



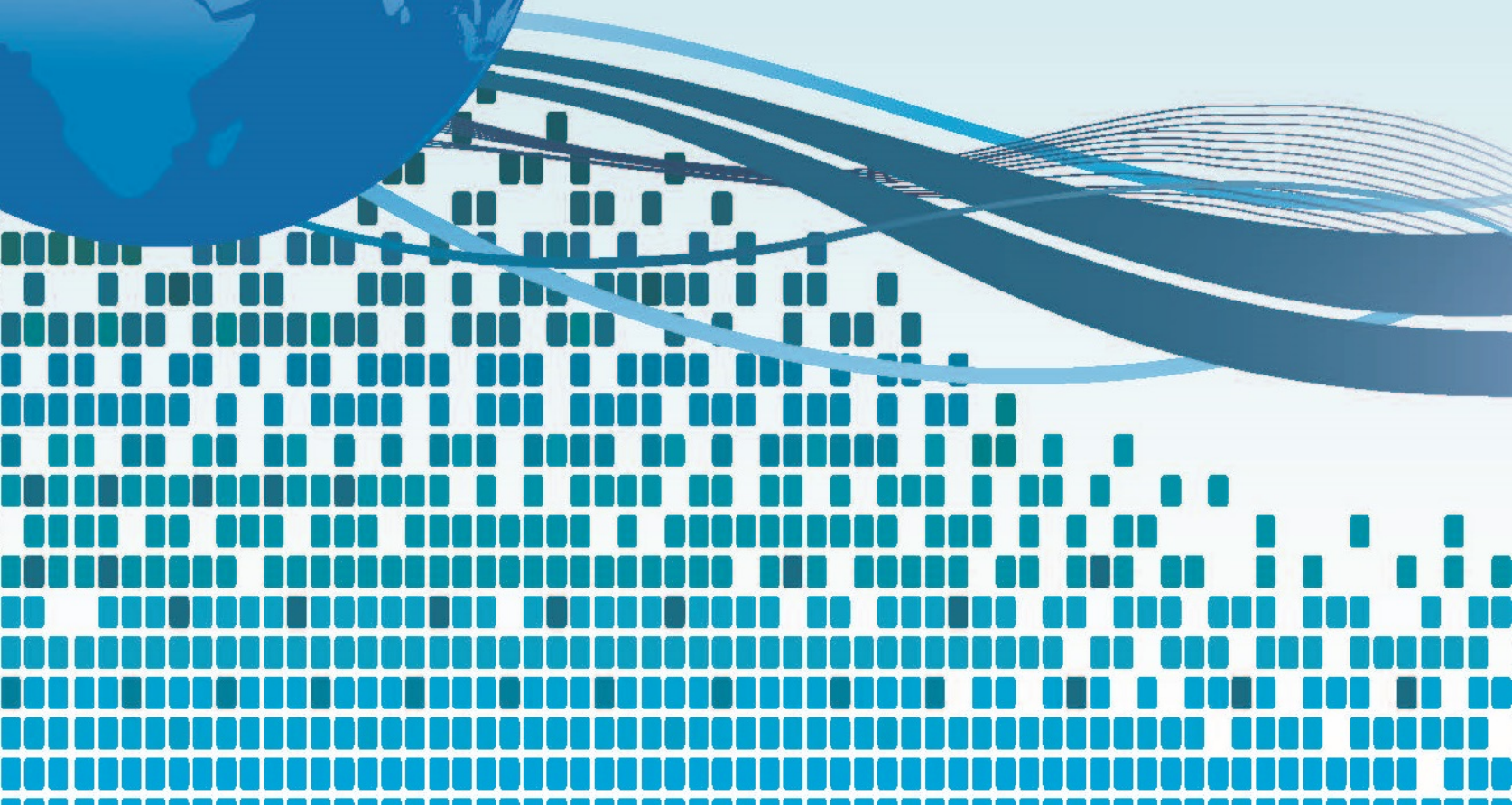
เครือข่ายวิจัยประชานิยม  
Prachin Research Network

การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 1

# พลวัตค่าปลีกในกระแสโลกาภิวัตน์

วันจันทร์ที่ 23 พฤษภาคม 2554

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดนนทบุรี





เครือข่ายวิจัยประชาชื่น  
Prachachuen Research Network

# การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 1

พลวัตค้าปลีกในกระแสโลกาภิวัตน์

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วันจันทร์ที่ 23 พฤษภาคม 2554

## สารจากอธิการบดี



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เป็นสถาบันอุดมศึกษา  
รายแรกๆ ในประเทศไทยที่เป็น Corporate University หรือ  
สถาบันการศึกษาที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจ และมีการสร้าง  
เครือข่ายกับสถาบันต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ  
(Networking University) โดยเน้นวิธีการเรียนการสอนแบบ  
การเรียนรู้ภาคทฤษฎีควบคู่การเรียนรู้ภาคปฏิบัติ (Work-based  
Learning)

นอกจากภารกิจด้านการบริหาร และวิชาการแล้ว  
สถาบันยังตระหนักและเห็นความสำคัญของภารกิจด้านงานวิจัย โดยกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริม  
และสนับสนุนให้บุคลากรทำงานวิจัย รวมถึงเผยแพร่ผลงานวิจัยบนเวทีวิชาการอย่างต่อเนื่อง  
จึงกำหนดจัดการประชุมวิชาการ ครั้งที่ 1 ขึ้นภายใต้หัวข้อ “พลวัตค่าปลีกในกระแสโลกาภิวัตน์”  
ในวันจันทร์ที่ 23 พฤษภาคม 2554 ณ หอประชุมปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์  
ถนนแจ้งวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผลงานทางวิชาการ  
เป็นเวทีในการนำเสนอผลงานวิจัยของคณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน  
ความคิดเห็น และเปิดโอกาสรับฟังข้อเสนอแนะ อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลงานวิจัยอย่างมีคุณภาพ

ในนามของผู้บริหาร คณาจารย์ และบุคลากรของสถาบัน ขอขอบคุณ และขอต้อนรับ  
ผู้นำเสนอผลงานทางวิชาการทุกท่าน ที่ร่วมเจตนารมณ์ในการสนับสนุน และส่งเสริมการผลิตผลงาน  
ทางวิชาการที่มีคุณภาพ ยังประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติ ขอให้ทุกท่านประสบความสำเร็จ  
และมีความเจริญรุ่งเรืองสืบไป

รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์  
อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

## คณะที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์  
อาจารย์ พรวิทย์ พัทรินทร์ตะกุล  
รองศาสตราจารย์ ดร.สมโรตม์ โกมลวนิช

## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลับกรองบทความวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี พวงเพ็ชร  
รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล  
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทนา แจ็งสุวรรณ  
รองศาสตราจารย์ ดร.นาวิ เจียดำรง  
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล เย็นฤดี  
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย  
รองศาสตราจารย์ ดร.มัญญ โต้ะยามา  
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏช์ กุฬิสร์  
รองศาสตราจารย์ สมพร พวงเพ็ชร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์พงศ์ โพธิ์ทองสุนันท์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เรือนนะการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต จินอนันต์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริศ อัมระपाल  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร โตสงวน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ ดีประเสริฐ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา นิพัทธ์สุขกิจ  
ดร.สุมนา จรรย์สมบูรณ์

# สารบัญ

# Contents

## บริหารธุรกิจ

การเทียบรอยคุณภาพกระบวนการส่งเสริมการตลาดเพื่อการรับเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษา	1
อิทธิพลของการตลาดนอกกรอบและหมวก 6 ใบคิด 6 แบบต่อกระบวนการสร้างสรรค์และความสำเร็จของนักสร้างสรรค์โฆษณา	3
การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่	5
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสานงานผ้าทอของชุมชนบ้านหนองขา ตำบลหนองขา อำเภอน้ำหนาว จังหวัดกาญจนบุรี	7
การศึกษาการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผ้าจกของชุมชนไท-ยวนกรณีศึกษา ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี	9
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	11
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร	13
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม	15
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของพนักงานเครือข่ายเอกชนขนาดใหญ่	17
การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของศูนย์กระจายสินค้าโดยวิธีแบบสองขั้นตอน	19
การศึกษาการตัดสินใจของบริษัทตัวแทนโฆษณาในการซื้อสื่อสิ่งพิมพ์กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	21
ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามเกณฑ์คุณภาพเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ	23
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขายเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี	25

# สารบัญ

# Contents

## วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การลดฟองอากาศในจุดบัดกรีบนแผ่นวงจรพัฒนาความร้อนโดยใช้หลักการออกแบบการทดลอง	27
การลดการเกิดออกไซด์สเกลที่ผิวแหวนรถยนต์ในกระบวนการอบชุบโดยประยุกต์ใช้เทคนิคการออกแบบการทดลอง	29
การออกแบบการทดลองเพื่อลดปัญหาครีบนด้านรอยคมตัดของเหล็กเคลือบโครเมียมในกระบวนการตัดแบบหมุนตัด	31
การลดผลิตภัณฑ์บกพร่องในกระบวนการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติกด้วยเทคนิคการออกแบบการทดลอง	33

## ศิลปศาสตร์และการวิจัยในชั้นเรียน

การใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี	35
การศึกษาผลของการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับวิชาความน่าจะเป็นและสถิติของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะสารสนเทศศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.ศรีปทุม	37
การศึกษาผลการประเมินคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษารายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่	41
การค้าอาหารในสังคมไทยสมัยอยุธยาตอนปลาย-สมัยการปฏิรูปประเทศ ข้อเสนอเบื้องต้น	44



# กำหนดการและสถานที่จัดการประชุม

การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 1 หัวข้อ “พลวัตค้าปลีกในกระแสโลกาภิวัตน์” จัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 23 พฤษภาคม 2554 เวลา 08.00-16.30 น. ณ หอประชุมปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดนนทบุรี โดยมีกำหนดการดังนี้

