



เลขที่โครงการวิจัย.....

สวจ.01

แบบเสนอโครงการวิจัย ประจำปี 2562

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค
ในเขตเทศบาลนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

(ภาษาอังกฤษ) Purchase decision Organic Agriculture Products on Social Networks
of Customers in Municipality Nakhonsawan Area, Nakhonsawan Province

หน่วยงาน หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาองค์การ คณะบริหารและการจัดการ

1. ลักษณะโครงการวิจัย

/ โครงการวิจัยใหม่

☐ โครงการวิจัยต่อเนื่องระยะเวลา 2 ปี ปีนี้เป็นปีที่ รหัสโครงการวิจัย

ความสอดคล้องของโครงการวิจัย

1) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

ยุทธศาสตร์การพัฒนากาด เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

2) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.
2560 – 2564)

ส่งเสริมการนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัยองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้
ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมโดยความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ

3) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ

การประยุกต์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

4) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนาจังหวัดนครสวรรค์ ประเด็นการพัฒนาที่ 1 สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยแนวทางการ
พัฒนาแบบเมืองสวรรค์

ผลงานของโครงการนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เชิงนโยบาย (ระบุ)

/ เชิงพาณิชย์ (ระบุ) การนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคม
ออนไลน์ และติดตามผลลัพธ์จากยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์
แปรรูป

☐ เชิงวิชาการ (ระบุ)

/ เชิงพื้นที่ (ระบุ) 1. ดำเนินการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลเมืองนครสวรรค์

2. ดำเนินการศึกษาจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปของ
จังหวัดนครสวรรค์

☐ เชิงสาธารณะ/สังคม (ระบุ)

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

- 1) ผู้รับผิดชอบ (คณะผู้วิจัย บทบาทของนักวิจัยแต่ละคนในการทำวิจัย และสัดส่วนที่ทำการวิจัย (%))

รายละเอียดของหัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) ฤกษ์ธนะ ดาราเรือง

(ภาษาอังกฤษ) KRITSANA DARARUANG

สถานที่ทำงาน คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

โทรศัพท์ / E-mail Address 089-706-1688 kritsana_cpu@hotmail.com

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ หัวหน้าโครงการวิจัย

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย 2 ปี

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (%) 100%

รายละเอียดของผู้ช่วยนักวิจัย (ถ้ามี)

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์ / E-mail Address.....

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ.....

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย.....

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (%)

- 2) ประเภทการวิจัย การวิจัยประยุกต์

- 3) สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย บริหารธุรกิจ

- 4) คำหลัก (Keyword) ของโครงการวิจัย การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูป สื่อสังคมออนไลน์

- 5) ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ปัจจุบันความต้องการสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยมีมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องของสุขภาพและคุณภาพของอาหารที่จะเข้าสู่ร่างกาย และมูลค่าการซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดโลกมีมูลค่าถึง 3 ล้านล้านบาท โดยตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีมูลค่า 2,700 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นการทำตลาดในประเทศ 30% มูลค่า 800 ล้านบาท ทั้งนี้ มูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์ยังมีการเติบโตต่อเนื่องมา กว่า 3 ปี นับจากปี 2557 ซึ่งมูลค่าการซื้อขายภายในประเทศ 500 ล้านบาท และขยายตัวเฉลี่ยปีละ 20% ทุกปี ขณะที่ตลาดต่างประเทศ 70% มูลค่า 1,900 ล้านบาท ซึ่งจากยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ 3 เท่าตัว หรือ 30,000 รายจากปัจจุบัน 10,000 ราย และเพิ่มพื้นที่ปลูกเกษตรอินทรีย์อีก 1 เท่าตัวจาก 300,000 เป็น 600,000 ไร่ทั่วประเทศ เนื่องจากยังเห็นโอกาสทางการค้าที่จะเติบโตในอนาคต ซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทยได้เพิ่มขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 15 กุมภาพันธ์ 2561: <https://www.prachachat.net/economy/news-117391>)

ความคาดหวังในการเพิ่มขีดความสามารถด้านเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564 โดยมีคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

