14.00 – 14.20 น.	ONE012	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาส้มของวิสาหกิจชุมชนเกษตร ปลอดภัย พิช ฒ บ้านแป้น ในอำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร <b>นครินทร์ พงษ์ผลา</b>	21
14.20 – 14.40 น.	ONE013	การศึกษานโยบายท้องถิ่นการใช้ประโยชน์จากไฟกับการขับเคลื่อน เศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี <b>ปฐมพงศ์ เสวตศิริ</b>	22
14.40 – 15.00 น.	ONE014	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์ม facebook และ tiktok <b>ศิริณภัทร พ้อคำช้าง</b>	24
15.00 – 15.20 น.	ONE016	การเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อออนไลน์ การตัดสินใจใช้บริการ และ พฤติกรรมการใช้บริการร้านหมูกระทะ ของคนวัยเจนเนอเรชั่นซี และ เจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ <b>ปุณณรัตน์ พิงคานนท์</b>	26
15.20 – 15.40 น.	ONE017	ถอดบทเรียนบทบาทผู้นำชุมชนที่มีต่อการขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ <b>นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย</b>	28

# # ROOM 3

International Conference

1126, 11 Building, Sakon Nakhon Rajabhat University

Oral Presentation (นำเสนอแบบบรรยาย)

International Conference (การนำเสนอผลงานในระดับนานาชาติ)

08.00 – 10.00 น.	ลงทะเบียนรับเอกสารเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมจามจุรี 1 (Registration and Opening Ceremony at Chamchuri Hall 1)		
Time	ID	Topic	Page
13.40 – 14.00 น.	OIE002	COST AND BENEFIT ANALYSIS OF MANGOSTEEN CULTIVATION: A CASE STUDY OF FARMERS IN LAN SAKA DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE <i>Naret Nipakornpan</i>	43
14.00 – 14.20 น.	OIE011	DEVELOPMENT AND PROMOTION OF NEW STARTUP FOR THE ELDERLY <i>Thuwapol Kongnoi</i>	44
14.20 – 14.40 น.	OIE018	GENERATION ZS' ORGANIZATION WELFARES AND THE QUALITY OF LIFE <i>Naphat Wuttaphan</i>	45



# Poster Presentation Program

## Poster

National Conference

โถงชั้น 1 อาคาร 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Poster Presentation (นำเสนอแบบโปสเตอร์)

National Conference (การนำเสนอผลงานในระดับชาติ)

08.00 – 10.00 น.	ลงทะเบียนรับเอกสารเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมจามจุรี 1 (Registration and Opening Ceremony at Chamchuri Hall 1)		
Time	ID	Topic	Page
09.00 - 12.00 น.	PNE001	ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ: กรณีศึกษา การใช้บริการ ALL Online ในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาน้ำทอง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ <b>เจนณรงค์ ถิ่นอ่อน</b>	31
	PNE003	การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ปูนา กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสาร จังหวัดศรีสะเกษ <b>ปิยฉัตร ทองแพง กนกกาญจน์ จิรศิริเลิศ จิระนันท์ วงศ์วัณณู จันจิรา ชาติมนตรี</b>	32
	PNE004	การเพิ่มมูลค่าให้แก่มะขามพันธุ์พื้นเมืองที่ตกเกรด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรสร้างสวนพลิกชีวิตน้ำตกปอย อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก <b>บุษบา หินเฮวี่</b>	33
	PNE005	การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วย BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) และยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าयो้อมคราม กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายมัดย้อมบ้านสงเปลือย อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร <b>เมธาวี ยี่มิน</b>	34
	PNE006	การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบขนมทานเล่นจากพริกจินดา เพื่อพัฒนา แบบจำลองทางธุรกิจเกษตรในชุมชนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา หมู่บ้าน ปลาเค้าน้อย ตำบลคำคลอง อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ <b>นฤตล สวัสดิ์ศรี</b>	36

Time	ID	Topic	Page
09.00 - 12.00 น.	PNE007	ประสิทธิภาพของการพยากรณ์รูปแบบอนุกรมเวลาต่อการจัดการสินค้าคงคลัง กรณีศึกษา: ร้านขายกะขาม สาขาพาร์ค 459 สกลนคร <i>พัลลภ จันทร์กระจ่าง</i>	38
	PNE008	อัตลักษณ์ผ้าขาวญ้อ : การอนุรักษ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงพาณิชย์ จังหวัดสกลนคร <i>จินตนา ลิ้นโพธิ์ศาล</i>	39

## Poster

International Conference

โถงชั้น 1 อาคาร 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Poster Presentation (นำเสนอแบบโปสเตอร์)

International Conference (การนำเสนอผลงานในระดับนานาชาติ)

08.00 – 10.00 น.	ลงทะเบียนรับเอกสารเข้าร่วมการประชุม ณ หอประชุมจามจุรี 1 (Registration and Opening Ceremony at Chamchuri Hall 1)		
Time	ID	Topic	Page
09.00 - 12.00 น.	PIE002	ENHANCING THE PRODUCT ALLOCATION OF COSMETIC ITEMS THROUGH ASSOCIATION RULES MINING <i>Napat Srinual</i>	47

---

# National Conference

---

---

# Oral Presentation

---

National Conference

# การพัฒนากระบวนการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ทางเกษตร และภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

## The Development of The Process of Transfer the Use of Information Technology in Digital Marketing for Promote Agricultural Products And Local Wisdom in Smamut-prakan Province

ณัฐชนันท์ เสริมศรี, ทรงรัฐ ช่อมดวง

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

\* Corresponding Author: natchanun.s@dru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนากระบวนการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาดดิจิทัล และศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางด้านทักษะการทำการตลาดดิจิทัล โดยสอบถามความต้องการกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 79 แห่ง จำนวน 174 คน โดยการจับฉลาก (Simple Random Sampling) ได้นำองค์ประกอบความต้องการไปพัฒนากระบวนการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาดดิจิทัลตามรูปแบบกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน (ตามแนวทางสำนักงาน ก.พ.ร.) ผ่านบทเรียนมัลติมีเดียออนไลน์ และได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการทดลองเรียนจำนวน 79 คน จากการจับฉลากภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 79 แห่ง

1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาดดิจิทัล 4 ด้าน ได้แก่ 1) การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเข้าถึงลูกค้า 2) การสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ 3) การวิเคราะห์และเลือกกลุ่มผู้ซื้อเฉพาะเจาะจง และ 4) การนำเสนอรายละเอียดความเป็นเจ้าของ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32, S = 0.76$ )

2) กระบวนการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาดดิจิทัลตามรูปแบบกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน (ตามแนวทางสำนักงาน ก.พ.ร.) ผ่านบทเรียนมัลติมีเดียออนไลน์ความต้องการมีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเข้าถึงลูกค้า 2) การสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ 3) การวิเคราะห์และเลือกกลุ่มผู้ซื้อเฉพาะเจาะจงและ 4) การนำเสนอรายละเอียดความเป็นเจ้าของ ได้ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.94, S = 0.11$ )

3) ผลสัมฤทธิ์ทางด้านทักษะการทำการตลาดดิจิทัล หลังจากการเรียนรู้กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (70%) เท่ากับร้อยละ 81.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.48 ค่าความต่าง (t) เท่ากับ 1.78 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

The purposes of this research to study and develop the process of transferring information technology in digital marketing. And study the achievements of digital marketing skills Has developed a system according to needs with 79 community enterprise, 174 members, by lottery (Simple Random Sampling), The required elements were used to develop the process of transferring the use of information technology in digital marketing according to the 7-step knowledge management process (according to the Office of the Public Sector Development Commission's guidelines) through online

multimedia lessons. And get a sample group for the experimental study of 79 people from the lottery within 79 community enterprises.

1) Members of the community cooperatives subject group needed to have information technology skills in digital marketing in 4 areas: 1 Using modern technology to reach customers 2. Creating interesting content 3. Analyzing and selecting specific buyer groups and 4. Presentation of ownership details. is at the highest level ( $\bar{X}$  =4.32, S = 0.76)

3) The process of transferring the use of information technology in digital marketing according to the 7-step knowledge management process (according to the Office of the Public Sector Development Commission's guidelines) through online multimedia lessons The need for skills in using digital technology in all 4 aspects of marketing is as follows: 1) Using modern technology to reach customers 2) Creating interesting content 3) Analyzing and selecting specific buyer groups and 4) Proposing ownership details. The average content suitability was at the highest level (" $\bar{X}$ " = 4.94, S = 0.11).

2) Achievement in digital marketing skills After learning the digital marketing technology transfer process to promote agricultural products and local wisdom Community Enterprise Group, Bang-Phli District, Samut Prakan Province. The average score was 81.89 percent, The standard deviation was 9.48, and t value was 1.78, Which was significantly higher than the set criteria of .05.

**คำสำคัญ:** กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสารสนเทศ; การตลาดดิจิทัล; วิสาหกิจชุมชน

*The process information technology transfer; Digital marketing; CommunityEnterprise*

# แนวทางการยกระดับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนของตำบลเต่างอย

## Guidelines for raising the level of community enterprise management of Tao Ngoi Subdistrict.

ปิยะจินต์ ปัทมดิลก, จาริตา หินเฑาว์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

\* Corresponding Author: piyachint.p@snru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการยกระดับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนของตำบลเต่างอย ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลเต่างอยที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 25 กลุ่ม และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งคัดเลือกโดยการจับสลากมาจากกลุ่มประชากรโดยการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสังเกต โครงการวิจัยนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ได้นำประเด็นจาก 7 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน 2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 3) การบริหารตลาด 4) การจัดการความรู้และข้อมูล 5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ 7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีผลการประเมินในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับปานกลางและระดับปรับปรุง มาสร้างเป็นแนวทางในการยกระดับการบริหารจัดการกลุ่มของตนเอง ทำให้แต่ละกลุ่มมีแนวทางในการยกระดับการบริหารจัดการกลุ่มที่แตกต่างกันไปตามประเด็นที่ต้องนำมาปรับปรุง

The purpose of this research was to find ways to improve community enterprise management in Tao Ngoi Subdistrict. The population used in this research were 25 community enterprises registered with the Department of Agricultural Extension and 3 sample groups selected from the population which were selected by drawing lots from the population by evaluating management potential. The tools used in the research are: Semi-structured interview and observational form. This research project. Descriptive statistics were used: mean, percentage, and standard deviation.

The results showed that The 3 sample groups of community enterprises took issues from 7 categories: 1) community enterprise leadership and management 2) community enterprise operation planning 3) market management 4) knowledge and information management 5) member management community enterprise 6) product or service management and 7) community enterprise performance results which the assessment results for each issue were at the moderate level and at the improvement level. To create a guideline to raise the level of management of their own group. Therefore, each group has different guidelines for raising the level of group management according to the issues that need to be improved.