- 8.00-9.00 น. ลงทะเบียน
- 9.00-9.30 น. กล่าวเปิดและปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “แนวโน้มค้าปลีกไทยในกระแสโลกาภิวัตน์”  
โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์  
อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- 9.30-10.00 น. บรรยายพิเศษ เรื่อง “การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกไทยในปี 2554”  
โดย คุณปิยะวัฒน์ ชูตะสัทธวารกุล  
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- 10.00-10.15 น. รับประทานอาหารว่าง
- 10.15-12.00 น. เสวนา เรื่อง “ธุรกิจค้าปลีกสีเขียว (Green Retail Business)”  
ผู้ร่วมเสวนา ดร.ไชยยศ บุญญากิจ  
รองผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย  
คุณสุวิทย์ กิ่งแก้ว  
นายกสมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกทุนไทย  
คุณสากล ชูนิษกุล  
ผู้อำนวยการส่งเสริมและเผยแพร่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม  
ดำเนินการเสวนาโดย คุณกิตติ สิงหาปัด
- 12.00-13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. การนำเสนอผลงานวิจัยแยกตามกลุ่มสาขา  
ห้องที่ 1 : บริหารธุรกิจ 1  
ห้องที่ 2 : บริหารธุรกิจ 2  
ห้องที่ 3 : วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
ห้องที่ 4 : ศิลปศาสตร์ และการวิจัยในชั้นเรียน  
(พักรับประทานอาหารว่างเวลา 14.30-14.45 น.)
- 16.00-16.30 น. มอบเกียรติบัตรให้แก่ผู้นำเสนอบทความแต่ละสาขา

บริหารธุรกิจ

---



## การเทียบรอยคุณภาพกระบวนการส่งเสริมการตลาดเพื่อการรับเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษา

ญาณตา นิธิธนนันต์

02-8320376

อีเมล: Yanatanit@pim.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการด้วยวิธีการเทียบรอยคุณภาพ โดยการนำระเบียบวิธีการดังกล่าวมาใช้แก้ปัญหาด้านการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้านการรับเข้าศึกษา วัตถุประสงค์การวิจัย คือ สร้างกระบวนการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ด้วยการเทียบรอยคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการเทียบรอยคุณภาพกระบวนการไม่จำเป็นต้องกำหนดขั้นตอนตายตัวสามารถปรับให้เข้ากับทรัพยากรขององค์กรที่มีอยู่และวัฒนธรรมขององค์กร และเคล็ดลับที่สามารถนำมาเรียนรู้เพื่อปรับปรุงกระบวนการ คือ 1) มีผู้รับผิดชอบด้านการตลาด เรียนรู้เรื่องการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนรับเข้าจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 2) การผลิตสื่อการตลาดเป็นความสามารถของบุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจเรื่องกิจกรรมการตลาดและการผลิตสื่อ 3) การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมีทีมแนะนำการศึกษาซึ่งมีความรู้ด้านการตลาด และฝึกอบรมให้บุคลากรพร้อมให้ข้อมูล ตอบคำถามและตัดสินใจได้ในระดับหนึ่ง 4) ทบทวนผลการตลาด 5) ฝ่ายรับเข้าศึกษาจัดทำข้อมูลบางส่วนป้อนฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นข้อมูลทบทวนผลการตลาด และ 6) การปรับปรุงแก้ไขมีกระบวนการทำงานตามวงจรคุณภาพ หลังจากการเทียบรอยคุณภาพแล้วสามารถยกระดับตามตัววัดหลัก 3 ประการ คือ ผู้รับบริการที่ผ่านการคัดเลือกจากการสอบส่วนกลางพิจารณาเลือกสถาบันฯ เป็น 3 อันดับแรก ผู้รับบริการที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกแบบเรียนดีและผ่านการคัดเลือกจากการสอบส่วนกลาง พิจารณามอบตัวเพื่อยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาต่อยังสถาบันฯ สัดส่วนเพิ่มขึ้น และจำนวนนักศึกษาเข้ามามีจำนวนต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดเล็กน้อยแต่มีคุณภาพมากขึ้น

**คำสำคัญ:** การเทียบรอยคุณภาพ การส่งเสริมการตลาด

## Benchmarking Marketing Promotion Process for Admission in The Higher Education

Yanata Nitidhananunt

02-8320376

E-mail: Yanatanit@pim.ac.th

### ABSTRACT

The research studies benchmarking process development solving the problem in the admission's promotion. The aim of this research is developing marketing promotion process through benchmarking. The benchmarking process should not be specific, could adjust to the organizational resources and culture. The enabler findings for the institute's marketing promotion activities know-how are 1) the marketing undertaker must understand to marketing planning for the student added from marketing expert 2) the public relation staff must know marketing and medias production 3) the recruitment team must know marketing aspects and staff training to get ready to give the information, answer the questions and problem resolve 4) review the marketing results 5) the admission division provides some data to the public relation division for reviewing the marketing results and 6) the process improvement through a quality cycle. Institute's admission enhance in 3 indicators after carry on promotion activities through benchmarking

**Keywords:** Benchmarking, Marketing Promotion

## อิทธิพลของการตลาดนอกกรอบและหมวด 6 ใบคิด 6 แบบต่อกระบวนการสร้างสรรค์และความสำเร็จของนักสร้างสรรค์โฆษณา

ปรเมษฐ์ กฤตลักษณ์

02-9463998, 081-6611559, 086-0099229

อีเมล: Project.tong@hotmail.com

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการตลาดนอกกรอบ หมวด 6 ใบคิด 6 แบบ และตัวแปรอื่นๆ ที่มีต่อความสำเร็จของความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา ใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 แนวทาง คือ เชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ราย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงชั้นและการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ส่วนเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา จำนวน 5 ราย

การศึกษาพบว่า ความสำเร็จของนักสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญการแทนที่ในสิ่งใหม่ เน้นการรวมเข้าด้วยกันและไม่ต้องจัดระเบียบใหม่ (การตลาดนอกกรอบ) ต้องให้ความสำคัญกับแนวทางของหมวดสี่คำที่กล่าวถึงความเสี่ยงในเรื่องต่างๆ (หมวด 6 ใบคิด 6 แบบ) ต้องมีการแจ้งให้ทราบว่าใครคือผู้ส่งสารโฆษณา เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของสารโฆษณา (ความคิดสร้างสรรค์) ซึ่งแนวทางดังกล่าวต้องกระทำเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (กระบวนการสร้างสรรค์)

จากการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ พบว่า ความสำเร็จของนักสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับ การตลาดนอกกรอบและกระบวนการสร้างสรรค์ เพราะความสำเร็จของการคิดสร้างสรรค์ต้องอาศัย การคิดนอกกรอบที่นำมาประกอบในกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและมีขั้นตอน สำหรับ กระบวนการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับหมวด 6 ใบคิด 6 แบบและความคิดสร้างสรรค์ เพราะกระบวนการ คิดทีละด้านจะสร้างประสิทธิภาพให้ความคิดสร้างสรรค์ ในขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับ การตลาดนอกกรอบ เพราะความคิดสร้างสรรค์ที่ดีต้องคิดอย่างนอกกรอบ ลำดับสุดท้ายหมวด 6 ใบ คิด 6 แบบขึ้นอยู่กับการตลาดนอกกรอบ เนื่องจากการคิดทีละด้านจะมีประสิทธิภาพมากหากคิด อย่างนอกกรอบเพื่อจะได้ไม่ยึดติดในกรอบเดิม

**คำสำคัญ:** การตลาดนอกกรอบ หมวด 6 ใบคิด 6 แบบ

## The Influence of Lateral Marketing and Six Thinking Hats on Creative Process and Success of Advertising Creatives

Paramate Krittaluck

02-9463998, 081-6611559, 086-0099229

E-mail: Project.tong@hotmail.com

### ABSTRACT

This article presents a study of the impact of lateral marketing and six thinking hats, creative thinking and creative approach in creating advertisements or the success of creative thinking: quantitative and qualitative methods were used. Questionnaires were used to gather the data from 500 advertising creators in Bangkok. The data was analyzed using hierarchical regression analysis and path analysis. An in-depth interview was with 5 advertising directors.

The findings revealed that the success of the creators depended on new replacement, focusing on 'merger and acquisition' concept, and reorganization. These creators had to take other concepts into consideration: studying risks in every dimension, and getting rid of the weaknesses they were having. And also, they realized those who sent advertising message to generate trustworthiness that could change target group behaviors towards purchasing.

The findings from 'path analysis' revealed that the success of creators depended on lateral marketing and creative approach. The success from creative thinking came from lateral thinking. The lateral thinking became more powerful when used with the system of creative approach. Moreover, the creative approach relied on six thinking hats and creative thinking. The point was that when each variable (or each side of the problem) was considered individually, it could boost the efficiency of the creative thinking. And also the creativity depended on lateral marketing. In other words, good creative thinking was derived from lateral thinking. In conclusion, six thinking hats depended on the lateral marketing; stepping out of the traditional ways of thinking contribute to creative success.

**Keyword:** Lateral Marketing, Six thinking Hats

## การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในจังหวัดเชียงใหม่

นกุล พิกุล

080-5021213

อีเมล: Khun\_jedrin@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์และการจัดการของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของการใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อสร้างแบบฝึกทักษะการเขียนแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็กสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี และ 4) เพื่อศึกษาผลการฝึกปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie และ Morgan สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วนจากทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์และการจัดการด้านสินค้าและบริการ ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของร้าน ด้านราคา และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย

2. ผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดเล็กเรียงตามลำดับ คือ ความสะดวกในการใช้บริการ ความเคยชินสนิทสนมส่วนตัวกับเจ้าของร้าน ราคาสินค้าที่ต่ำกว่าร้านอื่นๆ ความหลากหลายของชนิดสินค้า และมีการส่งเสริมการขาย

3. แบบฝึกทักษะการเขียนแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 86.38/88.62 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80

4. ผลการฝึกปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของนักศึกษามีคะแนนการปฏิบัติอยู่ในระดับมากและผู้ประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ:** การตลาดเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก

## Marketing Strategies Planning to Develop for Small Retailers in Chiangmai Province

Nukul Pikul

080-5021213

E-mail: Khun\_jedrin@hotmail.com

### ABSTRACT

This research is a combination of objective analysis 4 questions: 1) to study the strategy and management of small retail shops in Chiang Mai 2) to study the attitudes and behavior of the small retail shops in Chiang Mai 3) to create a practice of writing a strategic marketing plan for small retailers for undergraduate students and 4) to study the effects of practice in writing business plans, strategic marketing for small retail for undergraduate students. The sample using the table of Morgan Krejcie and stratified sampling a portion of the location of the establishment. The statistics used to analyze the data. Determination of percentage mean and standard deviation. The results showed that:

1. Retail trader of small retail shops in Chiang Mai, the importance of strategy and management of goods and services. Our components are in terms of price and the external environment at a high level. Part of the marketing campaign at a low level.