แห่งชาติเป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาซึ่งกำหนด กรอบแนวคิดประกอบด้วย 1) การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ภายใต้พื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2) แนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ 2 แนวทางคือ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นที่เป็นระบบการผลิตเพื่อพึ่งตนเองเป็นหลักและยึดตามวิถีธรรมชาติ และ) การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ได้การรับรองตามมาตรฐาน โดยเน้นการเทียบเคียงมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองที่เท่าเทียมในระดับสากล รวมถึงการสร้างตราสินค้า เกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นที่ยอมรับ 3) การพัฒนาบุคลากรด้านเกษตรอินทรีย์ให้เป็นเกษตรกรปรารถนาดีเรื่องอินทรีย์ (Smart Farmer) และการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ (Smart Enterprise) 4) การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ผลิต ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เกี่ยวกับ ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ 5) การจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ ให้ความสำคัญสมบูรณ์ครอบคลุมทั้งทางด้าน การผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด 6) การวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกด้านเกษตรอินทรีย์ และนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ครอบคลุม การศึกษาและวิจัยปัจจัยการผลิต 7) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเกษตรอินทรีย์ การบริหารจัดการทรัพยากร 8) การสร้างและพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ต่างประเทศ รวมถึงการสร้างระบบตรวจสอบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบ ONE STOP SERVICE 9) การสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ 10) แสวงหาแหล่งทุนเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์และรักษาสภาพความเป็นอินทรีย์ 11) การกำหนดให้มีกลไกกำกับดูแลที่เชื่อมโยงทั้งในระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ อย่างเป็นระบบ (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการสื่อสารในปัจจุบันส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีวิธีการและรูปแบบของการค้าผ่านสังคมออนไลน์หรือที่เรียกกันว่า ธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางในการทำธุรกิจที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง และจากค่านิยมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook Line Instagram จึงเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันนำมาใช้อย่างเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้รายงานมูลค่า E-Commerce ในประเทศไทย ปี 2560 มีมูลค่ากว่า 2,700 ล้านบาท และในปี 2561 มีมูลค่ากว่า 3,150 ล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราการเติบโตของการดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มุ่งการพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรกรตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในการพัฒนาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ตลอดจนการพัฒนาตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปเข้าใจแนวคิดของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูป และปัญหาหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานและการพัฒนาสามารถพัฒนาการดำเนินธุรกิจ การจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

6) วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

6.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ การรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจของโซเชียลคอมเมิร์ซ และการตัดสินใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค

6.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ การรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจของโซเชียลคอมเมิร์ซ และการตัดสินใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค

6.3 เพื่อศึกษาปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปผ่านสื่อสังคมออนไลน์

6.4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปผ่านสื่อสังคมออนไลน์

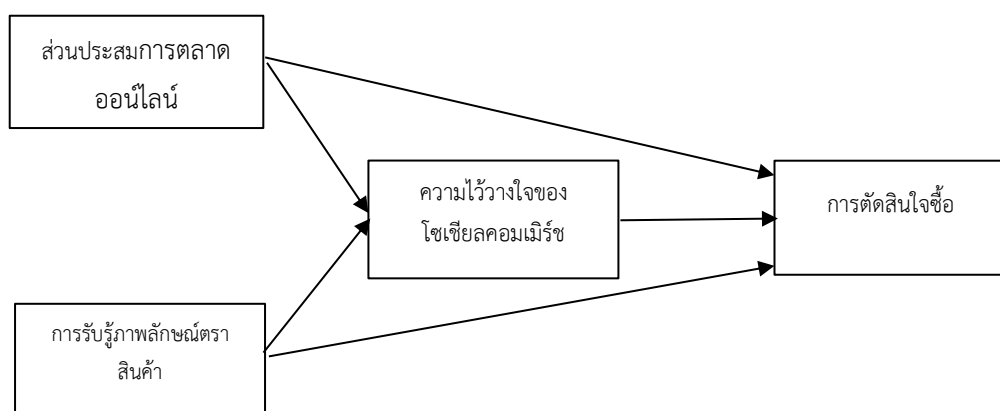
7) ขอบเขตของโครงการวิจัย

7.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

7.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970)

7.1.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปที่จำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 30 ราย

8) ทฤษฎี สมมติฐาน (ถ้ามี) กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความไว้วางใจของโซเซียลคอมเมิร์ซ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า

2. การตัดสินใจซื้อ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความไว้วางใจของโซเซียลคอมเมิร์ซ ในขณะเดียวกันยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยส่งผ่านความไว้วางใจของโซเซียลคอมเมิร์ซ

9) การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมตลอดจนงานวิจัย และวารสารทางวิชาการ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

9.1 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดออนไลน์ 8' P (Chen C-Y. 2006). ประกอบด้วย 1) (ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ความแม่นยำในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Precision) 6) ระบบการชำระเงิน (Payment) 7) การเชื่อมต่อของบุคคล (Personalization) และ 8) การผลักดันการสื่อสารกิจกรรมต่างๆ (Push and Pull)

9.2 ทฤษฎีการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Philip Kotler, 2003; Batey M., 2008) ประกอบด้วย 1) รูปร่างหน้าตาหรือลักษณะภายนอกของสินค้า (Attribute) 2) คุณประโยชน์ที่สามารถจับต้องได้ (Benefit) 3) คุณค่าที่ไม่อาจจะมาสามารถจับต้องได้โดยตรง (Value) 4) วัฒนธรรมตราสินค้าที่แสดงออก (Culture) 5) บุคลิกภาพแสดงถึงผู้ใช้ตราสินค้า (Personality) และ 6) ตราสินค้าสามารถแนะนำลักษณะของผู้บริโภค (User)

9.3 ทฤษฎีความไว้วางใจของโซเชี่ยลคอมเมอร์ซ (Kim & Park, 2013) ประกอบด้วย 1) ชื่อเสียง (Reputation) 2) ขนาด (Size) 3) คุณภาพข้อมูล (Information Quality) 4) ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม (Transaction Safety) 5) การสื่อสาร (Communication) 6) ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ (Economic Feasibility) 7) การบอกต่อ (Word-of-Mouth Referrals)

9.4 ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ (Kotler and Keller, 2012) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) 2) การค้นหาข้อมูล (Information search) 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior)

10) การสืบค้นจากฐานข้อมูลสิทธิบัตร - ไม่มี -

11) เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. 2560. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560 - 2564. กรุงเทพฯ.

ประชาชาติธุรกิจ, 15 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงจาก: <https://www.prachachat.net/economy/news-117391>

Mark Batey. (2008). Brand Meaning, Definitions and Directions, 111

Chen C-Y. (2006). The comparison of structure differences between internet marketing and traditional marketing. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 3 (4): 397-417.

Kotler P. (2003). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. and Keller, K (2012). Marketing Management. Pearson Prentice Hall

Kim, S., & Park, H. (2013). Effects of various characteristics of social commerce on consumers' trust and trust performance. *International Journal of Information Management*, 33(2), 318-332.

12) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น ด้านวิชาการ ด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ด้านสังคมและชุมชน รวมถึงการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ จดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

12.1 ผลของการวิจัยจะทำให้ทราบถึงแนวคิดของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปผ่านสื่อสังคมออนไลน์

12.2 ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงปัญหาการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์และนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปเพื่อยกระดับการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

12.3 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของจังหวัดนครสวรรค์จะศักยภาพในการแข่งขันที่มากขึ้น

13) แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

การถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมายดำเนินการโดยการจัดสนทนากลุ่ม และการวางแผนการพัฒนาทางด้านการพัฒนาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ร่วมกับผู้ประกอบการ

14) วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

14.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Method) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และเชิงพรรณนา (Survey and Descriptive Research Studies)

14.2 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล ดำเนินการในเขตเทศบาลเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

15) ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

ระยะเวลา	วิธีดำเนินการวิจัย	เป้าหมาย
เดือนที่ 1-3	กิจกรรม การทบทวนความสำคัญของปัญหา การพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วัสดุอุปกรณ์ หนังสือ วารสาร บทความวิจัย/บทความวิชาการ	ความสำเร็จของการจัดทำ บทที่ 1 – บทที่ 3 ร้อยละ 100
เดือนที่ 4-5	กิจกรรม พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วัสดุอุปกรณ์ เอกสารประกอบการประชุม, อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	แบบสอบถามการวิจัย
เดือนที่ 6	กิจกรรม ยื่นขอเลขการวิจัยในมนุษย์ วัสดุอุปกรณ์ แบบการยื่นขอเลขจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	ได้รับการอนุมัติ
เดือนที่ 7 -8	กิจกรรม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ วัสดุอุปกรณ์ แบบสัมภาษณ์, แบบบันทึกข้อมูล, อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	- กลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลร้อยละ 90 - ความสำเร็จของการบันทึกข้อมูลจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบสอบถาม ร้อยละ 90
เดือนที่ 9 -10	กิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูล และแปลผล วัสดุอุปกรณ์ แบบสัมภาษณ์, แบบบันทึกข้อมูล, อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	ความสำเร็จของการจัดทำ บทที่ 4 ร้อยละ 100
เดือนที่ 11	กิจกรรม จัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ และการ Focus Group วัสดุอุปกรณ์ แบบสัมภาษณ์, แบบบันทึกข้อมูล, อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	- กลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลร้อยละ 90
เดือนที่ 12	กิจกรรม สรุปผลการวิจัย วัสดุอุปกรณ์ อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	ความสำเร็จของการจัดทำ บทที่ 4 ร้อยละ 100

16) งบประมาณของโครงการวิจัย

รายการ	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าตอบแทน	
1.1 ค่าตอบแทนนักวิจัย (10% ของวงเงินวิจัย ทั้งนี้ไม่เกิน 10,000 บาท)	10,000

รายการ	จำนวนเงิน
1.2 ค่าตอบแทนผู้ช่วยนักวิจัย (ถ้ามี) ผู้ช่วยวิจัย คุณวุฒิปริญญาตรี 1 คน ภารกิจรับผิดชอบ (ปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 20 ชม./สัปดาห์) ดังนี้ - สืบค้นหนังสือ ตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการวิจัย - จัดพิมพ์รายงานวิจัยตามแผนการดำเนินงานของหัวหน้าโครงการฯ - จัดเตรียมเอกสารเพื่อการดำเนินการจัดเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่ม - รวบรวมและบันทึกข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่ม	4,500
2. หมวดค่าใช้จ่าย	
2.1 ค่าเผยแพร่ผลงานวิจัย	6,000
2.2 ค่าแปลภาษาอังกฤษ	4,000
2.3 ค่าขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (3,000 บาท)	3,000
2.4 ค่าจัดสนทนากลุ่ม (12 คนๆ ละ 800 บาท)	9,600
2.5 ค่าเครื่องดื่มอาหารว่าง (12 คน X 50 บาท)	600
2.6 ค่าสำเนาแบบสอบถาม	1,000
2.7 ค่าน้ำมันยานพาหนะการเก็บข้อมูลตามค่าใช้จ่ายจริง	5,000
2.8 ค่าเบี้ยเลี้ยงนักศึกษาเก็บข้อมูล (200 บาท X 2 คน X 15 วัน)	6,000
2.9 ค่าจ้างบันทึกข้อมูล (0.20 บาท X 80 ข้อ X 500 ชุด) เหม่าจ่าย	8,000
2.10 ค่าจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ (30 คน X 400 บาท)	12,000
3. หมวดค่าวัสดุ	
3.1 ค่าวัสดุสำนักงาน กระดาษ หมึกพิมพ์ เครื่องเขียน	3,000
3.2 ค่าจัดทำเล่มวิจัย	3,500
3.3 ค่าหนังสือ ตำรา ถ่ายเอกสาร	4,000
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	80,200

17) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

17.1 ด้านวิชาการได้องค์ความรู้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปจังหวัดนครสวรรค์

17.2 ด้านเศรษฐกิจจากผลการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการผู้ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แปรรูปจังหวัดนครสวรรค์ในการยกระดับการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และนำมาซึ่งรายได้ที่สูงขึ้น

(ลงนาม).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ ดาราเรือง)

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

(ลงนาม).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ ดาราเรือง)

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

เป้าหมาย ผลผลิต ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานโครงการวิจัย

[illegible]

ลำดับ	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ								หมายเหตุ
		ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		
		เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้	เป้าหมาย	ผลที่ได้	
	- จำนวนโครงการ/จำนวนครั้ง - จำนวนผู้ได้รับประโยชน์ (คน/ชุมชน)									
	2.7 ข้อเสนอเชิงนโยบาย/ข้อเสนอเพื่อแก้ไขปัญหา (จำนวนข้อเสนอ)									
	2.8 การนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ที่หน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์มีเอกสารรับรอง (เรื่อง)									
	2.9 อื่น ๆ (ระบุ).....									