**คำสำคัญ:** การยกระดับ; การบริหารจัดการ; วิสาหกิจชุมชน  
elevation; management; community enterprise



# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

## Factors influencing food freight in Thonburi district, Bangkok.

ธมนวรรณ เฟื่องประยูร

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อการกระจายสินค้า คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
172 ถนนอิสรภาพ แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 ประเทศไทย

\* Corresponding Author: [tamonwan.o@dru.ac.th](mailto:tamonwan.o@dru.ac.th)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวิจัยจากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ที่มากกว่า 0.70 และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเป็นไปตามโอกาสทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (x) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวน และเปรียบเทียบพหุ (Multiple Comparison) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ผลการวิจัยพบว่าสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งมีระดับความสำคัญต่อราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารที่มากกว่าประเภทสินค้าอาหารแห้ง การขนส่งสินค้าอาหารด้วยระยะทางตั้งแต่ 1-10 กิโลเมตร มีระดับความสำคัญต่อราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารที่ให้บริการขนส่งสินค้าระยะทางมากกว่า 20 กิโลเมตรขึ้นไป การขนส่งสินค้าอาหารโดยรถยนต์ตู้ที่ปรับอากาศมีระดับความสำคัญต่อราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารมากกว่าการขนส่งสินค้าอาหารโดยรถจักรยานยนต์ การจัดส่งสินค้าอาหารในปริมาณ 100 หน่วยขึ้นไปมีระดับความสำคัญต่อราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารมากกว่าการจัดส่งสินค้าอาหารในปริมาณ 1 - 20 หน่วย นอกจากนี้ปัจจัยด้านประเภทสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาค่าขนส่งสินค้าอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยประเภทยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ปัจจัยด้านระยะทางในการขนส่งสินค้า และปัจจัยด้านปริมาณสินค้าที่จัดส่ง

The objectives of this study were to analyze factors influencing to the determination cost for food delivery in Thonburi district, Bangkok. This research used quantitative research method for analyzing the factors, synthesizing the relation of these factors, and testing the research hypothesis. Based on the findings, it can be concluded that to analyze the reliability of research instrument by Cronbach's alpha coefficient greater than 0.70, statistical analysis by descriptive statistics: frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing by One-Way ANOVA to analyze variance then multiple comparison for pairwise comparison.

The results of the research revealed that frozen food were more important to cost for food delivery than dry food, food transportation for distances ranging from 1-10 kilometers were more important to cost for food delivery than 20 kilometers, the transport of food by air-conditioned solid vans were more important to cost for food delivery than transporting food goods by motorcycles and food shipments of 100 units or more were more important to cost for food delivery than food shipments of 1 to 20 units. Moreover, a high level of factor that influencing food delivery pricing in Thonburi district Bangkok is the product characteristics that respectively followed by the type of vehicle service, number and density of goods, freight distance and the least factor influencing is other cost.

**คำสำคัญ:** การกำหนดราคา; ราคาค่าขนส่งสินค้า; สินค้าอาหาร

Pricing; Freight; Food product

# ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยใช้แบบจำลอง CAPM : กรณีศึกษาหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร

## RISK AND RATE OF RETURN OF SECURITIES IN THE INDUSTRY SECTOR BY USING CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM) : SECURITIES CASES OF INDUSTRIAL MATERIALS AND MACHINERY BUSINESS

มัลลิกา พรหมดี<sup>1</sup>, ศิรินันท์ มศรีภูมิ<sup>2</sup>, บุษยารัชนี รักศิริรักษ์<sup>2</sup>, พงษ์ศิววัฒน์ ทศสมบัติ<sup>2</sup>, อธิพรพรณ อิงภากรณ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>สถาบันภาษา ศิลปะ และวัฒนธรรม ,มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, ประเทศไทย

<sup>2</sup>คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ประเทศไทย

\* Corresponding Author: Mallika999@sru.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุนในหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร กลุ่มอุตสาหกรรม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร กลุ่มอุตสาหกรรม กับอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 3) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงกับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง ของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร กลุ่มอุตสาหกรรม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หลักทรัพย์ที่ใช้ในการศึกษาคือ หลักทรัพย์ในหมวดหมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร จำนวน 14 หลักทรัพย์ ได้แก่ ALLA, ASEFA, CPT, CRANG, CTW, FMT, HTECH, KKC, PK, SNC, STARK, TCJ, TPCS และ VARO ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2562 ถึงเดือน ธันวาคม 2565 รวมระยะเวลา 3 ปี และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ แบบจำลอง Capital Asset Pricing Model (CAPM)

ผลการศึกษาพบว่า หลักทรัพย์ทุกตัวที่ทำการศึกษาที่มีหลักทรัพย์ที่นักลงทุนควรลงทุน จำนวน 12 หลักทรัพย์ ได้แก่ ALLA, ASEFA, CPT, CRANE, CTW, FMT, HTECH, PK, SNC, TCJ, TPCS และ VARO และมี 2 หลักทรัพย์ คือ KKC และ STARK ที่ไม่ควรลงทุน ได้แก่ LRH

The purposes of this research were 1) To know the rate of return and risk of investing in securities, industrial materials and machinery. industry group Stock Exchange of Thailand 2) To analyze and compare the rate of return and risk. of industrial and machinery securities industry group with the rate of return and risk of the Stock Exchange of Thailand 3) To analyze and compare the actual rate of return with the expected rate of return. of securities, industrial materials and machinery industry group Stock Exchange of Thailand. The securities used in the study are 14 securities in Industrial Materials and Machinery sector, namely ALLA, ASEFA, CPT, CRANG, CTW, FMT, HTECH, KKC, PK, SNC, STARK, TCJ, TPCS and VARO, are studied using monthly secondary data. From December 2019 to December 2022, including a period of 3 years, and analyzed data using the Capital Asset Pricing Model (CAPM).

The study found that All securities studied have 12 securities that investors should invest in, namely ALLA, ASEFA, CPT, CRANE, CTW, FMT, HTECH, PK, SNC, TCJ, TPCS and VARO, and 2 securities are KKC and STARK that should not be invested. invested in LRH

**คำสำคัญ:** หลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร; CAPM (Capital Asset Pricing Model); ความเสี่ยงหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร; ผลตอบแทนหลักทรัพย์หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร  
*Industrial materials and machinery securities; CAPM (Capital Asset Pricing Model); Risk on the securities in Industrial materials and machinery securities; Return on the securities In the securities in Industrial materials and machinery*

## การใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

### The Use of Consumption of Sign Concept to Value Addition to Community Products based on Community Identity

ภควัต รัตนราช<sup>1,\*</sup>, แสงระวี กระจ่างศาสตร์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขานิติศาสตร์ (คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ประเทศไทย)

<sup>2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขานิติศาสตร์ (คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, ประเทศไทย)

\* Corresponding Author: [phakawat29@gmail.com](mailto:phakawat29@gmail.com)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐานบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนคลองตะเอน เขตมีนบุรีโดยใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory action research) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มแม่บ้านชุมชนคลองตะเอน เขตมีนบุรี จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสนทนากลุ่ม แบบประเมินคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐานบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนคลองตะเอน เขตมีนบุรี ใช้แนวทางการพัฒนาตามแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ประกอบด้วยการพัฒนาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ ใช้แนวคิดเรื่องความเอนกประสงค์ในการพัฒนาสูตรน้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐานสามารถใช้ปรุงอาหารได้ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ใช้เครื่องเทศที่เป็นสูตรเฉพาะตามตำรับของกลุ่มแม่บ้านมุสลิม 2) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ใช้แนวคิดเรื่องประสบการณ์ด้านอาหาร โดยเฉพาะการลิ้มรสชาติอาหารมุสลิมต้นตำรับให้กับผู้บริโภคต่างศาสนา ส่วนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใช้แนวคิดเรื่องความเป็นสากล ความเรียบง่าย และการบ่งบอกถึงผู้ผลิตชาวมุสลิม และ 3) คุณค่าด้านการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ ใช้แนวคิดเรื่องการสร้างความทรงจำ น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐานเป็นสัญลักษณ์แทนความตั้งใจและขอบคุณของกลุ่มแม่บ้านที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่อร่อย สะอาด สามารถใช้เป็นของฝากแทนความปรารถนาดีของผู้ให้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนคลองตะเอน เขตมีนบุรีตามแนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านอาหาร กลุ่มแม่บ้านเกิดความภูมิใจในฝีมือและรสชาติด้านอาหารของตนเอง 2) ด้านรายได้ กลุ่มแม่บ้านมีช่องทางหารายได้เพิ่มขึ้น 3) ด้านภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านจากการพึ่งพาผู้อื่นเป็นการริเริ่มพึ่งพาตนเอง 4) ด้านความสามัคคี ผลิตภัณฑ์ชุมชนช่วยให้เกิดการรวมกลุ่ม การพูดคุย และการร่วมมือพัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ 5) ด้านอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ชุมชนมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ชัดเจน และสามารถส่งเสริมศักยภาพของชุมชนในด้านอื่น ๆ

The purpose of this research were develop product and packaging Bhutanese fairy mushroom chili paste based on the identity of Khlong Tanode Community, Minburi District according to the consumption of sign concept. For data collection, quantitative research approaches were used in the community participation process of research and development (Participatory action research). Observation and focus group techniques were used with 12 Khlong Tanod community housewives who need to creatively grow the community in terms of boosting product value and value based on local identity. According to the findings of the study, use the development approach based on the consumption of sign concept,

there are three product value: 1) Use value, using the concept of versatility in developing Bhutanese fairy mushroom chili paste, it can be used to cook both savory and sweet dishes, and use special spices of Muslim housewives. 2) Sign value, using the concept of food experience, universality, simplicity and local. 3) Symbolic exchange, using the concept of memory formation, Bhutanese fairy mushroom chili paste symbolizes the intention and gratitude of Muslim housewives who want consumers to eat delicious, clean food and souvenir food. Development of products and packaging based on the identity of the Klong Tanode Community according to the consumption of sign concept, there are five creates value for the community: 1) Food; Muslim housewives takes pride in their craftsmanship and food taste. 2) Income; Muslim housewives have more ways to earn more income. 3) Image; Community products help raise the image of Muslim housewives from relying on others to self-reliant initiatives. 4) Unity; Community products create groups, discussions, and collaborations for community development. 5) Identity; Community products give local identity. and promote the potential of the community in other areas.