2. Users attitude to the use of small retail shop order is easy to use. Intimate familiarity with a private owner. Lower price than other stores. A variety of types of products and promotions.

3. A practice of writing a strategic marketing plan for small retailers, which was developed more effectively as 86.38/88.62 performance criteria 80/80.

4. The practice to write a strategic marketing plan for small retail businesses with the performance of students at a high level and entrepreneurs are satisfied at the highest level.

**Keyword:** Marketing Strategies Planning, Small retailers

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสานงานผ้าทอของชุมชนบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว  
อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี

กรรณิการ์ คำเจียก

085-0740908

อีเมล: Kan.kannikaa@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสานงานผ้าทอของชุมชนบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชาวบ้านที่อยู่ในหมู่ 10 ของชุมชนในเขตเทศบาลมีจำนวน 141ครัวเรือน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม และรายคู่โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านที่อยู่ในหมู่ 10 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี โดยภาพรวมแล้วระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสานงานทอผ้าเกี่ยวกับการเรียนรู้ การลงมือทำ การถ่ายทอดอยู่ในระดับน้อย ชาวบ้านมีส่วนร่วมความรู้สึกทางด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมทางกายภาพและน้อยสุด คือ การมีส่วนร่วมทางความคิด การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสานงานผ้าทอของชุมชน เมื่อจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางประชากร พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** การมีส่วนร่วม การสืบสาน ผ้าทอ



People Participation in Inheritance of Ban Nong Khao Clothes Weaving,  
Nong Khao Sub-district, Tha Muang District, Kanchanaburi Province

Kannikar Comecheak

085-0740908

E-mail: Kan.kannikaa@gmail.com

**ABSTRACT**

This purpose of this research was for studying the participation of population in inheritance of Ban Nong Khao community, Nong Khao disdriect, Amphur Tha Muang, Kanchanaburi province by using the questionnaire as a tool for collecting data from 141 families, Moo 10, Nong Khao community in municipal area. The statistic used to analyze was the Mean, the Standard Deviation, and the analysis of the differences of the factors in each group and pair group by using the analysis of the one-way ANOVA. This result found that population in Moo 10, majority was female with the rang between 41-50 years old. Generally, the level of the participation of the population about learning doing and inheritance clothes weaving was at the low level. They had the most the participation of the emotion; next was the participation of physics; and the least was the participation of the ideal. When the comparison of the average of the participation of population in inheritance clothes weaving of the community clarified from the information about the status of the population was found that they are not different.

**Keywords:** Participation, Inheritance, Clothes weaving

การศึกษาการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผ้าจกของชุมชนไท-ยวน  
กรณีศึกษา ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

พัชรินทร์ จิตรโรจนรักษ์

081-1920111

อีเมล: Krajib\_Krajib@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตผ้าจกของชุมชนไท-ยวน ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชาวบ้านหมู่ที่ 2 บ้านระนอง ตำบลคูบัว ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 210 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม และรายคู่ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านหมู่ที่ 2 บ้านระนอง ตำบลคูบัว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี โดยรวมแล้วระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการผลิตผ้าจกอยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการผลิตผ้าจก เมื่อจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางประชากร พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** การมีส่วนร่วม ผ้าจก

**A Study of People Participation in Jok Weaving Process of Thai-Yuan Community  
Case Study : Kubua Sub-District , Muang District, Ratchaburi Province**

Patcharin Jitrojanaruk

081-1920111

E-mail: Krajib\_Krajib@hotmail.com

**ABSTRACT**

This research's purpose is to study the Jok weaving process of Thai Yuan people in Kubua, Amphur Mueang, Ratchaburi by using the questionnaire to collect the data from people in Moo 2, Baan Nong, Kubua. There were 210 samples. The statistics used for analyzing is the mean, the Standard Deviation, and the analysis of the differences of the factors in each group and pair group by using the analysis of the one-way ANOVA. The research's result found that most people in Moo 2, Baan Nong, Kubua are female. Their age is between 36-50. Generally, the level of the marketing mix factor composed of product, price, place, and promotion is at the medium level. The level of people's participation in Jok weaving process is at the medium level. To compare the difference between the participation's average in the Jok weaving process in Thai Yuan people, it was classified from the information of people's state, it found that there was no significant difference.

**Keywords:** Participation, Jok weaving

## ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สุธีรา พงกษากร

นิชนันท์ ชัยชนะ

081-1111442, (053) 838267

อีเมลล์: Sutheera@feu.ac.th

Nitchanan@feu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2554 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาจากบุคคลทั่วไปทั้งนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยเป็นผู้ที่บริโภคกาแฟสดทั้งหมด การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก ตามจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 401 คน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคกาแฟส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 68.3 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 56.6 สถานะโสดร้อยละ 91.8 การศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 84.3 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาถึงร้อยละ 79.1 ระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนสูงถึงร้อยละ 69.6

พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคกาแฟส่วนใหญ่มักมาใช้บริการร้านกาแฟ 1 ครั้งต่อเดือน ในการมาใช้บริการแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อดื่มกาแฟหรือรับประทานของว่างกับเพื่อน ครั้งละ 2 คน และส่วนใหญ่จะบริโภคกาแฟวันละ 1 แก้ว

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกาแฟ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา สถานที่ และภาพลักษณ์ภายในร้าน ตามลำดับ ส่วนการส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ มีผลต่อการเลือกเท่าๆ กัน

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกาแฟ พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้ง จำนวนคนที่ไปร้านกาแฟด้วย ความสัมพันธ์ของบุคคลที่ใช้บริการด้วย ราคากาแฟต่อแก้ว สถานที่ให้บริการ บุคลากร กระบวนการให้บริการและภาพลักษณ์ของร้าน มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคกาแฟอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ส่วนกิจกรรมในร้านกาแฟ อาชีพ ความถี่ในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคกาแฟอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

**คำสำคัญ:** กาแฟสด พฤติกรรมการซื้อ

## Factors Influencing on Consumer Buying Behavior towards Fresh Coffee in Muang District, Chiang Mai Province

Sutheera Pruksakorn  
Nitchanan Chaichana  
081-1111442, (053) 838267  
E-mail: Sutheera@feu.ac.th  
Nitchanan@feu.ac.th

### ABSTRACT

The objective of the research is to investigate the marketing factors influencing on consumer buying behavior towards fresh coffee in Muang district, Chiang Mai province during the year 2011. The subjects of this study were 401 people divided into several groups such as students, officers, and government officers who drink fresh coffee. The subjects were selected by using the convenience sampling technique.

The results shown that the subjects are mostly women (68.3%). 56.6% of the subject is between 21-30 years old. 91.8% of them are single. Most of them are graduated in the graduate level (84.3%). The subjects are students for 79.1%. Last, they earn less than 10,000 Baht per month for 69.6%.

The behaviors of the fresh coffee's drinkers are that they mostly visit the coffee shop a time per month, and spend less than 100 Baht. The consumers always visit the coffee shop to drink coffee and beverage with friends – mostly 2 people, and drink a cup of coffee per day.

The marketing factors that influence the choices of fresh coffee are the quality of the product, price, place, and the shops atmosphere respectively. Moreover, the sales promotion, the staffs, and the service process were rated in the same rank.

The correlation of the fresh coffee consumer's factors showed that the factors such as sex, the cost per consumption, the numbers of partners, the types of relationship, the price of the coffee, the place, the staff, the services, the shop's atmosphere are related to the decision of fresh coffee consumption at 0.01. In addition, the shop's activity, careers, the frequency of the visit were related to the decision of the fresh coffee consumption at 0.05.

**Keyword:** Fresh coffee, Buying behavior

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรรณกรณ์ ชาญยุทธกร

089-1072012

อีเมล: Kunbenka@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดเก็บแบบสอบถามในจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย พบว่าผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีสถานภาพสมรส มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 120,000-150,000 บาท ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยทางด้านรูปแบบ รองลงมาคือ ตราสินค้า และปัจจัยด้านประโยชน์หลัก ตามลำดับ ด้านปัจจัยทางการเงินพบว่าระยะเวลาผ่อนชำระกับธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ จำนวนเงินดาวน์ก่อนการโอนที่เหมาะสม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล การตัดสินใจซื้อ บ้านเดี่ยว ผู้บริโภค

## Factors Affecting Single Unit House Buying Decisions of Consumers in Bangkok

Kannakorn ChanyuttaKorn

089-1072012

E-mail: Kunbenka@hotmail.com

### ABSTRACT

The purpose of this research was to study the factors affecting single unit house buying decision of consumers in Bangkok metropolis. The samples used in this research were people who lived in Bangkok Metropolis, but the researcher decided to collect data from 400 respondents. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed by a computer program for statistics such as, frequency, percentage, mean, standard deviation.

The research summary result found that most single unit house buyers were male and get married and monthly income ranged between 120,000-150,000 baht. The correlation between the marketing mix affecting found model, brand and facilities respectively. Regarding to the correlation financial status affecting found loan payback period, loan interest rate, down payment before conveyance affecting the customer buying decision single unit house.

**Keywords:** Factors Affecting, Buying Decisions Single Unit House, Consumer



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา  
จังหวัดสมุทรสงคราม

ธัญญา กาญจนภาส

089-5049490

อีเมล: Aei\_cei@hotmail.com

### บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 316 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม และรายคู่โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดน้ำอัมพวาของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของกิน และการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของใช้น้อยที่สุด การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดน้ำอัมพวา เมื่อจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางประชากร พบว่า การศึกษาและอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ต่างกัน

**คำสำคัญ:** นักท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา

## Factors Affecting Travelers' Decision Making in Amphawa Floating Market, Samutsongkram Province

Thanaya Karjanaphast

089-5049490

E-mail: Aei\_cei@hotmail.com

### ABSTRACT

The research's purpose was for studying the behavior of deciding to buy goods of tourists at the Ampawa floating market, Samoot Songkram by using the questionnaire as a tool for collecting data from 316 tourists at the Ampawa floating market. The statistic used to analyze is the Mean, the Standard Deviation, and the analysis of the differences of the factors in each group and pair group by using the analysis of the one-way ANOVA. The research's result was found that tourists, majority was female with the rang between 21-30 years old. generally, the psychologist factors affecting to the decision of buying goods of tourists at the Ampawa floating market is at the high level. Most tourists generally deciding to buy goods is at very high level. The decision of buying the souvenir is at the highest level; the second one is the decision of buying goods as food and as utensils is at the lowest level. When it was classified the information of people's state. it found that there were two differences which are the career and the age.

**Keywords:** Tourists, Amphawa Floating Market

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของพนักงาน เครือข่ายเอกชนขนาดใหญ่

กฤษณะ เทียงธรรม

081-4043306

อีเมล: Kt4munich@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัท  
กรณีศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสม  
ทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ของกรณีศึกษา 3) เพื่อศึกษาความ  
เป็นบริษัทประกันภัยที่อยู่ในกลุ่มบริษัทจะส่งผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์  
ของพนักงานบริษัทกรณีศึกษาอย่างไร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยพนักงาน  
สายสำนักงานของบริษัทกรณีศึกษา โดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธี  
ทางสถิติ โดยหาสถิติพื้นฐาน (Descriptive Statistics) ทดสอบ  $\chi^2$  กรณีทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อ  
และใช้ t-test, F-test (One-way ANOVA) ในกรณีที่มีการเปรียบเทียบ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  
0.05

ผลการวิจัยพบว่าการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในแต่ละประเภทรายได้  
ของแต่ละบุคคลมีความเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ทั้ง 3 ประเภท รวมถึงการบริการ  
และการอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า ซึ่งถึงแม้ว่ากรมธรรม์ของบางบริษัทรับประกันภัยจะไม่  
ครอบคลุมจำนวนทุนประกันภัยมากนัก หากแต่มีการบริการที่ดีและสม่าเสมอก็มีส่วนในการตัดสินใจ  
เช่นกัน หรือแม้แต่การมีบริษัทในเครือเป็นบริษัทรับประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจก็สามารถสร้าง  
ความสนใจให้แก่บุคคลที่เป็นพนักงานของบริษัทในเครือที่เกี่ยวข้องเช่นกัน

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับความสำคัญต่อทัศนคติส่วนบุคคลที่มีผลในการเลือก  
ตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ มีผลมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์  
เช่น เพศ อายุ สถานภาพ สถานะทางครอบครัว ระดับศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน รายได้ และ  
ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทกรณีศึกษาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่าง  
มีความประสงค์ที่จะได้รับสิทธิพิเศษจากบริษัทรับประกันภัยที่อยู่ในเครือบริษัท มากกว่าลูกค้าทั่วไป  
ที่ไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทในเครือ รวมถึงได้รับการบริการที่ดีกว่า

**คำสำคัญ:** การเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ ส่วนประสมการตลาด

## Factors Influencing the Choice of Voluntary Car Insurance of Officers in a Big Scale Private Company Group

Krisna Thiengtham

081-4043306

E-mail: Kt4munich@hotmail.com

### ABSTRACT

This research aims to study the factors that affect the decision making of the employees of a company for buying the car insurance. Objectives of this study are: (1) to study how the personal factors affect the behavior of the customers, (2) to study the effects of marketing factors on the customers' behavior, and (3) to study whether the insurance company that is in the same group of the company has effects on the customers' behavior. The populations of this study are the officer-level employees in the company. This research uses the questionnaires and the gathered data are analyzed by the descriptive statistics, applies  $\chi^2$  for the hypothesis test, and t-test and F-test (One-way ANOVA) will be applied if the comparison is to be done at a significant level of 0.052.

From the results, it can be concluded that the personnel factors are correlated with the voluntary car insurance buying decision. Personnel income, service and customers support are correlated with all three types of insurance. For the service part, whether some types of insurance covers fewer amounts of insurance capital but if the service is good and consistency, customers will consider buying the insurance. Moreover, the insurance company that is a company in the same group of employees' company has the positive correlation with the buying decision.

**Keyword:** Car Insurance Buying Selection, Market mix

## การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของศูนย์กระจายสินค้าโดยวิธีแบบสองขั้นตอน

สมชาย สุขประสงค์ผล

081-4024331

อีเมล: Somchaisuk@cpall.co.th

### บทคัดย่อ

การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อธุรกิจค้าปลีก งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิธีการเลือกทำเลที่ตั้งแบบสองขั้นตอนเพื่อหาตำแหน่งศูนย์กระจายสินค้า ส่วนภูมิภาคที่เหมาะสม โดยเป็นกรณีศึกษาของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถช่วยการกระจายสินค้าไปยังร้านสาขาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง และด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

ในการเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าส่วนภูมิภาคนี้ เพื่อจะให้บริการแก่ร้านสาขาที่ตั้งอยู่ใน 14 จังหวัดภาคเหนือ จำนวน 488 สาขา นั้น จะใช้วิธีการแบบ 2 ขั้นตอนดังนี้ คือ 1. การวิเคราะห์ระยะทางกับภาระงาน (Load Distance Model) โดยจะเลือกจังหวัดที่มีผลรวมของระยะทางกับภาระงานที่มีค่าต่ำที่สุดเป็นสถานที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า และ 2. การจัดอันดับปัจจัย (Location Factor Rating) ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญ 10 ปัจจัย โดยจะเลือกแปลงที่ดินที่มีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักมากที่สุดเป็นสถานที่ก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้า

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าส่วนภูมิภาคครั้งนี้ สามารถกำหนดที่ตั้งที่เหมาะสมได้ โดยจากขั้นตอนที่ 1 สามารถกำหนดจังหวัดที่เหมาะสมได้ หลังจากนั้นในขั้นตอนที่ 2 สามารถกำหนดตำแหน่งที่เหมาะสมจากจังหวัดที่ได้เลือกไว้ในขั้นตอนแรก ซึ่งผลการเลือกทำเลที่ตั้งโดยวิธีสองขั้นตอนดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถทำงานเป็นระบบและมีขั้นตอนที่ชัดเจนแน่นอน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งอาคารและทรัพยากรกายภาพอื่นๆ ได้ในอนาคต

**คำสำคัญ:** ศูนย์กระจายสินค้า วิธีแบบสองขั้นตอน

## Suitable Location Selection for A Distribution Center by A Two-Stage Approach

Somchai Sukprasongphol

081-4024331

E-mail: Somchaisuk@cpall.co.th

### ABSTRACT

This research aims to study how to find the best location for a regional distribution center of a retail business company. The Northern Regional Distribution Center is expected to distribute products to branch stores more quickly and efficiently with the lower cost. Since, the shorter distance of product distribution would reduce the cost of shipping.

To locate the Regional Distribution Center that would serve 488 branch stores located in 14 provinces of the northern region, the research utilizes a two-stage method: (1) Load Distance Model, which selects the province where the sum of distance and task is lowest; and (2) Location Factor Rating, which includes ten important factors. The parcel of land which has the greatest weighted score would be chosen to be the distribution center construction site.

From this research, it can be concluded that the company can select the appropriate location for a regional distribution center. From the first stage, suitable province can be determined and then from the second stage the best site can be fixed inside the province that selected in the first stage. From the suggested approach, the company can work systematically and have the well-defined steps of work which can be applied for the area selection for buildings and facilities in the future.

**Keyword:** Distribution Center, Two-stage Approach

## การศึกษาการตัดสินใจของบริษัทตัวแทนโฆษณาในการซื้อสื่อสิ่งพิมพ์ กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

อรอุมา ศรีสมัย

085-0655035

อีเมล: Cat\_onuma@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การข่าวและการวางแผนการตลาดของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อพื้นที่ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจของบริษัทตัวแทนโฆษณา 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ได้แก่ คุณภาพข่าว ภาพลักษณ์หนังสือพิมพ์ ด้านเจาะลึก ด้านเชิงข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นธรรม เป็นต้น กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ซื้อพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์เป็นประจำ จำนวน 325 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติสำหรับผลแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

ผลของการวิจัยพบว่า 1. บริษัทตัวแทนโฆษณาที่มีกิจการขนาดใหญ่ กลาง เล็ก จะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อพื้นที่ในโฆษณาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจแตกต่างกัน 2. คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อพื้นที่ในโฆษณาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจแตกต่างกัน 3. ภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อพื้นที่ในโฆษณาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ สิ่งพิมพ์



**Study of Decision Making Advertising Agencies:  
a Case Study of Thansettakiju Newspaper**

Onuma Srisamai

085-0655035

E-mail: Cat\_onuma@hotmail.com

**ABSTRACT**

This research aims to study the decision making of the advertising agencies on buying the advertising in Thansettakij Newspaper. The objectives of this research are; 1) to study the strategies and marketing plan of Thansettakij Newspaper, 2) to study the buying behavior of the advertising companies that buy the advertising in Thansettakij Newspaper, and 3) to study factors that affect the decision making of the advertising companies which are the news quality and image of the newspaper such as depth of contents and correctness of the data. The population of this research is 325 employees from the advertising agencies that normally buy the advertisement in Thansettakij Newspaper. Data obtained from the survey are analyzed by descriptive statistics and the hypothesis tests are performed to verify the relationship of the concerned factors.

From the research, it can be concluded that 1) different size of the agency company has effect on buying decision that different size has different behavior, 2) different qualification of Newspaper results in different buying behavior, and 3) different images of Newspaper results in different buying behavior.

**Keyword:** Decision Making, Agencies

## ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามเกณฑ์ คุณภาพเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ

เลิศชัย สุธรรมานนท์

089-1234855

อีเมลล์ : Lertchaisut@pim.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับระบบและเครื่องมือด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามเกณฑ์การศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ แล้วทำการจัดระบบตามเกณฑ์ดังกล่าวแล้วทำการยืนยันโดยการประชุมกลุ่มย่อย นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจำนวน 8 คน

ผลการวิจัยพบว่าอุดมศึกษาเอกชนมีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดำเนินการอยู่จัดเป็น 12 กลุ่มตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ คือกลุ่ม (1) การนำความต้องการแนวความคิด วัฒนธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมาใช้ (2) ระบบงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (3) การสร้างคุณค่า วัฒนธรรม การทำงานเน้นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (4) การยกย่อง ชมเชย และจูงใจ (5) การกำหนดคุณลักษณะและทักษะ (6) อัตรากำลังและขีดความสามารถ (7) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (8) การพัฒนาบุคลากรและผู้นำ (9) การจัดการความรู้และนวัตกรรม (10) สุขภาพความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (11) การเตรียมความพร้อมในภาวะฉุกเฉิน และ (12) การสื่อสาร ประสานงาน การบริหารผลงาน และความผูกพันในองค์กร

**คำสำคัญ:** ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษา  
ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อความเป็นเลิศ

## The Human Resource System of Private Higher Education in Performance Excellence Criteria

Lertchai Suthamanon

089-1234855

E-mail: Lertchaisut@pim.ac.th

### Abstract

This qualitative research was collected data from documents about human resource system and tools used in private higher education and in criteria for performance excellence. These human resource system and tools were confirmation by focus group of 8 HR Professional.