**คำสำคัญ:** การบริโภคเชิงสัญลักษณ์; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; อัตลักษณ์ชุมชน; ชุมชนคลองตะเอนด เขตมีนบุรี

*the consumption of sign concept; community products; community identity; khlung Tanod community*

# การบูรณาการองค์ความรู้และขยายผลงานวิจัยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง BCG Economy ทั้งระบบห่วงโซ่อุปทานปูม้าในภาคตะวันออก

Integrating knowledge and expanding research towards sustainable economic  
development according to the BCG Economy approach throughout the blue  
swimmer crab's supply chain in the Eastern region of Thailand

สนธยา กุลกัลยา<sup>1,\*</sup>, อุมารินทร์ มัจฉาเกื้อ<sup>1</sup>, หยาดรุ้ง สุวรรณรัตน์<sup>1</sup>, นิศารัตน์ แสงแข<sup>2</sup>, จิรพร สวัสดิการ<sup>1</sup>,  
บุษรา บรรจงการ<sup>2</sup>, คมสัน มุ่ยสี<sup>3</sup>

<sup>1</sup>คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000 ประเทศไทย

<sup>2</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000 ประเทศไทย

<sup>3</sup>คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000 ประเทศไทย

\* Corresponding Author: [sontaya.k@rbru.ac.th](mailto:sontaya.k@rbru.ac.th)

## บทคัดย่อ

การนำองค์ความรู้สู่การจัดตั้งธนาคารปูม้าและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนธนาคารปูม้าผ่าน 4 ขั้นตอนหลัก ๆ คือ 1) การรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ 2) การจัดตั้งธนาคารปูม้าชุมชน 3) การบริการวิชาการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ และ 4) การติดตามดูแลส่งเสริม ผลการดำเนินงานสามารถจัดตั้งธนาคารปูม้าได้ทั้งสิ้น 40 ธนาคารกระจายตามหมู่บ้านชาวประมงปูม้าในภาคตะวันออกรวมทั้งจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ธนาคารปูม้าจำนวน 4 ศูนย์การเรียนรู้ โครงการมีการบูรณาการกิจกรรมธนาคารปูม้าร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ ในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการประชาสัมพันธ์การตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการดำเนินงานกว่า 5 ปี การติดตามผลสำเร็จการดำเนินงานของโครงการพบว่าธนาคารปูม้าสามารถปล่อยลูกปูม้าระยะ zoea จนทำให้เกิดการทดแทนที่ของปูม้าเข้าสู่แหล่งประมงมากขึ้น ปริมาณปูม้าที่จับได้ในพื้นที่มีมากขึ้นจาก 4,339 ตัน เป็น 11,102 ตัน ส่งผลให้รายได้ชาวประมง ปูม้าเพิ่มขึ้นจาก 16,017±6,387 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน เป็น 31,219±29,732 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินงานของธนาคารปูม้าทั้งทางตรงจากการเพิ่มขึ้นของทรัพยากรปูม้า และประโยชน์ทางอ้อมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและร้านอาหาร ชุมชนที่ได้รับผลประโยชน์จากปูม้าตลอดห่วงโซ่อุปทานปูม้าในภาคตะวันออกมีไม่น้อยกว่า 40 ชุมชน การศึกษามูลค่าของปูม้าที่เพิ่มขึ้นหลังผ่านห่วงโซ่อุปทานทำให้เห็นภาพผลกระทบของโครงการได้อย่างชัดเจนและยังเป็นข้อมูลสนับสนุนให้โครงการสามารถจัดกิจกรรมตามแนวทาง BCG Economy เพื่อส่งเสริมการดำเนินการเพิ่มมูลค่าปูม้าและสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจ-สังคมที่ดีให้กับชุมชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งห่วงโซ่อุปทานปูม้าในภาคตะวันออกได้ การดำเนินงานในทุกขั้นตอนมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคส่วนต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานปูม้าของภาคตะวันออก เมื่อสิ้นสุดโครงการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในห่วงโซ่อุปทานปูม้าได้มากขึ้น ทรัพยากรประมงที่เกี่ยวข้องกับการประมงปูม้าถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน สร้างความมั่นคงของสังคมชุมชนประมงชายฝั่งภาคตะวันออกให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจภายนอกชุมชนได้เป็นอย่างดี

Applying knowledge from science, research, and innovation to establishing the CrabBank and strengthening the local fishing community was driven through 4 main steps: 1) collecting and synthesizing relevant knowledge, 2) establishing the CrabBank community, 3) academic service and knowledge transfer, and 4) monitoring and promotion. As a result, 40 CrabBanks, including four CrabBank learning centers, were established and distributed along the eastern coastal region of Thailand. The project also integrates CrabBank activities with other activities along the blue swimming crab (BSC) production chain, such as local tourism development, local product promotion, environmental conservation, and local business marketing throughout the project's operation for over five years. A study on the project's success found that the positive effect of CrabBank activity, i.e., releasing baby blue swimming crabs Zoea stage to the wild, can increase the recruitment rate and the catch of blue swimming crabs in the study fishing grounds. The number of blue crabs caught in the study area and fishermen's income increased. The BSC catch was reaching from 4,339 to 11,102 matrix tons, and the average income of the BSC fisherman increased from 16,017±6,387 to 31,219±29,732 ฿. Other more, the indirect benefits from the operation of CrabBank are the benefits related to tourism, local products, and local restaurants. There are at least 40 communities that benefit from CrabBabk's operation throughout the supply chain in the eastern region. The study of the value of blue swimming crabs that increase through the supply chain provides a clear and informative view of the project's impact. The BCG economy approach is also used to encourage the CrabBank operation to add more value to blue swimming crabs and create good socio-economic impacts on communities in the eastern region. Operations at all stages involve the participation of stakeholders from different sectors in the blue swimming crab supply chain of the eastern region. At the end of the project, economic value can be created in the blue swimming crab supply chain. Fishery resources related to blue swimming crab fishing are used cost-effectively and sustainably, promoting the stability of the coastal fishing communities in the study area to adapt well to economic changes outside the community.

**คำสำคัญ:** ปูม้า; ธนาคารปูม้า; BCG Economy; ห่วงโซ่อุปทาน; การท่องเที่ยวชุมชน

*Blue Swimming Crab; CrabBank; BCG Economy; Supply Chain; Local Tourism*



# ความสำเร็จการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฮ่องคำ

## Successful Management of Community Enterprise: A case study of Khong Kham Chili Paste Community Enterprise

ปัญญพร ศรีชนาพันธ์<sup>1,\*</sup>, ดารารัตน์ ธาตุรักษ์<sup>1</sup>, ณัฐนรี ทองดีพันธ์<sup>1</sup>, พรรณษา เรือนน้อย<sup>2</sup>

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ประเทศไทย

<sup>2</sup>งานคลังและพัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ประเทศไทย

\* Corresponding Author: punjaporn@mut.ac.th

### บทคัดย่อ

การบริหารจัดการกลุ่มเป็นการรวมตัวของชาวบ้านที่ประกอบอาชีพเดียวกัน และร่วมกันสร้าง ข้อบังคับ การรวมกลุ่มกันของสมาชิก เพื่อให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพและก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความสำเร็จในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฮ่องคำ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฮ่องคำ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฮ่องคำ ได้รวมตัวกันผลิตน้ำพริกจากองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เรียนรู้จากการปฏิบัติจริงด้วยการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จในการบริหารจัดการกลุ่มเกิดจากการมีผู้นำที่เข้มแข็งในการสร้างความร่วมมือ การวางแผนการดำเนินงาน การแบ่งโครงสร้างการทำงานแบบคณะกรรมการและบริหารงานโดยอาศัยสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ขับเคลื่อน กระบวนการผลิต และการตลาด ส่งผลให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็งและมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

The group management is a gathering of villagers who work in the same occupation and jointly create rules and regulations by gathering of members to provide mutual assistance, occupational stability and continuous earning. The objective of this study was to examine the successful management of community enterprise: a case study of Khong Kham chili paste community enterprise. The data was collected from Khong Kham chili paste community enterprise by in-depth interview and focus groups.

Khong Kham chili paste community enterprise has gathered to produce Larb Chilli Paste from tacit knowledge and wisdom by learning from the action to develop for adding value of products. The result showed that successful management of community enterprise due to strong leadership in collaboration, planning, division of the working structure of board and management of group member to driver of the production and marketing process to be explicit strong group and increase revenue.

**คำสำคัญ:** ความสำเร็จการบริหารจัดการ; วิสาหกิจชุมชน; วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฮ่องคำ

*successful management; community enterprise; Khong Kham chili paste community enterprise*

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาซอมของวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดสารพิษ ณ บ้านแป้นในอำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร

### FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO BUY PLA SOM OF COMMUNITY ENTERPRISES FOR ORGANIC AGRICULTURE AT BAN PAEN

นครินทร์ พงษ์ผลา<sup>1</sup>, ชลลดา สร้อยเงิน<sup>1</sup>, พัชราภรณ์ สุนาพร<sup>1,\*</sup>  
มนต์ทิศา ปรีประเสริฐ<sup>1</sup>, วศิน เพชรพงศ์พันธ์<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร|  
<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

\* Corresponding Author: wasin@sru.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปลาซอม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร (2) พฤติกรรมการซื้อปลาซอมในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร (3) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปลาซอมในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือประชาชนที่เคยและไม่เคยบริโภคปลาซอมจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ผลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions analysis)

ผลวิจัย พบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 115 ราย อายุ ต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวน 135 ราย สถานภาพสมรส มีจำนวน 135 ราย การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 84 ราย รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 8,000 บาท มีจำนวน 118 ราย อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 94 ราย บริโภคเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 87 ราย (2) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับคะแนนค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)(x=4.36) ปัจจัยด้านราคา(Price)(x=4.35) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)(x=4.35) มีระดับความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)(x=4.30) และปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Product Purchase Decision)(x=4.29) ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งหมด (3) ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions analysis) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาซอม แต่ด้านราคากลับไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาซอม

The objectives of this research were to study (1) demographic characteristics affected on purchasing decisions of pla som in Sakon Nakhon Province, (2) buying behaviors in pla som in Sakon Nakhon Province, and (3) marketing mix 4P's. affected on the decision to buy Som Pla in the area of Sakon Nakhon Province. The sample used in this study was 400 people who had and never consumed pla som by using a questionnaire as a tool. which has the weight of the component Results with Multiple Regressions analysis.

The results showed that (1) Most of the respondents were male, 115 cases, under 18 years old, 135 cases, marital status, 135 cases, diploma/high vocational education. There are 84 cases, income is less than 8,000 baht, there are 118 cases, personal business/trading, there are 94 cases, consumed once a month, there are 87 cases.(2) Respondents gave important levels in order of average scores, namely, product factors (x=4.36), price factors (x=4.35), and marketing promotion factors (x=4.35) were the most important. Place or distribution channel factor (x=4.30) and product purchase decision factor (x=4.29) were all at high level.(3) The results of the analysis using multiple regressions analysis found (3) that the product side location or distribution channel and marketing promotion Influence the decision on buy Pla Som. But in terms of price, there is no influence on the decision to buy Pla Som.