The research finding are HR System and Tools classified by performance excellence in 12 clusters are: (1) Focusing on stakeholders and communities, (2) Formal and Informal system, (3) Building Stakeholder Culture, (4) Rewarding, (5) Workforce Competency, (6) Workforce Capacity and Capability, (7) Corer Opportunities, (8) Workforce and Leader Development, (9) Knowledge Management and Innovation, (10) Healthy, Safety and Workplace Environment, (11) Emergency Readiness, and (12) Communication, Performance Management and Engagement

**Keywords:** Human Resource System in Higher Education

Human Resource System for Performance Excellence

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขายเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ปวีณส์สุดา พงษ์ไธมาส

081-8515602

อีเมล: Paweesuda\_pop@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขาย เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการขาย รายได้ต่อเดือนในการขายสินค้า ประเภทธุรกิจการขาย ประสบการณ์การขาย จำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาของการขาย และความถี่ของการขายครั้งต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขายสินค้าในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 405 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's least – significant difference : LSD) ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้า ผู้ขายสินค้าในตลาดนัด เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการบริหารจัดการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขายเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ ประเภทธุรกิจการขาย ประสบการณ์การขาย และจำนวนสถานที่ขายต่อสัปดาห์ต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำแนกตามช่วงเวลาของการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนเมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา ลักษณะการขาย รายได้ต่อเดือนในการขายสินค้า และความถี่ของการขายสินค้าต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัด ผู้ขาย

## Factors Affecting The Selling of Goods in Flea Markets in Muang District, Lopburi Province

Paweesuda Pongopas

081-8515602

E-mail: Paweesuda\_pop@hotmail.com

### ABSTRACT

This study aimed 1) to investigate factors affecting the selling of goods in flea markets in Muang District, Lopburi Province, and 2) to compare factors affecting the selling of goods in flea markets in Muang District, Lopburi Province, when classified by gender, age, educational level, reliance on the flea market selling, monthly income earned from the selling, types of the selling business, experience in selling, place of selling per week, period of selling per week and selling frequency.

The research samples were 405 sellers in flea markets in Muang District, Lopburi Province. The research instrument was the 5-point rating scale. The data were analyzed by arithmetic mean, standard deviation, *t*-test, One-way ANOVA, and Fisher's least-significant difference test (LSD) of multiple pairwise comparisons.

The research findings were as follows:

1. Factors affecting the selling of goods in flea markets in Muang District, Lopburi Province in overall were at high level. In addition, the most to least mean were products prices, selling places management and promotion respectively.

2. According to the comparison of factors affecting the selling of goods in flea markets in Muang District, Lopburi Province, there were statistically significant difference at the .001 level when classified by age, types of selling business, experience in selling and on the number of places. When considered on the period of selling time, there was statistically significant difference at the .01. Moreover, there was no statistically significant difference when classified by gender, educational level, reliance on the flea market business, monthly income earned from selling and selling frequency

**Keywords:** Factors Affecting of Goods in Flea Markets, The selling

วิศวกรรมศาสตร์  
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

---

## การลดฟองอากาศในจุดบัดกรีบนแผ่นวงจรพัดลมระบายความร้อน โดยใช้หลักการออกแบบการทดลอง

กฤษดา อิ่มทับ อีเมล: Kenda2006@gmail.com

ช่อแก้ว จตุรานนท์ อีเมล: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล อีเมล: Krisadaa@kmutnb.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาการลดปริมาณฟองอากาศในจุดบัดกรีบนแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ในสายการผลิตการประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อัตโนมัติของผลิตภัณฑ์พัดลมระบายความร้อน ซึ่งตามมาตรฐานคุณภาพได้มีการกำหนดไว้ว่าปริมาณฟองอากาศต้องน้อยกว่า 20% โดยมีปริมาณฟองอากาศในจุดบัดกรีเฉลี่ยประมาณ 21.7% ภายใต้การผลิตที่สภาวะเดิม งานวิจัยนี้ใช้เทคนิคการออกแบบการทดลองทางวิศวกรรมเพื่อหาสภาวะที่เหมาะสมของปัจจัยในการผลิต ซึ่งปัจจัยที่มีผลที่ทำให้เกิดฟองอากาศในจุดบัดกรีบนแผ่นวงจรอย่างมีนัยสำคัญมีอยู่ 3 ปัจจัย คือ ช่วงเวลาการให้ความร้อนช่วงเริ่มต้นในการอบแผ่นวงจร ช่วงเวลาของอุณหภูมิหลอมละลาย และอัตราการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิในช่วงเริ่มต้นในการอบแผ่นวงจร ผลการวิจัยจากการใช้การทดลองแบบ  $2^3$  แฟคทอเรียล พบว่าระดับปัจจัยที่เหมาะสมของทั้ง 3 ปัจจัย คือ ช่วงเวลาการให้ความร้อนช่วงเริ่มต้นในการอบแผ่นวงจรเท่ากับ 60 วินาที ช่วงเวลาของอุณหภูมิหลอมละลายเท่ากับ 40 วินาที และอัตราการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิในช่วงเริ่มต้นในการอบแผ่นวงจรเท่ากับ 2 องศาเซลเซียสต่อวินาที ซึ่งระดับที่เหมาะสมของสามปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดปริมาณฟองอากาศในจุดบัดกรีโดยเฉลี่ยลดลงเหลือประมาณ 14.0 % ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนดไว้

**คำสำคัญ:** ฟองอากาศในจุดบัดกรี แผ่นวงจรพัดลมระบายความร้อน การออกแบบการทดลอง



## The Application of Design Experiment to Reduce Voiding Defect in PWBA of Cooling Fan

Kritsada Imtab E-mail: Kenda2006@gmail.com

Chorkaew Jaturanonda E-mail: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

Krisada Asawarungsangkul E-mail: Krisadaa@kmutnb.ac.th

### ABSTRACT

This research is aimed to reduce voiding defect in PWBA of cooling fan product that produce on surface mount technology process (SMT) which required voiding less than 20%. The average voiding defect in soldering is found to be 21.7% under present condition. This research applies a design of experiment method to find the appropriate condition of the process. There are mainly 3 factors caused voiding defective which are preheat time, melting time and preheat ramp up rate. After conducting the  $2^3$  factorial experiment design, the appropriate condition are 60 second for preheat time, 40 second for melting time and 2 Celsius per second for preheat ramp up rate. With these conditions, the average voiding defect in soldering is reduced to be 14% which meet the quality standard.

**Keywords:** Voiding, Reflow soldering, Design of experiment

## การลดการเกิดออกไซด์สเกลที่ผิวแหวนบรอนตีในกระบวนการอบชุบ โดยประยุกต์ใช้เทคนิคการออกแบบการทดลอง

สันติน์ โคมารัมย์ อีเมล: santi.mt45@gmail.com

กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล อีเมล: krisadaa@kmutnb.ac.th

ช่อแก้ว จตุรานนท์ อีเมล: chorkaew.jat@kmutt.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่เหมาะสมในกระบวนการอบชุบเหล็กกล้าด้วยความร้อนประเภทเหล็กสปริง SUP9 โดยต้องการลดการเกิดออกไซด์สเกลที่ผิวชิ้นงาน จำเป็นต้องการการแก้ไขงาน ซึ่งมีผลต่อการส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนด อีกทั้งยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเจียรแก้ไขผิวชิ้นงาน ส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น จากการศึกษากระบวนการอบชุบแข็งด้วยความร้อน พบว่าปัจจัยหลักในการเกิดออกไซด์สเกลที่ผิวมีอยู่ 3 ปัจจัย คือ คุณภาพของเหล็กจากส่วนผสมทางเคมี อุณหภูมิเผาชิ้นงาน และเวลาเผาชิ้นงาน หลังจากนั้นนำปัจจัยดังกล่าวไปพิจารณา ระดับของปัจจัย ซึ่งพบว่าส่วนผสมทางเคมีของเหล็กในโรงงานกรณีศึกษา มีความแตกต่างกันเนื่องจากรับเหล็กมาจาก 3 แหล่งผลิต ส่วนอุณหภูมิเผาชิ้นงานพิจารณาจากเปอร์เซ็นต์คาร์บอนของเหล็ก สำหรับการอบชุบแข็งที่ระดับอุณหภูมิ 800 และ 950 องศาเซลเซียส และเวลาเผาชิ้นงานโดยทำการพิจารณาจากช่วงเวลาเผาแช่ชิ้นงาน (Holding time) ซึ่งกำหนดที่ระดับ 10 และ 14 นาที ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบปัจจัยทั้งหมดโดยใช้วิธีการออกแบบการทดลอง General Factorial Design โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และทำซ้ำ 3 ครั้ง จากผลการทดลองแสดงให้เห็นว่าทุกปัจจัยมีผลกระทบต่อจำนวนชิ้นงานที่เกิดออกไซด์สเกลที่ผิวชิ้นงาน ระดับปัจจัยที่มีเหมาะสมที่ทำให้มีจำนวนชิ้นงานที่เกิดออกไซด์สเกลที่ผิวน้อยที่สุด คือ อุณหภูมิเผาชิ้นงาน 800 องศาเซลเซียส และเวลาเผาชิ้นงาน 10 นาที ซึ่งเป็นระดับปัจจัยที่เหมาะสมกับเหล็กของผู้ผลิตทั้ง 3 ราย เมื่อทำการยืนยันผลพบว่าปริมาณออกไซด์สเกลที่ผิวชิ้นงานลดลงจาก 30 เปอร์เซ็นต์ เหลือเพียง 13.5 เปอร์เซ็นต์

**คำสำคัญ:** กระบวนการอบชุบ เหล็กสปริง ออกไซด์สเกลที่ผิวชิ้นงาน การออกแบบการทดลอง

## Surface Scale Reduction of Leaf Spring in Heat Treatment Process by Applying Design of Experiment Technique

Santi Khomaram E-mail : santi.mt45@gmail.com

Krisada Asawarungsangkul E-mail : krisadaa@kmutnb.ac.th

Chorkaew Jaturanonda E-mail : chorkaew.jat@kmutt.ac.th

### ABSTRACT

This research aimed to determine an optimal condition of heat treatment process of SUP9 spring steel in order to reduce the oxide scale on surface. The oxide scale is needed to be removed by operators. This problem results in the long lead time and delay in delivering finish goods to customers. To remove it, there is an additional cost charged to production cost as well. According to the heat treatment theories, there are 3 factors considered to be main causes of oxide scale on surface after hardening including: chemical composition of steel, heating temperature, and holding time. The raw material is currently supplied by 3 suppliers; therefore, they are treated as the level of the first factor. The level heating temperatures of hardening for current spring steel (SUP9) used in this process are 800 and 950°C. The level holding time for hardening are set at 10 and 14 minutes. A general factorial experiment design with three replications is conducted in order to investigate the effect of 3 factors to the occurrence of the oxide scale. The experiment result shows that all sources of variation have significant effect to numbers of defects at significant level of 0.05. The recommended process parameter so as to obtain the minimum number of defects is as follows: heating temperature at 800°C and heating time at 10 minutes. This new parameter is suitable for all current suppliers. By using new parameter, the numbers of defective parts are reduced from 30% to 13.5%.