**คำสำคัญ:** วิสาหกิจชุมชน; ปลาซอม; การตัดสินใจซื้อ  
community enterprises; pla som; purchase decision

# การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นการใช้ประโยชน์จากไม้กับการ ขับเคลื่อน เศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

## A Study of Local Wisdom Utilization of Bamboo and Driving BCG Economy in Ubon Ratchathani Province

สนธยา เกาะสมบัติ, ปฐมพงศ์ เสวัตศิริ\*

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เลขที่ 2 ถ.ราชธานี ต.ในเมือง อ.เมืองอุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี 34000

\* Corresponding Author: patompong.s@ubru.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นการใช้ประโยชน์จากไม้กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีแนวทางการสนองพระราชดำริโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิธีการดำเนินการวิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูล ข้อมูลภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากไม้ความหลากหลายทางชีวภาพของชนิดพันธุ์ไม้ ผลิตภัณฑ์การใช้ประโยชน์จากไม้ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในงานวิจัยดังนี้ (1) เพื่อศึกษารวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ประโยชน์จากไม้กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ศึกษารวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ประโยชน์จากไม้กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อจัดทำคู่มือองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการใช้ประโยชน์จากไม้ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเป็นการนำเอาพันธุ์ไม้ที่พบเจอในการลงพื้นที่สำรวจที่ได้กำหนดในงานวิจัย การเพาะ และขยายพันธุ์ รวมไปถึงตัวอย่างการนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวบรวมไว้ในหนังสือคู่มือ(3)เพื่อเก็บรวบรวมพันธุ์ไม้มาเพาะขยายพันธุ์เพื่อการอนุรักษ์ในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วิจัยเขตบ้านยางน้อย โดยเป็นการนำพันธุ์ไม้ที่พบเห็นในการลงพื้นที่สำรวจจากงานวิจัยมาเพาะ ขยายพันธุ์เพื่อเป็นการอนุรักษ์ และยังสามารถเป็นแหล่งการเรียนรู้ให้กับชุมชนใกล้เคียง และยังสอดคล้องกับพันธกิจมหาวิทยาลัย ที่เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอีกด้วย โดยงานวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้มีการลงพื้นที่สำรวจทรัพยากรในพื้นที่เป้าหมาย เก็บข้อมูล วิเคราะห์องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของพื้นที่นั้นๆ เพื่อนำมาประชุม บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านกระบวนการ และเครื่องมือ อาทิเช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการการเพาะ และขยายพันธุ์ การพัฒนาและการนำไปใช้ประโยชน์ของไม้แต่ละสายพันธุ์ โดยมีพื้นที่ในการศึกษาดังนี้ หัตถกรรม บ้านบุงหวาย ตำบลบุงหวาย อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี, หัตถกรรมบายาย อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี, หัตถกรรม อำเภอโงะเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่หัตถกรรมที่นำไม้มาใช้ประโยชน์ทั้ง 3 พื้นที่เป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้พัฒนาโดยอาศัยทักษะ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดโดยมีความเชื่อมโยงโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

คณะผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการศึกษามาสรุปผลภูมิปัญญาท้องถิ่นการใช้ประโยชน์จากไม้กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จนเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลพันธุ์ไม้ หนังสือ คู่มือ รวมไปถึงการขยายพันธุ์ไม้ ในเขตพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จากการลงพื้นที่วิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูล และได้ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพันธุ์ไม้ หนังสือ คู่มือโดยมีผู้เชี่ยวชาญช่วยในการทำการพัฒนาข้อมูลพันธุ์ไม้ หนังสือ คู่มือ

A Study of Local Wisdom, Utilization of Bamboo and Driving BCG Economy in Ubon Ratchathani Province There are guidelines for responding to the Royal Initiative of the Plant Genetic Conservation Project. HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn Princess Maha Chakri Sirindhorn The researcher has studied the data. and related theories The method of conducting research begins with the study of data. Knowledge of bamboo utilization, biodiversity of bamboo species Bamboo, a product of bamboo utilization in Ubon Ratchathani Province with the following research objectives: (1) to study and collect knowledge of local wisdom The utilization of bamboo and driving the BCG economy in the area of Ubon Ratchathani (2) To prepare a manual for knowledge of local wisdom on the utilization of bamboo in Ubon Ratchathani Province. By bringing bamboo species found in the survey areas that have been determined in research, cultivation and propagation. Including examples of the use of bamboo. by collecting them in the handbook (3) To collect bamboo species to propagate for conservation in the area of Ubon Ratchathani Rajabhat University. Ban Yang Noi Campus By bringing bamboo species that were seen in the survey area from the research to grow propagate for conservation and can also be a source of learning for nearby communities and also in line with the mission of the university which is a university for local development as well Also, in this research, the research team has conducted an area survey of resources in the target area, collecting data, analyzing the body of knowledge. wisdom of that area to bring to the meeting integration of related sciences through the process and tools such as cultivation workshops and breed development and utilization of each species of bamboo The study areas are as follows: Handicraft Ban Bung Wai, Bung Wai Subdistrict, Warin Chamrap District Ubon Ratchathani Province, balai handicraft Warin Chamrap District Ubon Ratchathani Province, handicrafts Khong Chiam District Ubon Ratchathani Province Handicraft areas that use bamboo for the benefit of all 3 areas are bringing local wisdom to be developed by using skills. knowledge existing in the community to develop further by linking the economic model to sustainable development

The researchers gathered information from the study to summarize the results of local wisdom, utilization of bamboo and driving the BCG economy in Ubon Ratchathani Province. Until collecting bamboo species information, books, manuals, including bamboo propagation. in the area of Ubon Ratchathani Rajabhat University from the research area and collect information and studied information about bamboo species, books, manuals, with experts assisting in the development of bamboo species information, books, manuals

**คำสำคัญ:** ภูมิปัญญาท้องถิ่น; ไม้; โมเดลเศรษฐกิจ BCG

*Local Wisdom; Bamboo; BCG Economic Model*

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ :

### กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์ม facebook และ tiktok

## Factors influencing shopping decisions on social media : a comparative case study between facebook and tiktok platforms

ปิยะรัตน์ เกวใจ, สุदारักษ์ กุลเกลี้ยง, อิศริญา วังทะพันธ์, ศิริณภัทร พ่อคำช่าง\*, ณัฐชิตา เสนอจันทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

\* Corresponding Author: [sirinaphat.ph64@snru.ac.th](mailto:sirinaphat.ph64@snru.ac.th)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลของความนับถือที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ (2) ศึกษาอิทธิพลของบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจที่มีต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ (3) ศึกษาอิทธิพลของการตอบสนองความต้องการยังมีได้ ร้องขอที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ (4) ศึกษาอิทธิพลของการรักษาสีทูลูกค้าและรักษาภาพพจน์องค์กร ร้านค้า แอปพลิเคชัน ที่มีต่อ ความพึงพอใจโดยรวมของ (5) ศึกษาอิทธิพลของการใช้งาน คุณภาพสินค้า ที่มีต่อความพึงพอใจโดยรวมของ (7) ศึกษาอิทธิพลของด้านราคาที่มี ต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ ก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือซึ่งมีค่าคิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% โดยมีความ เกี่ยวตรงของตัวแปรแต่ละด้าน มีค่าเท่ากับ 0.713 - 0.862 ซึ่งมีค่าความเที่ยงสูง วิเคราะห์ผลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง แพลตฟอร์ม facebook และ tiktok การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของแพลตฟอร์ม facebook พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.0149$ ) คิดเห็นอยู่ในระดับ มาก และการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของแพลตฟอร์มtiktok พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มี คะแนนความคิดเห็นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.0488$ ) คิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

การวิเคราะห์พฤติกรรมตัดสินใจซื้อของ Facebook พบว่า ซื้อสินค้าออนไลน์แต่ละครั้งเป็นจำนวนมากโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.726$ ) และพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของ TikTok พบว่า ซื้อสินค้าออนไลน์แต่ละครั้งเป็นจำนวนมากโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.820$ ) การ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทุกตัวแปรแฝงมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ  $p < .01$  โดย ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนสื่อสังคมระหว่าง แพลตฟอร์ม facebook และ tiktok มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันซึ่งทุกคู่มี ความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกันและมีค่าเกิน .8 ดังนั้นจึงเกิดปัญหาความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity)

The research was aimed at (1) studying the list of people who have been favored, reviewing every part of the shopping decision on social media, and (2) studying the people who have been favored by the people who have been favored. Don't forget to collect all Followers (3) Study the respondents of the competitors who are still competing to follow up on all results (4) Study the suitability of medical care that customers will receive the image of the organization, shop, app. application, do not forget to follow the work of users (5) Study the effect of usage, product quality on overall satisfaction

of (7) Study the effect of price on overall satisfaction of 400 users by using a questionnaire as a valuable tool. Representing a response rate of 100%, the accuracy of each side variable was 0.713 - 0.862, which was high precision. The results were analyzed using Multiple Regressions analysis. The results of the research revealed that factors influencing purchase decisions on social media: a comparative case study between facebook and tiktok platforms. has the highest opinion scores ( $\bar{x}$  = 4.0149), opinions are at a high level, and analyzing data on service usage behavior of the tiktok platform found that the product side Has the highest comment score ( $\bar{x}$  =4.0488)Opinions were at a high level. Facebook's analysis of purchasing behavior found that a large number of online purchases were overall at a high level ( $\bar{x}$ =3.726) and TikTok's purchasing behavior found that online purchases were overall at a high level ( $\bar{x}$ =3.726). were large, overall at a high level ( $\bar{x}$ =3.820). Analysis of the correlation coefficient between variables All latent variables had a significant correlation coefficient at  $p < .01$  level.The social media purchase decision satisfaction between facebook and tiktok platforms had a correlation coefficient that all pairs had a symmetrical relationship and exceeded .8, so the problem of correlation was too high. (Multicollinearity)

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ; บริการ

*Satisfaction; serve*

# การเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อออนไลน์ การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมการใช้บริการ ร้านหมูกระทะของคนวัยเจนเนอเรชั่นซี และ เจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์

## Comparison of online media exposure, the decision to use the service, and the behavior of using service at grilled pork restaurant of people of Generation Z and Generation Y in Mueang District, Surin Province

ปุณณรัตน์ พิงคานนท์<sup>1,\*</sup>, สุเมธี เทียมสกุล<sup>2</sup>, สมชาย ชัยสำอางค์<sup>3</sup>, สราวุฒิ ศรีทองคำ<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ประเทศไทย

<sup>2</sup>สาขาวิชาการตลาดสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ประเทศไทย

<sup>3</sup>สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ประเทศไทย

<sup>4</sup>สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย

\* Corresponding Author: punnarat@sru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อออนไลน์ของร้านหมูกระทะ ของคนเจนเนอเรชั่นซี และเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ 2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านหมูกระทะ จากการเปิดรับสื่อออนไลน์ของร้านหมูกระทะ ของคนเจนเนอเรชั่นซี และเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ และ 3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านหมูกระทะ จากการเปิดรับสื่อออนไลน์ ของคนเจนเนอเรชั่นซี และเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการสำรวจ โดยประชากรเป็นผู้ใช้บริการร้านหมูกระทะในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ เครซี และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลายขั้นตอน ด้วยแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการร้านหมูกระทะที่มีอายุ 15 – 43 ปี ณ ร้านหมูกระทะในอำเภอเมืองสุรินทร์ ที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน หรือริวิวการให้บริการผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 12 ร้าน และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

ผลการวิจัย พบว่า 1) เจนเนอเรชั่นที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ของหมูกระทะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 2) เจนเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้านหมูกระทะ จากการเปิดรับสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และ 3) เจนเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านหมูกระทะ จากการเปิดรับสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

The objective of this research was to study 1) to compare the online media exposure of grilled pork restaurants of the people of Generation Z and Generation Y in the district of Mueang Surin 2) to compare the decision to use the service of the grilled pork restaurant from the online media exposure of the grilled pork restaurant of the people of Generation Z and Generation Y in the district of Mueang Surin, and 3) to compare the behavior of using the service of grilled pork restaurant from exposure to online media of the people of Generation Z and Generation Y in the district of Mueang Surin. The research



is a quantitative research using an survey research, The population is customers of grilled pork restaurants in Mueang Surin District. The sample size was determined from the Krejcie and Morgan table with a 95 percent Confidence Interval, and 384 people were sampled, Data collected by using a questionnaire from customers aged between 15 to 43 years old at 12 grilled pork restaurants in Mueang Surin District that advertises the shop or accepts reviews through online media, by requiring the respondents to fill out the questionnaires by themselves.

The results showed that (1) Different generations had no significant different in exposure to online media of grilled pork restaurant at the 0.05 level of confidence. (2) Different generations had no significant different in decision to use the service of grilled pork restaurant from exposure to online media at the 0.05 level of confidence. and (3) Different generations had no significant different in behaviors in using the service of the grilled pork restaurant from the exposure to online media at the 0.05 level of confidence.

**คำสำคัญ:** สื่อออนไลน์; เจนเนอเรชัน; ร้านอาหารกระทะ

*online media; generations; grilled pork restaurant*

ถอดบทเรียนบทบาทผู้นำชุมชนที่มีต่อการขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน  
ของชุมชนบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา อำเภอคาบเชิง จังหวัดสุรินทร์  
Lessons and Roles of Community Leaders in Driving Community Development  
through the Concept of Community-based Circular Economy along the  
Thai-Cambodia Border in Kapchearng District, Surin Province

นภาพรณ พัฒนฉัตรชัย, นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์, ธราธร ภูพันธ์เอก, ณภัทชา ปานเจริญ,  
นฤมล วลีประทานพร ,อรุโนทัย อุ่นไธสง, นิภาวัลย์ พวงผกา

คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, ประเทศไทย

\* Corresponding Author: [napapan@sru.ac.th](mailto:napapan@sru.ac.th)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยบทบาทของผู้นำชุมชนในการขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนบริเวณชายแดนไทยกัมพูชาในอำเภอคาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ และเพื่อนำเสนอแนวทางในการขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยอาศัยบทบาทของผู้นำเป็นสำคัญ วิธีการวิจัยที่ใช้ในครั้งนี้เป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการสนทนา การสัมภาษณ์ การบันทึก และการสังเกต ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้นำชุมชนบริเวณชายแดนไทยกัมพูชาในจังหวัดสุรินทร์จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์และตีความภายใต้กรอบแนวคิดบทบาทของผู้นำในการขับเคลื่อนชุมชน ผลการวิจัยพบว่าผู้นำชุมชนมีบทบาทที่สำคัญในการริเริ่มและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตามเป้าหมายที่ชุมชนได้กำหนดไว้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าผู้นำชุมชนมีบทบาทที่สำคัญและส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาชุมชน การริเริ่มและกระตุ้นของผู้นำชุมชนสร้างการมีส่วนร่วมและกระบวนการสร้างสรรค์ในการพัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชนเป็นตัวเริ่มต้นที่สำคัญในการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ผ่านการสร้างเชื่อมั่น ส่งเสริมการเรียนรู้ และสนับสนุนให้ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนเพื่อส่งเสริมบทบาทของผู้นำในการขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน จำเป็นต้องพัฒนาและส่งเสริมความรู้และความเข้าใจในบทบาทของผู้นำเอง พร้อมทั้งเสริมสร้างความรู้ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อเป็นต้นแบบที่สามารถสร้างและสนับสนุนกระตุ้นการเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชน นอกจากนี้ยังควรส่งเสริมการร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชนและชุมชนอื่น ๆ เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันทรัพยากร และสร้างเครือข่ายในการพัฒนาชุมชน

This research aims to explore the crucial role of community leaders in promoting community development through the implementation of the circular economy concept. The study focuses on the Thai-Cambodian border area in Kapchearng District, Surin Province. The objectives include investigating the significance of community leaders in initiating and facilitating community-driven processes towards sustainable development. Qualitative research methods were employed, utilizing tools such as dialogues, interviews, recordings, and observations. Primary data was collected from 25 community leaders in the selected area, employing purposive sampling techniques. Content analysis techniques were applied to analyze the data and interpret the findings within the context of the leadership role in community development. The research findings underscore

the pivotal role of community leaders in initiating and catalyzing community participation in line with predefined community goals. Moreover, the study reveals the substantial impact of community leaders on the overall community development process. By providing guidance and stimulation, these leaders foster participation, creativity, and collaborative efforts within the community. The study also highlights the importance of community leaders as key initiators in promoting the circular economy concept and generating member engagement. They achieve this through fostering trust, promoting learning, and supporting sustainable economic transformations that enhance the role of leaders in driving community development. To further enhance the effectiveness of community leadership, it is recommended to focus on developing and strengthening their understanding of their own roles and responsibilities. Additionally, promoting knowledge in the field of circular economy is crucial to serve as a model for stimulating and supporting the learning process among community members.

Furthermore, fostering collaboration among community members and other communities is essential to facilitate knowledge exchange, resource sharing, and network building, thereby contributing to sustainable community development.

**คำสำคัญ:** ผู้นำชุมชน; บทบาทผู้นำ; เศรษฐกิจหมุนเวียน; การขับเคลื่อนชุมชน; ชุมชนชายแดน

*Community leader; Leaders roles; Circular economy; Community Movement; Community boarder*

---

# Poster Presentation

---

National Conference

# ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ: กรณีศึกษาการใช้บริการ ALL Online ในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven สาขาน้ำทอง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

## Customer Satisfaction Impact on Service Marketing Mix Factors: A Case Study of Using ALL Online Service at 7-Eleven Convenience Store, Namthong Branch, Mueang District, Phrae Province.

จณณงค์ ถิ่นอ่อน<sup>1</sup>, ศรวีย์ สมสวัสดิ์<sup>2</sup>, พลกฤต รักจุล<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประเทศไทย

<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประเทศไทย

\* Corresponding Author: [sorrawat.somsawat@gmail.com](mailto:sorrawat.somsawat@gmail.com)

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดบริการของลูกค้าที่ใช้บริการ ALL Online ในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ ALL Online ในร้านสะดวกซื้อ จำนวน 300 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิตามแบบของ IOC ซึ่งแบบสอบถามโดยรวมทั้งฉบับได้ค่าแอลฟา  $\alpha$  เท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 19-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการ ALL Online ของร้านสะดวกซื้อ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ จากผลงานวิจัยนี้สรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการออนไลน์ในบริบทของร้านสะดวกซื้อ เน้นถึงความสำคัญขององค์ประกอบส่วนผสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นร้านสะดวกซื้อควรกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าดังนี้ 1. การให้คำแนะนำคำปรึกษาเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ให้กับลูกค้ารายบุคคล 2. การให้บริการอย่างเอาใจใส่ 3. มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า 4. มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูเพื่อทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง

This research article aims to study the marketing mix factors that influence customer satisfaction with the ALL Online service at 7-Eleven convenience stores, Namthong Branch, Phrae Province. The research is conducted quantitatively with a sample group of 300 customers using the ALL Online service in the convenience store, selected randomly. The research tool is a questionnaire based on the IOC model, and the overall questionnaire achieved an alpha value ( $\alpha$ ) of 0.98. The statistical analysis used includes the mean ( $\bar{x}$ ) and standard deviation (S.D.).

The research findings reveal that the personal factors predominantly consist of male customers aged between 19-30 years, working in the private sector, holding a bachelor's degree, and having an income between 10,001-20,000 baht. Regarding the marketing mix factors, the customer satisfaction with the ALL Online service in convenience stores is found to be high in all aspects. These aspects include physical attributes, followed by service processes, location, product offerings, and personnel, pricing, and marketing promotions, respectively.

In conclusion, based on this research, the customer satisfaction with online services of convenience stores emphasizes the importance of physical attributes as a significant component of the service marketing mix. Therefore, convenience stores should implement the following strategies to enhance customer satisfaction: 1. provide personalized advice and consultation to individual customers regarding their inquiries. 2. offer attentive and caring service. 3. recommend suitable products to customers. 4. maintain a record system of customers' previous orders or viewed items to understand their genuine needs.

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ; ส่วนผสมทางการตลาดบริการ; บริการ ALL Online; ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven Satisfaction; Service Marketing Mix; ALL Online service; 7-Eleven convenience store.

# การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ปูนา กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสาร จังหวัดศรีสะเกษ

## An analysis of production costs and returns of Ricefield crabs product

### A case study: Organic vegetable community enterprise group, Sisaket Province

ปิยฉัตร ทองแพง<sup>1</sup>, กนกกาญจน์ จิรศิริเลิศ<sup>2\*</sup>, จีระนันท์ วงศ์วาทัญญู<sup>3</sup>, จันจิรา ชาติมนตรี<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000

<sup>2</sup>สาขาวิชาวิศวกรรมจัดการอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000

<sup>3</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหาร คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000

<sup>4</sup>สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000

\* Corresponding Author: ganokgam.j@sskru.ac.th

## บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ปูนา โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสาร (บุญมีฟาร์ม) ตำบลควนใหญ่ อำเภอวังหิน จังหวัดศรีสะเกษ โดยการจัดเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ประธานกลุ่ม (2) คณะกรรมการดำเนินงาน และ (3) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสาร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 30 ราย มีระยะเวลาในการเลี้ยงปูนาเพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายได้แก่ 1. ฮ่องกงผง 2. ปูนาทองสมุนไพร และ 3. ข้าวเกรียบปูนา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 ผลการศึกษาพบว่าต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ปูนา มีต้นทุนการผลิตรวมทั้งสิ้นต่อปีเท่ากับ 149,715.63 บาท มีรายได้ทั้งสิ้น 179,900 บาท ส่งผลให้มีกำไรสุทธิต่อปีเท่ากับ 30,184.37 บาท และมีอัตราผลตอบแทนสุทธิต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 16.78 ซึ่งการเลี้ยงปูนาเพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ปูนาเป็นอีกช่องทางที่ช่วยเสริมสร้างรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดสาร (บุญมีฟาร์ม)

This article aims to study the cost of production and yield of crab products. By Organic Vegetables Community Enterprise (Boonmee Farm) Duan Yai Subdistrict, Wang Hin District, Sisaket Province The data collection was in-depth interviews with 3 groups of samples, namely (1) group presidents, (2) operating committees, and (3) members of organic vegetable community enterprises. A simple random sampling method was used to select a sample group, totaling 30 cases. There is a period of time to raise paddy crabs to be processed into products for sale, including 1. Ong Poona Powder, 2. Herb Pickled Crab, and 3. Crab Crackers. From November 2022 - March 2023, the study found that the cost of production and yield of crab products. The total cost of production per year was 149,715.63 baht, with total income of 179,900 baht, resulting in an annual net profit of 30,184.37 baht. And has a net return on sales representing 16.78 percent, raising paddy crabs to be processed into paddy crab products is another way to help increase the income of the organic vegetable community enterprise group (Boonmee Farm).

**คำสำคัญ:** ต้นทุนการผลิต; ผลตอบแทน; ผลิตภัณฑ์ปูนา  
Production Costs; Return; Crab Products

# การเพิ่มมูลค่าให้แก่มะขามพันธุ์พื้นเมืองที่ตกเกรด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรสร้างสวนพลิกชีวิตน้ำตกปอย อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

## Adding value to degraded native tamarind varieties of community enterprise groups Farmers build life-changing gardens at Poi Waterfall, Wang Thong District, Phitsanulok Province

บุษบา หินเหาวี<sup>1,\*</sup>, อรรวรรณ ศรีทองอ่อน<sup>1</sup>, ชุติมา เลิศลักษณ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, ประเทศไทย

<sup>2</sup>คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอาหาร, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, ประเทศไทย

\* Corresponding Author: Bussaba.h@psru.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปมะขาม 2) ศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปมะขาม 3) ศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้แก่มะขามพันธุ์พื้นเมืองที่ตกเกรดโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการ คำนวณตามสูตรของคอคแรน (W.G. Cochran) จากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตพื้นที่พิษณุโลก ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและมีความสนใจในผลิตภัณฑ์แปรรูปมะขาม ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 250 คน และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปมะขาม จำนวน 8 คน เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มักซื้อมะขามแปรรูปที่ร้านสะดวกซื้อ ส่วนใหญ่ เลือกซื้อเพราะมะขามแปรรูปมีรสชาติอร่อย แต่มีผู้บริโภคที่ไม่เลือกซื้อมะขามแปรรูป เพราะกลัวท้องเสีย กลัวน้ำหนักเพิ่ม คิดว่าไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดในการเลือกซื้อ แนวทางการเพิ่มมูลค่าให้แก่มะขามพันธุ์พื้นเมืองที่ตกเกรด คือ แปรรูปเป็นมะขามแช่อิ่มอบแห้ง และสบู่มะขาม

The objectives of this research were 1) to study consumer behavior toward processed tamarind products, 2) to study demographic factors affecting the marketing mix factors in purchasing decisions of processed tamarind products, 3) to study ways to add value to tamarind products. questionnaires were used as a tool to collect quantitative data. The samples were randomly sampled using the method. Calculated according to the formula of Cochran (W.G. Cochran) from the population sample in Phitsanulok area. with internet usage and interest in tamarind processing products A total of 250 samples were obtained and 8 in-depth interviews were used by 8 entrepreneurs involved in the tamarind processing business as a tool for collecting qualitative data. Statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation.

The results of the study revealed that most of the samples were female, aged between 31-40 years old, bachelor's degree. Occupation: Civil servant The average monthly income is 10,001-20,000 baht. Most of them buy processed tamarind at convenience stores. Most of them choose to buy because processed tamarind is delicious. But there are consumers who do not choose to buy processed tamarind. for fear of diarrhea fear of gaining weight think that there is no health benefit and the sample gave the most importance to the product in purchasing. The way to add value to the degraded native tamarind varieties is to process them into dried tamarind crystallized and tamarind soap.

**คำสำคัญ:** การเพิ่มมูลค่า; มะขามพันธุ์พื้นเมือง; ตกเกรด  
value-added; native varieties of tamarind; grade drop



# การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วย BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) และยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายอ้อมคราม กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายมัดย้อมบ้านสงเปลือย อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร

Increasing potential and competitiveness with business model canvas (BMC) and upgrading indigo-dyed fabric products Ban Song Nuea Cotton Processing Group, Phang Khon District, Sakon Nakhon Province

เมธาวี ยี่มิน, สุพิชญา นิลจินดา, ธวิชิตยา บุญศรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

\* Corresponding Author: methavee@snru.ac.th

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ Business Model Canvas ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มช่องทางการตลาด เรียนรู้บริหารจัดการด้านการตลาด ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ของกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายมัดย้อมบ้านสงเปลือย อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการศึกษาวิจัย ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัย เพื่อนำมาออกแบบกรอบการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม รวมถึงการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ทราบมุมมองของผู้บริโภค การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย นำข้อมูลประเด็นธุรกิจที่ได้จากการเก็บข้อมูลมารวมกันวิเคราะห์ เพื่อหาค่าประกอบหลักของโมเดลธุรกิจที่มีความเหมาะสม การอภิปรายผล เพื่อให้ได้มุมมองและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแต่ละองค์ประกอบ ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า จากหลักทฤษฎี Business Model Canvas ที่มี 9 องค์ประกอบ แต่สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญกับ 3 องค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย (1) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (2) ด้านการสร้างคุณค่า และ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มช่องทางการตลาด เรียนรู้บริหารจัดการด้านการตลาด ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น การเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้สามารถเข้าถึงลูกค้า โดยการร่วมกันสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ของกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำยังปลายน้ำ ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้น

The purpose of this research is to analyze the Business Model Canvas business model that enhances the competitiveness of competitiveness add marketing channels Learn to manage marketing Resulting in increased income of entrepreneurs Ban Song Nuea Cotton Processing Group, Phang Khon District, Sakon Nakhon Province This research is a qualitative research. There are steps in research studies, namely, literature review and related research by reviewing concepts and theories related to the research context. to design a business model analysis framework Empirical studies in-depth interview and participatory observation including group chats to understand the views of consumers Analysis and conclusions of research findings The business issues data obtained from the data collection will be combined and analyzed. to find the

key elements of a suitable business model; discussion of the results to obtain additional perspectives and recommendations on each element; The results of the research indicate that from the Business Model Canvas theory that has 9 elements, but for the group of entrepreneurs. Focus on the 3 key elements that are most important, consisting of (1) target customers, (2) value creation, and (3) distribution channels. adding marketing channels Learn to manage marketing Resulting in increased income Increasing marketing opportunities to reach customers By jointly creating a standard of products in the production process from upstream to downstream in terms of raw materials, production processes product development Branding and Marketing to increase competitiveness in the market even more.

**คำสำคัญ:** โมเดลธุรกิจ

*Business Model Canva*

# การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นแบบขนมทานเล่นจากพริกจินดา เพื่อพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจ เกษตรกรในชุมชนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา หมู่บ้านปลาเค้าน้อย ตำบลลำคลอง อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

## Development of product processing prototype snacks made from Chili Jinda To develop a community agribusiness model: a case study of Pla Khao Noi Village, Lam Khlong Subdistrict, Mueang Kalasin District Kalasin Province

นฤดล สวัสดิ์ศรี

สาขาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
80 ถนนนครสวรรค์ ตำบลตลาด อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ประเทศไทย

\* Corresponding Author: naruedol.sa@rmmu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททาง  
การเกษตรในชุมชนหมู่บ้านปลาเค้าน้อย 2) พัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมทานเล่นจากพริกจินดา 3) พัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจเกษตรกรในชุมชน  
หมู่บ้านปลาเค้าน้อย กลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัย ได้แก่ ผู้นำชุมชน เกษตรกรในชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ อาจารย์ และนักศึกษา เครื่องมือในการ  
วิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลบริบททางการประกอบอาชีพเกษตรกรรวมในชุมชน มาใช้ในการประกอบการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์  
ต้นแบบ และพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจเกษตรกรในชุมชน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้นำชุมชน เกษตรกรในชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ อาจารย์ และนักศึกษา ร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูล และระดมสมอง ทำ  
ให้ทราบบริบททางการเกษตรในชุมชนหมู่บ้านปลาเค้าน้อย หมู่ 6 ตำบลลำคลอง อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในชุมชนมีผลผลิตทางการเกษตร  
คือ พริกจินดา มีพื้นที่การปลูกพริกจำนวนมาก ราวๆ 50 ไร่มีผลผลิตผลรวมโดยประมาณ 20,000 กิโลกรัม ซึ่งทำการขายในราคาพริกสดจะได้ราคา  
ประมาณ 30-40 บาทต่อ 1 กิโลกรัม หากพริกเริ่มเน่าเสียจะทำให้ราคาไม่สูงมากก็จำเป็นต้องยอมขายราคาถูก พริกมีราคาที่ผันผวนไม่แน่นอน  
หนัก พริกสดจึงต้องนำมาแปรรูปเป็นพริกแห้ง แต่ปัญหาคือต้องมีลานตากพริกพื้นที่จำกัด และต้องใช้ระยะเวลาในการตากยาวนาน 7-8 วัน ใน  
สภาพอากาศที่ดีและมีแดดออกด้วย

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพริกจินดา พบว่า ได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพริกจินดาในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทาง  
การเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกพริกจินดาโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นขนมทานเล่นจากพริกจินดา ที่มีกรรมวิธีการทำ ด้วยการนำเอาเมล็ดพริก  
และไส้พริกออก นำพริกไปต้มน้ำเดือด อบด้วยความร้อน ช่วยลดความเผ็ดลงได้ และนำไปทอดกับสมุนไพรมะขามป้อม จะได้พริกทอดกรอบสุตรสมุนไพรมะขามป้อมเป็น  
ประโยชน์ในทางโภชนาการ

การพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจเกษตรกรในชุมชนหมู่บ้านปลาเค้าน้อย พบว่า ได้ร่วมกันพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจเกษตรกร แบบรันดิสคัส  
พริกพืด เป็นพริกทอดกรอบสุตรสมุนไพรมะขามป้อมที่ไม่มีรสชาติเผ็ด สามารถทานเล่นเป็นอาหารว่างหรืออาหารสำหรับทานเป็นเครื่องเคียงกับอาหารอื่นๆได้  
ถือเป็นการสร้างรายได้อีกทางหนึ่งของเกษตรกรในชุมชนและเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกพริกจินดาได้

This research was a participatory action research aims to 1) study the agricultural context in Pla Khao Noi Village community 2) develop snack products from Jinda Chili 3) develop an agribusiness model in Pla Khao Noi Village community. The research target groups are community leaders, farmers in the community, government officials, professors and students. The research tools were interviews by bringing information about occupational farming contexts in the community. Used in the development of prototype products and develop an agribusiness model in the community.