**Keywords:** Heat treatment process, Spring steel, Surface oxide scale,  
Design of experiment

## การออกแบบการทดลองเพื่อลดปัญหาครีบด้านรอยคมตัดของเหล็ก เคลือบโครเมียมในกระบวนการตัดแบบหมุนตัด

อาทิตย์ รอดเยี่ยม อีเมล: Kamenrider\_bangmod@hotmail.com

ช่อแก้ว จตุรานนท์ อีเมล: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

กฤษฎา อัครรุ่งแสงกุล อีเมล: Krisadaa@kmutnb.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณผลิตภัณฑ์บกพร่องและลดเวลาการหยุดเดินเครื่องตัดจากปัญหาครีบด้านรอยคมตัดของเหล็กเคลือบโครเมียมขนาดความหนา 0.24 มม. กว้าง 965 มม. ยาว 729 มม. ความแข็งระดับ Temper 4 ผิว Matte (M) เคลือบผิวเบอร์ 100 ในกระบวนการตัดแบบหมุนตัด โดยใช้เทคนิคการออกแบบการทดลองทางวิศวกรรม เพื่อหาสภาวะของปัจจัยในกระบวนการตัดที่เหมาะสม โดยปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดครีบด้านรอยคมตัดอย่างมีนัยสำคัญมีอยู่ 2 ปัจจัย คือ ระยะ Clearance ของใบมีดและความเร็วในการตัด จากผลการวิจัยพบว่าสภาวะของปัจจัยเดิมมีการปรับระยะ Clearance เท่ากับ 0.038 มม. (ร้อยละ 15.84 ของความหนา) และใช้ความเร็วในการตัดเท่ากับ 90 เมตรต่อนาที ซึ่งสามารถตัดเหล็กเคลือบโครเมียมได้ประมาณ 30,000 แผ่น และจะเริ่มตรวจพบครีบด้านรอยคมตัดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเท่ากับค่าควบคุม 0.030 มม. เมื่อมีการปรับระยะ Clearance ให้เท่ากับ 0.045 มม. (ร้อยละ 18.75 ของความหนา) และปรับความเร็วในการตัดให้เท่ากับ 120 เมตรต่อนาที จะสามารถตัดเหล็กเคลือบโครเมียมได้ถึงประมาณ 100,000 แผ่น และจะเริ่มตรวจพบครีบด้านรอยคมตัดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเท่ากับค่าควบคุมอีกครั้ง และส่งผลให้สัดส่วนผลิตภัณฑ์บกพร่องของเหล็กเคลือบโครเมียมทั้งหมดจากร้อยละ 3.14 ลดลงเหลือเพียง 0.88 และสามารถลดเวลาการหยุดเดินเครื่องตัดจากเดิมร้อยละ 0.82 ลดลงเหลือ 0.52

**คำสำคัญ:** ครีบด้านรอยคมตัด เหล็กเคลือบโครเมียม กระบวนการตัดแบบหมุนตัด  
การออกแบบการทดลอง

## Design of Experiments to Reduce the Burr of Chrome Plating Steel in the Rotary Shearing Process

Arthit Rod - lam E-mail: Kamenrider\_bangmod@hotmail.com

Chorkaew Jaturanonda E-mail: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

Krisada Asawarungsangkul E-mail: Krisadaa@kmutnb.ac.th

### ABSTRACT

The objective of this research is to reduce defective products and downtime resulted by cutting edge burr in the rotary shearing process of chromium steel plate with thickness 0.24 mm., width 965 mm., length 729 mm., strength level temper 4, surface Matte (M) number 100 by applying Design of Experiment technique. The design of experiment is implemented to identify the appropriate level of factors in the rotary shearing process. Two factors significantly found to be a cause of cutting edge burr problem are clearance and shearing speed. The research clarify that the present clearance is 0.038 mm. (15.84% of the thickness) and the present shearing speed is 90 m./min. which is the burr height increases to 0.030 mm. after approximate shearing 30,000 sheets. By adjusting the clearance to 0.045 mm. (18.75% of the thickness) and increasing shearing speed to 120 m./min., it is found that the number of shearing plates increase to approximately 100,000 sheets before the burr height increased to 0.030 mm. again. As a result of this improvement, the defective of chromium steel products are reduced from 3.14 % to 0.88 % and downtime for remedy of the defective products are reduced from 0.82 % to 0.52 %.

**Keywords:** Cutting edge burr, Chromium steel plate, Rotary shearing process,  
Design of experiment

## การลดผลิตภัณฑ์บกพร่องในกระบวนการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติก ด้วยเทคนิคการออกแบบการทดลอง

สิวอัมพิการะวี อุปพงษ์ อีเมลล์: Angel31025@hotmail.com

กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล อีเมลล์: Krisadaa@kmutnb.ac.th

ช่อแก้ว จตุรานนท์ อีเมลล์: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้นำเสนอผลการศึกษาเพื่อลดปริมาณผลิตภัณฑ์บกพร่องในกระบวนการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดพีอีที ด้วยเทคนิคการออกแบบการทดลองทางวิศวกรรมเพื่อหาสภาวะของปัจจัยในการผลิตที่เหมาะสม โดยผลิตภัณฑ์บกพร่องที่ถูกนำมาศึกษา คือ ขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปไม่เต็มใบซึ่งมีปริมาณมากที่สุด จากการศึกษาเบื้องต้นได้เลือกปัจจัยที่น่าจะมีผลทำให้เกิดผลิตภัณฑ์บกพร่องประเภทขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปไม่เต็มใบอย่างมีนัยสำคัญมีอยู่ 3 ปัจจัย คือ 1) อุณหภูมิที่ใช้ในการทำให้พรีฟอร์มร้อนขณะเป่าขึ้นรูป 2) ลมแรงดันต่ำที่ใช้ในการเป่าขึ้นรูปเพื่อดึงยึดและลมแรงดันสูงที่ใช้ในการเป่าขึ้นรูปเพื่อดึงยึด จากนั้นดำเนินการทดลองโดยใช้แบบการทดลองแบบ  $2^3$  แฟคทอเรียล ที่มีจุดกึ่งกลาง และจากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่าสภาวะที่เหมาะสมของทั้ง 3 ปัจจัย คือ อุณหภูมิที่ใช้ในการทำให้พรีฟอร์มร้อนขณะเป่าขึ้นรูปที่ 91 องศาเซลเซียส, ลมแรงดันต่ำที่ใช้ในการเป่าขึ้นรูปที่ 8 บาร์ และลมแรงดันสูงที่ใช้ในการเป่าขึ้นรูปที่ 35 บาร์ ส่งผลให้สัดส่วนผลิตภัณฑ์บกพร่องในกระบวนการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดพอลิเอทิลีนเทรฟทาเลต ด้วยเครื่องเป่าแบบดึงยึด ลดลงจากเดิมร้อยละ 11.80 เป็นร้อยละ 5.80 และสัดส่วนผลิตภัณฑ์บกพร่องประเภทขวดบรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปไม่เต็มใบในกระบวนการผลิตด้วยเครื่องเป่าแบบดึงยึด จากเดิมร้อยละ 10.83 เป็นร้อยละ 1.62

**คำสำคัญ:** ขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดพีอีที ออกแบบการทดลอง ลดปริมาณผลิตภัณฑ์บกพร่อง การขึ้นรูปไม่เต็มใบ

## The Reduction of Defects in Manufacture of a PET Plastic Packaging

Siwaumpikarawee Ouppabongse E-mail: Angel31025@hotmail.com

Krisada Asawarungsangkul E-mail: Krisadaa@kmutnb.ac.th

Chorkaew Jaturanonda E-mail: Chorkaew.jat@kmutt.ac.th

### ABSTRACT

The objective of this research is aimed to reduce defective products in the manufacture of a PET plastic packaging. By using the design of experiment, the optimal process condition is obtained. It is found that the most frequently found defect is the incomplete blow at bottom area. The potential root causes of this problem are 1) processing temperature, low air pressure blow, and high air pressure blow. Then the  $2^3$  factorial design with center points is conducted. The statistical analysis indicates yield us the optimal condition as follows: processing temperature of 91 Celsius, low air pressure blow of 8 Bars, and high air pressure blow of 35 Bars. With new process condition, the total defective products in stretch blow molding process are reduced from 11.80 % to 5.80 % and the defective rate of the incomplete-blow at bottom area is reduced from 10.83 % to 1.62 %.