The research results showed that community leaders, farmers in the community Government officials, teachers and students exchanged information and brainstormed to know the agricultural context in Pla Khao Noi village community, Village No. 6, Lam Khlong Sub-district, Mueang District, Kalasin Province. The farm produces approximately 20,000 kilograms of produce, which is sold at the price of fresh chilies at about 30-40 baht per 1 kilogram. Chili prices fluctuate heavily fresh chili must be processed into dried chili. But the problem is that there must be a limited space for chili drying and it takes a long time to dry for 7-8 days in good and sunny weather.

Processing products from Jinda chili found that they jointly developed products from Jinda chili in various ways to increase the value of agricultural products of Jinda chili farmers by processing their products into snacks from Jinda chili with the method of doing by removing the Jinda chili seeds and Jinda chili fillings bring the Jinda chili to boiling water baked with heat It can help reduce the spiciness and fried with herbs. You will get crispy fried Jinda chili with herbs that are beneficial in nutrition.

The development of an agribusiness model in Pla Khao Noi village community found that they jointly developed an agribusiness model for the product brand “Prik Peak” a crispy fried chili without spicy herbs can be eaten as a snack or food for eating as a side dish with other foods. This is another way of generating income for farmers in the community and increasing the value of agricultural products of Jinda Chili farmers.

**คำสำคัญ:** การแปรรูป; พริกจินดา; ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ; เพิ่มมูลค่าผลผลิต; แบบจำลองทางธุรกิจเกษตร

*Processing; Jinda Chili; Product Prototype; Value-added production; Agri-business Model*

## ประสิทธิภาพของการพยากรณ์รูปแบบอนุกรมเวลาต่อการจัดการสินค้าคงคลัง

กรณีศึกษา: ร้านชายกะชาม สาขาพาร์ค 459 สกลนคร

### Performance of Time Series Forecasting Model per Inventory Management

Case Study: Chai Ka Cham Shop Park 459 Sakon Nakhon Branch

พลลภ จันทร์กระจ่าง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

\* Corresponding Author: phanlob@snru.ac.th

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพยากรณ์รูปแบบอนุกรมเวลาต่อการจัดการสินค้าคงคลังสำหรับร้านอาหารโดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง และแก้ปัญหาการสั่งซื้อที่มากหรือน้อยเกินไปในแต่ละรอบการสั่งซื้อวัตถุดิบ 2) เพื่อลดต้นทุนและการเสียโอกาสทางการขาย 3) เพื่อหาจุดสั่งซื้อใหม่ที่เหมาะสมของวัตถุดิบ วิธีการวิจัยจากกรณีศึกษา ร้านชายกะชาม สาขาพาร์ค 459 สกลนคร ได้ใช้การวิเคราะห์วัตถุดิบในร้านด้วยทฤษฎีการวิเคราะห์แบบ ABC จากรายการทั้งหมด 10 รายการ ที่พบความผิดปกติในคลังสินค้าจากการวิเคราะห์พบว่าในการสั่งซื้อวัตถุดิบสินค้าประเภท A มากหรือน้อยเกินความต้องการในแต่ละช่วงเวลาทำให้ร้านสูญเสียรายได้เดือนละ 4,000-6,000 บาทต่อเดือน เมื่อได้ผลข้างต้นแล้วจึงทำการพยากรณ์โดยใช้รูปแบบอนุกรมเวลาเพื่อหาปริมาณที่เหมาะสมต่อสินค้าคงคลัง และหาจุดสั่งซื้อใหม่ที่เหมาะสมของวัตถุดิบ

ผลการศึกษาพบว่า วัตถุดิบสินค้าประเภท A มีปริมาณการใช้มากและมีราคาต่อหน่วยสูง ส่งผลให้วิธีการพยากรณ์ปริมาณวัตถุดิบแบบอนุกรมเวลาสามารถคำนวณการพยากรณ์วัตถุดิบได้แม่นยำ และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ร้านสามารถสั่งวัตถุดิบได้แม่นยำมาก ปริมาณสินค้าคงคลังเพียงพอต่อการขาย จุดสั่งซื้อใหม่มีความแม่นยำต่อการสั่งซื้อวัตถุดิบ และสามารถลดพื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบคลังได้

The objectives of this research are to predict the time series forecasting of inventory management for restaurants as follows: 1) To increase the efficiency of inventory management and solve the problem of over or under-ordering in each raw material ordering cycle, 2) To reduce costs and lose sales opportunities, 3) To find suitable reorder point of raw materials. Research methods from case studies Chaika Cham shop Park 459 Sakon Nakhon branch has used ABC analysis theory from a total of 10 items that found irregularities in the warehouse. Once the above results are achieved, forecasts are made using a time series forecasting to determine the right quantity per inventory and find the right reorder point for raw materials.

The results of the study showed that raw materials of type A products have a high consumption and high unit price. As a result, time series forecasts raw material quantity forecasting methods can accurately calculate raw material forecasts, and inventory management can be optimized, reducing inventory storage costs. The shop can order ingredients very precisely. Sufficient inventory quantity to sell. The reorder point is accurate per raw material order cycle and can reduce the storage space of raw materials inventory.

**คำสำคัญ:** การพยากรณ์โดยใช้รูปแบบอนุกรมเวลา; การวิเคราะห์แบบ ABC; จุดสั่งซื้อใหม่ที่เหมาะสม; สินค้าคงคลัง  
Time series forecasting; ABC analysis; Reorder point; Inventory

## อัตลักษณ์ผ้าชาวญ้อ : การอนุรักษ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงพาณิชย์ จังหวัดสกลนคร

### Identity of Yow People's Patterns: the Conservation and Commercial Community Product Design, Sakon Nakhon Province

จินตนา ลินโพธิ์ศาล

สถาบันภาษา ศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประเทศไทย

\* Corresponding Author: chintana@snru.ac.th

#### บทคัดย่อ

อัตลักษณ์ผ้าชาวญ้อ เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและศึกษาความเป็นมาของอัตลักษณ์ลายผ้าชาวญ้อจังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองแซ่ ตำบลตองโขบ อำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลลายผ้าและประวัติความเป็นมา จำนวน ๒๖๑ ลาย จากสมาชิกทอผ้ากลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองแซ่ ๕๕ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การสังเกต และกล้องบันทึกภาพ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้าและนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ประวัติความเป็นมาของอัตลักษณ์ผ้าชาวญ้อจังหวัดสกลนคร มีการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ แล้วพัฒนามาเป็นผ้าอัตลักษณ์ของกลุ่ม เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ผ้าไหมมัดหมี่ย้อมคราม การประดิษฐ์ลวดลายตามต้นแบบของผ้าแล้วที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มาประดิษฐ์ลวดลายเพิ่มจากลายดั้งเดิม ลายที่ปรากฏบนผืนผ้าส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น ลวดลายเลียนแบบรูปสัตว์ ต้นไม้ พานบายศรี ผ้ามัดหมี่ใช้เทคนิคการมัดย้อม ซึ่งมีความสลับซับซ้อน เช่น ลายเครือหมากจับ มัดย้อมหมี่ ๓ ครั้ง คือ มัดสีเหลือง ย้อมสีแดง มัดสีแดง ย้อมสีเขียว มัดสีเขียว ย้อมมีด้า ลายหมี่ข้อใหญ่ มัดย้อมหมี่ ๔ ครั้ง คือ มัดสีขาว ย้อมสีเหลือง มัดสีเหลือง ย้อมสีแดง มัดสีแดง ย้อมสีเขียว มัดสีเขียว ย้อมสีน้ำเงิน แนวทางการอนุรักษ์ พบว่า นำผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองมาประยุกต์พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้สอย และนำไปส่งเสริมการขายทางช่องทาง จะทำรายได้ให้กับชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พบว่า ผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองแซ่ ชุดผ้าไหมลายรวงผึ้ง

The identity of the Yow people originates from the folk wisdom passed down by their ancestors and is very important for life. The purpose is to collect and study the history of the identity of the Yow fabric in Sakon Nakhon Province. The samples used in this study. Ban Nong Khae Silk Weaving Women's Group, Tong Khob Street, Khok Si Suphan District, Sakon Nakhon Province 261 patterns from 59 Ban Nong Khae silk weaving women. Research tools include surveys, interviews, and group discussions. Workshop, Observation, and Camera Use triangulation techniques to check the reliability of data and provide descriptive research results. The results showed that History of the identity of the Tribal people of Sakon Nakhon Province inherited from ancestors Then developed into the identity of the group, such as Mudmee silk Mudmee cotton fabric Indigo-dyed mudmee silk inventing patterns according to the prototypes of Saew cloth that have been inherited from ancestors come to invent more patterns from the original patterns Most of the patterns that appear on the fabric are influenced by nature and the environment of the local people's way of life, such as patterns imitating animals, trees, banyan

trees, mudmee fabrics using tie-dye techniques. which are complex, for example, the Mak Jub pattern, tie-dyed Mee 3 times, i.e. yellow tie, red tie, red tie, green tie, green tie, black tie-dye pattern, big tie-dye Mee pattern, tie-dye Mee 4 times, white tie-dye yellow tie yellow dye red tie red dye green tie green dye blue Conservation guidelines found that local fabric products were applied to develop products in the form of costumes. equipment and used to promote sales through OTOP will make money with the community In the design of prototype community products, it was found that Ban Nong Khae Mudmee Silk honeycomb silk dress