**Keywords:** PET Plastic Packaging, Design of Experiment, Reduction of Defective Products, Incomplete blow

ศิลปศาสตร์  
และการวิจัยในชั้นเรียน

---



## การใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาความสามารถ ทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

สิตา ทายะติ

(053) 201800-4 ต่อ 441

อีเมลล์: Sitah@feu.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นก่อนและหลังการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ศึกษาความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ของผู้เรียนระหว่างการใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และศึกษาความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์หลังการสอน โดยใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และศึกษาพฤติกรรมการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการเขียนภาษาอังกฤษรหัสวิชา 202212 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 16 คน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แผนการสอนที่สร้างขึ้นโดยประยุกต์ใช้เทคนิคกอร์ดอน เทคนิคความคิดเชิงประดิษฐ์ และเทคนิคจินตนาการ โดยดำเนินการทดลองแบบกลุ่มเดียว เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ แผนการสอนที่ใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์จำนวน 9 แผน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบทดสอบความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์และแบบสังเกตพฤติกรรมการเขียนเชิงสร้างสรรค์ ทำการทดสอบก่อนและหลังการสอน โดยใช้แบบทดสอบความสามารถทางการเขียนเชิงสร้างสรรค์ และทำการประเมินพฤติกรรมการเขียนเชิงสร้างสรรค์แต่ละบทเรียนโดยใช้แบบสังเกตการเขียนเชิงสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐาน

### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เรียนที่ได้เรียนโดยการใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นโดยค่าเฉลี่ยของคะแนนความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ผู้เรียนที่ได้เรียนโดยการใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์มีความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์เพิ่มสูงขึ้นระหว่างรับการฝึก
3. ผู้เรียนที่ได้เรียนโดยการใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์มีพัฒนาการทางพฤติกรรมการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์เพิ่มสูงขึ้นระหว่างรับการฝึก

**คำสำคัญ:** กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี

## Using Creative Thinking Activities to Promote Creative English Writing Ability of Undergraduate Students

Sitah Tayati  
(053)201800-4 ต่อ 441  
E-mail: Sitah@feu.ac.th

### ABSTRACT

The purposes of this research were to compare the creative English writing skills of students before and after they were taught through using creative thinking activities, to study the creative English writing skills of students during they were taught through using creative thinking activities and to study the writing behavior of students during they were taught through using creative thinking activities. The target group was 16 undergraduate students who enrolled in an English Writing course (ENG 202212) in the first semester of the academic year 2010 at The Far Eastern University, Muang District, Chiang Mai Province. The experiment followed the one group pretest-posttest design. The experimental instruments consisted of 9 creative thinking activities instruction lesson plan based on Gordon's technique, creativity by design, and the fantasy technique, the creative English writing test and the creative writing behavior observation assessment. The students were tested creative English writing skills before and after the experiment. The creative writing behavior observation assessment was administered to students during they were being taught through using creative thinking activities. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, and hypothesis test.

### The findings of the research were as follows:

1. The students taught through using of creative thinking activities had higher creative English writing scores than those of the pretest and was significantly different ( $p < 0.05$ ).
2. The students were being taught through using creative thinking activities had higher creative English writing scores respectively.
3. The students were being taught through using of creative thinking activities had higher creative writing behavior scores respectively.

**Keywords:** Creative thinking activities, creative English writing, undergraduate students

การศึกษาผลของการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับวิชาความน่าจะเป็นและสถิติ  
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะสารสนเทศศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.ศรีปทุม

อำนาจ วังจิ้น

02-5791111 ต่อ 2220

อีเมล: Toamnart.va@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาความน่าจะเป็นและสถิติของผู้เรียนที่ใช้วิธีการสอนแบบมีการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับกับความมีวินัยในการเรียน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาความน่าจะเป็นและสถิติ 3) ศึกษาทัศนคติของผู้เรียนต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะสารสนเทศศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่เรียนวิชาความน่าจะเป็นและสถิติ ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 240 คน เลือกมาเป็นตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง 1 กลุ่ม จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการสอน แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบสอบถามทัศนคติของผู้เรียนต่อวิชาคณิตศาสตร์และแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และแบบวัดความมีวินัยในการเรียน มีค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 1.00 ทุกข้อ และความเชื่อมั่นเท่ากับ .77 .88 และ .76 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและสถิติทดสอบที ผลการวิจัยพบว่า

1. การเรียนแบบมีการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับ ทำให้นักศึกษามีความมีวินัยในการเรียนเพิ่มขึ้นจากระดับปานกลางเป็นระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความมีวินัยในการเรียนที่มีค่าสูงสุด คือ เรื่องการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งเรียนรู้อื่นๆ สม่่าเสมอและมีค่าต่ำสุด คือ เรื่องการทำการบ้านด้วยตนเอง

2. การเรียนแบบมีการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับ ทำให้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้นจากระดับปานกลางเป็นระดับมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนมีค่าสูงสุด คือ เรื่องเมื่อทำสิ่งใดแล้วนักศึกษาจะพยายามทำให้ดีที่สุด และมีค่าต่ำสุด คือ เรื่องความรู้สึกไม่ท้ออยากทำงานนั้นอีกเมื่อประสบความล้มเหลว

3. นักศึกษาที่เรียนด้วยวิธีการสอนแบบมีการทดสอบย่อย และการให้ข้อมูลย้อนกลับ มีทัศนคติต่อวิชาคณิตศาสตร์อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องคณิตศาสตร์เป็นวิชาที่ต้องใช้สมองมากช่วยให้ทุกคนรอบคอบ และน้อยที่สุดในเรื่องการเรียนรู้คณิตศาสตร์ไม่เป็นเรื่องที่น่าเบื่อหน่าย

4. สัดส่วนของนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาความน่าจะเป็นและสถิติสูงกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนเต็ม เท่ากับ .70

5. ผลการทดสอบย่อยและการแจ้งข้อมูลย้อนกลับกับความมีวินัยในการเรียน และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา ความสำเร็จเป็นและสถิติมีความสัมพันธ์กันเท่ากับ .171 .351 และ .685 โดยผลของการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทุกตัวยกเว้นตัวแปรความมีวินัยในการเรียน

**คำสำคัญ:** ผลของการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับ ความมีวินัยในการเรียน  
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

The Results of Subtest and Information Feedback in Probability and Statistics  
Subject of Faculty Informatics Student and Faculty Engineering Student at  
Sripatum University.

Amnart Vangieen

02-5791111 ต่อ 2220

E-mail: Toamnart.va@gmail.com

### ABSTRACT

The research aims at 1) studying the learning achievement in probability and statistics subject toward learning process via subtest and information feedback 2) studying the relationship between the results of subtest and information feedback to motivate achievement in probability and statistics Subject 3) studying the attitude of students towards mathematics subject. The samplers are 240 students the students from the faculty of Information and the faculty of engineering, Sripatum University. who registered in probability and statistics subject in semester 2 B.E. 2552 are used indicatively in a group of eighty. The tools for collecting were lesson plan, achievement test, questionnaires of students attitude toward mathematics subject, motivate achievement test, and learning discipline test. The IOC values for all items were 1.00 and Reliability was 0.77 and 0.88 and 0.76, respectively. The statistics were frequency, percentage, means, standard deviation, Pearson's correlation coefficient and t – test. The found results are as follow;

1. The method learning of sub-test and information feedback toward significant increased at the .05 level the level of learning discipline from moderately to massive. The highest value of learning discipline is explored of more knowledge from other sources and the lowest is the homework yourself.

2. The method learning of sub-test and information feedback toward significant increased at the .05 level the level of motivate achievement learning form moderately to massive. The highest value of achievement learning is “When you do anything will do the best” The lowest is “Do not feel discourage when work is not completed.”

3. The student who learning by subtest and information feedback method has a good attitude to mathematics subject in highest level. The highest level in mathematics are the brain is used hard in studying mathematics subject, mathematics subject makes careful person on the other hard mathematics subject isn't boring is the least attitude level.

4. The proportion of students with achievement of probability and statistics over 60 percent of the score was .70

5. Significant relationship between the results of sub-test and information feedback with learning discipline and motivate achievement learning and achievement of probability and statistics at .171, .351 and .685 respectively. With the results of sub-test and information feedback has a relationship with all variables except learning discipline variable.

**Keywords:** Results of Sub-Test and Information Feedback, Motivate Achievement, Learning Discipline, Learning Achievement

การศึกษาผลการประเมินคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา  
รายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่

สุธีรา พลฤกษ์

นิชนันท์ ชัยชนะ

081-1111442, 053-838267

อีเมล: Sutheera@feu.ac.th

Nitchanan@feu.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาผลการประเมินคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษารายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการด้านคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ก่อนเรียนและหลังเรียน วิชาการเป็นผู้ประกอบการ จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ซึ่งเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552 จำนวนทั้งสิ้น 61 คน โดยเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่วนบุคคลของเซเฟ (CEFE) ซึ่งวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 10 ด้าน คือ 1) การแสวงหาโอกาส 2) ความมุ่งมั่น 3) ความมีพันธะต่องาน ความผูกพันและความรับผิดชอบในงาน 4) ความต้องการไฝหาคคุณภาพและประสิทธิภาพ 5) ความกล้าเสี่ยง 6) การตั้งเป้าหมาย 7) การแสวงหาข้อมูล 8) การวางแผน การประเมินอย่างมีระบบ 9) การชักชวน การชี้ชวน การมีเครือข่าย และ 10) ความเชื่อมั่นในตนเอง โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ก่อนการเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ การประเมินคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 10 ด้านของนักศึกษานั้น มีคุณลักษณะอยู่ 9 ด้านที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งคุณลักษณะที่มีระดับสูงสุด คือ การแสวงหาข้อมูล ส่วนคุณลักษณะที่มีระดับน้อยที่สุด คือ ความกล้าเสี่ยง ส่วนผลการวิเคราะห์หลังเรียนพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ 10 ด้านของนักศึกษาอยู่ในระดับที่สูงขึ้นกว่าก่อนเรียน ส่วนด้านความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละด้านจากการเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังจากที่เรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการพบว่า คุณลักษณะแต่ละด้านทั้งก่อนและหลังการเรียนมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

**คำสำคัญ:** ผู้ประกอบการ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

The Study of Personal Entrepreneurial Characteristics Evaluation of Students  
Enrolled in Entrepreneurship Course at The Far Eastern University,  
Chiang Mai Province

Sutheera Pruksakorn  
Nitchanan Chaichana  
081-1111442,053-838267  
E-mail: Sutheera@feu.ac.th  
Nitchanan@feu.ac.th

#### ABSTRACT

The objectives of the research were to examine and to compare entrepreneurial characteristics of the students before and after studying Entrepreneurship course at The Far Eastern University. The subjects, selected by purposive sampling method were 61 students who enrolled in Entrepreneurship course during semester 2 of 2009.

The research instrument was an assessment of entrepreneurial characteristics designed by CEFE (Competency-based Economies through Formation of Enterprises) that measured 10 characteristics of successful entrepreneurs, which were (1) opportunity seeking (2) persistence (3) commitment to work contract (4) demand for quality and efficiency (5) risk taking (6) goal setting (7) systematic planning and monitoring (8) information seeking (9) persuasion and networking and, (10) self confidence. The data was statistically analyzed to determine means, standard deviations and correlations of variances tested by Pearson's correlation analysis.

The result of 10 entrepreneurial characteristics evaluation showed that prior to studying Entrepreneurship course; the 9 desired characteristics were rated at the acceptable level with score more than 15 as measured by the CEFE scale. It indicated that the highest score rated was information seeking, accounted for 17.131, while the lowest was risk taking, accounted for 14.967. When comparing with the post Entrepreneurship study, the scores of 10 characteristics were higher than the previous result with all scores more than 15. The highest score was information seeking, accounted for 19.262, while the lowest was risk taking, accounted for 16.820.



Regarding the correlation among 10 entrepreneurial characteristics, it presented that each desirable characteristic correlated with one another before and after taking Entrepreneurship course at the 1% significant level (P-value). It also showed that the correlation of entrepreneurial characteristic of the students when being compared during the time before and after studying Entrepreneurship were statistically correlated at the 1% significant level (P-value).

**Keyword:** Entrepreneur, Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurship Course, The Far Eastern University

## การค้าอาหารในสังคมไทยสมัยอยุธยาตอนปลาย-สมัยการปฏิรูปประเทศ ข้อเสนอเบื้องต้น

โดม ไกรปกรณ์

081-3762007

อีเมล: Domekra@pim.ac.th

### บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการค้าอาหารในสังคมไทยสมัยอยุธยาตอนปลายถึงสมัยการปฏิรูปประเทศด้วยวิธีการทางประวัติศาสตร์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการค้าอาหารเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคม โดยสภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจในสมัยอยุธยาตอนปลาย-สมัยต้นรัตนโกสินทร์ ทำให้รูปแบบชีวิตของผู้คนเปลี่ยนจากการผลิตแบบพอเพียงชีพที่ผลิตอาหารบริโภคเอง มาเป็นการซื้อหาอาหารเพื่อบริโภคและเกิดธุรกิจการค้าอาหารในตลาดเพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ต่อมาในสมัยปฏิรูปประเทศให้ทันสมัยอย่างตะวันตก ด้วยสภาพการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและกระแสการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมสมัยใหม่ ทำให้ผู้คนในเมืองมีรูปแบบชีวิตที่เร่งรีบตามเวลาทำงานและเกิดวัฒนธรรมการบริโภคสินค้าเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ทางชนชั้นของพวกตน ดังนั้นรูปแบบการค้าอาหารจึงเปลี่ยนแปลงเป็นร้านค้าและแผงลอยที่ค้าอาหารปรุงสำเร็จพร้อมทาน รวมถึงภัตตาคารที่ดูหรูหรา เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้คนในเวลานั้น

**คำสำคัญ:** การค้าอาหาร ประวัติศาสตร์สังคม สมัยอยุธยาตอนปลาย-การปฏิรูปประเทศ

## Food Trade in Thai Society from Late Ayutthaya to the Reformation Period

### : Preliminary Study

Dome Kraipakorn

081-3762007

E-mail: Domekra@pim.ac.th

#### ABSTRACT

This article aims to study the change of food traditional pattern of Thai society at the end of Ayutthaya period to the evolution of county by historical method. To the finding, food tradition was economic activity and the change of society by following social context. With reference to expansive economy, the end of Ayutthaya to the start of Rattanakosin period was the factor to create the change of people' lives. Their lives were changed from sufficient consumers of food to purchase for consumption. This situation created tradition of food business in order to support the situation.

According to the reformative period such as the Western countries, the event of expansion of capitalism economy and the changes to modern society are the factor affecting to be hasty lives by following working hour. Then, it provided food consumptive culture which was identity of people' living level. Hence, the traditional category of food was changed to be fast food shops and kiosks including expensive restaurant in order to support living life and favour of people at that time

**Keywords:** Food Trade, Social History, late Ayutthaya-Reformation Period

ผู้นำเสนอผลงานวิจัย

---

รายชื่อผู้นำเสนอผลงานวิจัย ในการประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 1

รายชื่อบทความวิจัย ห้องบริหารธุรกิจ 1 ห้อง E201 จำนวน 5 เรื่อง  
ประธานห้องบริหารธุรกิจ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวรรณ ตีประเสริฐ

ลำดับ	เวลา	ชื่องานวิจัย	ผู้นำเสนอ	สถาบัน
1	13.00-13.15	อิทธิพลของการตลาดนอกกรอบและหมวก 6 ใบคิด 6 แบบต่อกระบวนการสร้างสรรค์และความสำเร็จของนักสร้างสรรค์โฆษณา	ดร.ประเมษฐ์ กฤตลักษณ์	บริษัทเมอเพียสแอนด์ อาร์ทิส จำกัด
2	13.15-13.30	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่	ผศ. นฤมล พิภูด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่
3	13.30-13.45	การศึกษาคำตัดสินใจของบริษัทตัวแทนโฆษณาในการซื้อสื่อสิ่งพิมพ์กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	นางสาวอรอุมา ศรีสมัย	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
4	13.45-14.00	ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามเกณฑ์คุณภาพเพื่อการค้าเป็นการที่เป็นเลิศ	ดร.เลิศชัย สุธรรมานนท์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
5	14.00-14.15	การเทียบรอยคุณภาพกระบวนการส่งเสริมการตลาดเพื่อการรับเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษา	ดร.ญาณตา นิตินันต์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายชื่อบทความวิจัย ห้องบริหารธุรกิจ 2 ห้อง E204 จำนวน 5 เรื่อง  
 ประธานห้องบริหารธุรกิจ 2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยูร โตสงวน

ลำดับ	เวลา	ชื่องานวิจัย	ผู้นำเสนอ	สถาบัน
1	13.00-13.15	การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสืบสวนงานผ้าทอของชุมชนบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี	นางกรรณิการ์ คำเจียก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2	13.15-13.30	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	นางสาวสุธีรา พงกษกร นางสาวนิชนันท์ ชัยชนะ	มหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น
3	13.30-13.45	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันรถยนต์ภาคสมัครใจของพนักงานเครือข่ายเอกชนขนาดใหญ่	นายฤทธิชัย เทียงธรรม	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
4	13.45-14.00	การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของศูนย์กระจายสินค้าโดยวิธีแบบสองขั้นตอน	นายสมชาย สุขประสงค์ผล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
5	14.00-14.15	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดของผู้ขายเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี	นางสาววิไลสุตา พงษ์เอภาส	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

รายชื่อบทความวิจัย ห้องวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาาสตร์และเทคโนโลยี ห้อง D201 จำนวน 4 เรื่อง  
 ประธานห้องวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาาสตร์และเทคโนโลยี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ ศิริโอฬาร

ลำดับ	เวลา	ชื่องานวิจัย	ผู้นำเสนอ	สถาบัน
1	13.00-13.25	การลดฟองอากาศในจุดบัดกรีบนแผงวงจรพัฒนาประสิทธิภาพโดยให้หลักการออกแบบการทดลอง	นายเกษดา อิ่มทับ ดร.ช่อแก้ว จตุรานนท์ ดร.กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2	13.25-13.50	การลดการเกิดออกไซด์สเกลที่ผิวแหวนรถยนต์ในกระบวนการอบชุบ โดยประยุกต์ใช้เทคนิคการออกแบบการทดลอง	นายสันติน์ โคมารัมย์ ดร.กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล ดร.ช่อแก้ว จตุรานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
3	13.50-14.15	การออกแบบการทดลองเพื่อลดปัญหาครีบบ้านรอยคมตัดของเหล็กเคลือบโครเมียมในกระบวนการตัดแบบหมุนตัด	นายอาทิตย์ รอดเยี่ยม ดร.ช่อแก้ว จตุรานนท์ ดร.กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
4	14.15-14.30	การลดผลิตภัณฑ์บัพพร้อมในกระบวนการการผลิตขวดบรรจุภัณฑ์พลาสติกด้วยการออกแบบการทดลอง	นางสาวลิ้มพิการวี อุปพงศ์ ดร.กฤษดา อัครรุ่งแสงกุล ดร.ช่อแก้ว จตุรานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รายชื่อบทความวิจัย ห้องศิลปศาสตร์และการวิจัยในชั้นเรียน ห้อง D204 จำนวน 3 เรื่อง  
 ประธานห้องศิลปศาสตร์และการวิจัยในชั้นเรียน อาจารย์สาคร สมเสวีรัฐ

ลำดับ	เวลา	ชื่องานวิจัย	ผู้นำเสนอ	สถาบัน
1	13.00-13.30	การใช้กิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาความสามารถทางการเขียนภาษาอังกฤษเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี	นางสาวสิตา ทายะติ	มหาวิทยาลัยพาร์ตัสเทอร์น
2	13.30-14.00	การศึกษานำผลของการทดสอบย่อยและการให้ข้อมูลย้อนกลับวิชาความน่าจะเป็นและสถิติของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะสาสนสนเทศศาสตร์และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.ศรีปทุม	ผศ. อำนาจ วังจิ้น	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
3	14.00-14.30	การคำอาหารในสังคมไทยสมัยอยุธยาตอนปลาย – สมัยการปฏิรูปประเทศ ข้อเสนอเบื้องต้น	ดร.โดม ไกรปกรณ์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



## รายชื่อบทความวิจัยนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้นำเสนอ	สถาบัน
1	การศึกษาผลการประเมินคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา รายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น จ.เซียงไห่	นางสาวสุธีรา พงกษากร นางสาวนิชนันท์ ชัยชนะ	มหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น
2	ศึกษาการมีส่วนร่วมในการกระบวนการผลิตผ้าจากของชุมชนไท-ยวน กรณีศึกษา ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี	นางสาวพัชรินทร์ จิตรโรจนรักษ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร	นางสาวกรรณภรณ์ ชาญยุทธกร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ในตลาดนำอ้อมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	นางสาวธัญญา กาญจนภาส	มหาวิทยาลัยศิลปากร