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์ผ้าชาวญ้อ; การอนุรักษ์; ผลิตภัณฑ์ชุมชน

*The identity of Nyaw fabric; Conservation; Local products*

---

# International Conference

---



---

# Oral Presentation

---

International Conference

# COST AND BENEFIT ANALYSIS OF MANGOSTEEN CULTIVATION: A CASE STUDY OF FARMERS IN LAN SAKA DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

Naret Nipakornpan

Department of Economics, Faculty of Management, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

\* Corresponding Author: naret.nip@hotmail.com

## Abstract

The objectives of this study were 1) to analyze the cost and benefit of the mangosteen cultivation of farmers in Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province, and 2) to study the problems and difficulties found in mangosteen cultivation of farmers. The sampling groups were 30 mangosteen farmers in Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province. The research instruments were questionnaires for farmers and statistics used for data analysis, such as average and percentage. Regarding the calculation of benefit-cost ratio, revenues from sales and production cost will be applied. The results from studying the cost and benefit of mangosteen farmers in 2017 indicated that Distribution of mangosteen is carried out independently in the local area by 19 farmers, accounting for 63.33%. Most of the labor used in mangosteen production comes from household labor, with 19 farmers, accounting for 63.33%, employing this type of labor. The selling method for durian produce is primarily done through collective sales, with 16 farmers, accounting for 53.33%, adopting this approach. The prevailing trend among most farmers is to continue cultivating durian at the same level due to limited land availability, with 18 farmers, accounting for 60%, citing this reason along with limited capital. Mangosteen farmers spent the fixed cost of 5,392.69 Baht per Rai per year and the variable costs of 13,454.67 Baht per Rai per year. Therefore, the total cost spent by the mangosteen farmers was 18,847.36 Baht per Rai per year. Interestingly, the average revenue of mangosteen farmers derived from the sales of mangosteen in the amount of 40,202.59 Baht per Rai per year which the average revenue was 50.5 Baht per kilogram. Furthermore, the findings from the study showed that the business profit was 34,153.19 Baht per Rai per year and the economic profit was 21,375 Baht per Rai per year and the benefit-cost proportion was 2.15 times. Problems and obstacles affect the production of mangosteen farmers the most. is the distribution side as for the problem of expensive fertilizers causing farmers to use less fertilizer As a result, the quality of the mangosteen has decreased. The most common problem in mangosteen plantation is uncontrollable.

**Keywords:** *Benefits and Cost Analysis; mangosteen cultivation; Lan Saka District; Nakhon Si Thammarat Province*

## DEVELOPMENT AND PROMOTION OF NEW STARTUP FOR THE ELDERLY

THUWAPOL KONGNOI

Dhonburi Rajabhat University

\* Corresponding Author: [thuwapol.k@dru.ac.th](mailto:thuwapol.k@dru.ac.th)

### Abstract

The promotion of elderly individuals as new startup is a means to increase opportunities for their participation in the economic and social development of the community. It creates income and prospects for retirees, offering them an improved quality of life and the ability to become self-reliant. The objectives of this study are: 1) to examine the indicators of characteristics of new elderly startups, and 2) to develop new elderly startups using both quantitative and qualitative research methods. The key data providers consist of two groups: 1) ten elderly individuals residing in the Thon Buri district of Bangkok, who possess the qualifications and interests for business startupship, and 2) nine experts in business and elderly startupship, including scholars and elderly individuals. A selective and targeted approach was used to collect data, employing: 1) an assessment form for measuring the characteristics of new elderly startups, and 2) an evaluation form for assessing the qualities of new elderly startups. The data analysis involved qualitative methods such as analysis and synthesis, as well as preliminary statistical analysis including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings reveal that: 1) the indicators of characteristics of new elderly startups encompass 11 indicators with a total of 72 characteristics, including vision (5 characteristics), strategic management (10 characteristics), marketing (10 characteristics), financial management and accounting (6 characteristics), leadership (10 characteristics), risk management (5 characteristics), coordination (5 characteristics), love of learning (5 characteristics), creativity (5 characteristics), ethics (6 characteristics), and knowledge (5 characteristics). The indicators with the highest scores are coordination ( $4.80 \pm 0.23$ ), knowledge ( $4.60 \pm 0.16$ ), vision ( $4.60 \pm 0.54$ ), and leadership ( $4.50 \pm 0.14$ ). 2) New elderly startups have the highest demand for the development of the elderly's capabilities ( $4.57 \pm 0.53$ ), followed by knowledge and learning ( $4.44 \pm 0.71$ ), and technology usage ( $3.80 \pm 0.89$ ) being the lowest. Additionally, they expressed the need to develop new products (6 items), packaging development (8 items), brand identity (7 items), and publicity materials (9 items). The findings of this research can serve as a framework for supporting the elderly in becoming more capable startups and can be utilized to assess the alignment between the characteristics of the elderly and their actual needs.

**Keywords:** *new startups; elderly*

# Generation Zs' Organization Welfares and the Quality of Life

Naphat Wuttaphan

Human Resource and Organization Management Program Faculty of Management Sciences, Pibulsongkram Rajabhat University

\* Corresponding Author: [Naphat.w@psru.ac.th](mailto:Naphat.w@psru.ac.th)

---

## Abstract

This research aims to study how the private organization's welfare affects Generation Z's quality of life. Data were collected by using online questionnaires around Thailand with 400 samples. Data were analyzed by using both descriptive (percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (Analysis of Variance, correlation, and regression). The study found that there is the high correlation among organization welfare and the quality of life that Generation Zs required. Moreover, the regression analysis found that the quality of life which are physical, psychological, relationship, and organization factors are affected by welfares (healthcare, social and economics, work motivation, education, entertainment, and work environment dimensions) at the significant level of 0.05. The results of this study could be beneficial to the organization in order to understand and provide a significant welfares to upcoming generation that suits to their requirements for enhancing the job effectiveness and job motivation.

**Keywords:** *Generation Z; Organization Welfares; Quality of Life; Private Organization*

---

OIE018

---

# Poster Presentation

---

International Conference

# ENHANCING THE PRODUCT ALLOCATION OF COSMETIC ITEMS THROUGH ASSOCIATION RULES MINING

Napat Srinual<sup>\*</sup>, Nantawan Boonraksa, Chanisara Thitkrathok

Department of Logistics and Supply Chain Management, Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University, Samutprakarn, Thailand

<sup>\*</sup> Corresponding Author: [napat.sri@live.hcu.ac.th](mailto:napat.sri@live.hcu.ac.th)

## Abstract

This research paper aims to achieve two main objectives in the context of cosmetics fulfilment operations. The first objective is to enhance product allocation within the storage room by implementing a correlated storage assignment strategy. The second objective is to reduce picking travel time, which encompasses the duration needed to reach the storage locations of all order items, including the return path involved in the picker-to-parts picking process for cosmetics items. To accomplish these objectives, the study utilizes the Association Rule technique in Data Mining, specifically employing the Frequent Pattern Growth Algorithm to analyse a comprehensive sales transaction database from customer orders. The dataset used in this study consists of a collection of transactions from a cosmetic e-commerce fulfilment database covering a three-month period. Due to the large size of the dataset, a stratified random sampling technique was employed to select random transactions within this timeframe. The storage room under investigation comprises the top ten categories, consisting of a total of 300 items. Given the diversity of items to be stored, significant challenges arise in efficiently retrieving the items, resulting in improper placement within the storage room. Consequently, the picking travel time experiences considerable time consumption for each order. To mitigate this issue, the store layout is redesigned, and the time by typical pickers in storage room is calculated to determine the optimal layout configuration. The results demonstrate that after implementing the optimized store layout, the average travel time per list required to pick up the items reduced from 22.24 minutes to 6.16 minutes, representing an average travel time reduction of approximately 73.02%. Additionally, the average picking time per list required to pick up the items decreased from 11.71 minutes to 4.10 minutes, resulting in a total picking time reduction of 7.61 minutes per list, approximately 64.98%.

**Keywords:** *product allocation; association rules mining; FP-Growth algorithm*

# Sponsors



# Organizer



**Co-host**

- RUNIRAC VII มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- วช. NRCT
- สกลว
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

**Host**

- AIST NATIONAL INSTITUTE OF ADVANCED INDUSTRIAL SCIENCE AND TECHNOLOGY (AIST)
- OSAKA PREFECTURE UNIVERSITY
- MIE UNIVERSITY
- NORTHWESTERN UNIVERSITY
- NUS National University of Singapore
- SUNG KYUNKWAN UNIVERSITY
- UNIVERSITY OF MANDALAY
- INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEM
- KANAZAWA UNIVERSITY

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- The American Ceramic Society CHAPTER Thailand
- TTS สมาคมเทอร์โมอิเล็กทริกไทย Thai Thermoelectric Society
- สมาคมเครื่องสำอางเสริมการวิจัยทางอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม



# Abstract Book



The 7<sup>th</sup> Rajabhat University National and International Research and Academic

Sakon Nakhon Rajabhat University, Thailand,

15 - 16 November 2023

[Conference]

All right reserved

Copyright © 2023 by Sakon Nakhon Rajabhat University

# About Conference

## Host

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชรินทร์ กาสลัก นายกสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ แก้วขาว ประธานสมาคม The American Ceramic Society Thailand chapter
3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุปรีย์ พิณิศจันทน์ นายกสมาคมเทอร์โมอิเล็กทรอนิกส์ไทย
4. อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุณหโสภาค นายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## คณะกรรมการวิชาการ (Academic Committee)

### Track 5: ด้านการศึกษา (Education)

1. รศ.ดร.ชนินทร์ วะสินนท์
2. รศ.ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล
3. ผศ.ดร.สามารถ อัยกร
4. ผศ.ดร.เพชรไพโรจน์ อุปปิง
5. ผศ.ดร.นันทกาญจน์ เกิดมาลัย
6. ผศ.ดร.จิรภัทร เริ่มศรี
7. ผศ.ดร.ปิยะจันต์ ปัทมดิลก
8. ผศ.ดร.ปิยะวดี ยอดนา
9. ผศ.ดร.วศิน เพชรพงศ์พันธ์
10. ผศ.ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง
11. ผศ.ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล
12. ผศ.ดร.เด่นชัย สมปอง
13. ผศ.ชัยยศ ญัฐอังกูร
14. ผศ.เมธาวิ ยี่มิน
15. ผศ.กชพร จันทร์เรือง
16. ผศ.จินตนา จันทนนท์
17. ผศ.วราธร พรหมนิล
18. ผศ.ศุภมิตร บุญทา
19. ดร.บรรจบพร อินดี
20. ดร.วิหวัศ ปานศุภวัชร
21. ดร.พัลลภ จันทร์กระจ่าง
22. ดร.พิศดาร แสนชาติ
23. ดร.ภัทร์สินี แสนสำแดง