

แบบชี้แจงการแก้ไขบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์
การประชุมวิชาการระดับชาติ “ราชภัฏเลยวิชาการ” ครั้งที่ 9

รหัสบทความ ...QR66136

ชื่อบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์ แนวทางการพัฒนาการตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บันจวนอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ชุมชนอย่างยั่งยืน

| ประเด็น | ข้อเสนอแนะจากผู้ประเมิน | | | การแก้ไขของผู้เขียน |
|-----------------------|---|--------------|--------------|--|
| | ผู้ประเมิน 1 | ผู้ประเมิน 2 | ผู้ประเมิน 3 | |
| 1. ชื่อเรื่อง | - | - | - | - |
| 2. บทคัดย่อ | - | - | - | - |
| 3. ความเป็นมาของปัญหา | 1. ความถูกต้องของการพิมพ์ 2. ความถูกต้องของรูปแบบการอ้างอิง 3. ความชัดเจนของปัญหา | - | - | <p>1. ความถูกต้องการพิมพ์และรูปแบบการอ้างอิง</p> <ul style="list-style-type: none"> - จาก (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2561) เป็น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. 2561) - จาก สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม, 2562) เป็น สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม. 2562) <p>2. แก้ไขความชัดเจนของปัญหาเป็นที่เรียบร้อย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดา ประกอบด้วย กระเป๋า พวงกุญแจ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า กระโปรง เสมีอนเป็นตัวแทนของจังหวัดมุกดาหาร แต่ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดากำลังถูกลดเลือน ถดถอยหายไป และขาดการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมทางการตลาดไม่ต่อเนื่อง ทำให้มีผลิตภัณฑ์อื่นเข้ามาแทนที่ <p>จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงเล็งเห็นถึงศักยภาพที่จะพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดา และเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บันจวนอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้กลับมาเป็นที่รู้จักและสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่ไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดาได้</p> |

| | | | | |
|--------------------------|--|---|---|--|
| | | | | อาจสนับสนุนให้เกิดการสร้างอาชีพ และรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นในการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจของจังหวัดได้เป็นอย่างดี |
| 4. วิธีการดำเนินการวิจัย | ขาดเทคนิคการสุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว | การใส่ชื่อเครื่องมือไม่ถูกต้องและมีคำผิดที่ต้องปรับแก้ | - | 1. เทคนิคการสุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว - โดยการใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Accidental or Convenience Sampling) 2. แก้ไขคำผิดเรียบร้อย 3. เปลี่ยน “การประชุมกลุ่มย่อย” เป็น “การสนทนากลุ่ม” |
| 5. ผลการวิจัย | 1.ความถูกต้องของการพิมพ์ 2. ผลการวิจัย ข้อ 1 ไม่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 3.ผลการวิจัยข้อ 2 เป็นการพัฒนาแอปฯหรือไม่ ถ้าเป็นพัฒนาวัตถุประสงค์ข้อ 2 ต้องปรับเป็นเพื่อพัฒนา | ควรมีผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ และระบุผลจากกลุ่มย่อยและประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสะท้อนมุมมองแนวทางการพัฒนาฯ และภาพกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยควบคู่ด้วยจะทำให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และปรับแก้คำผิดในประโยค | - | 1. ผลการศึกษาของนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ - จากข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.30 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.80 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 80 อาศัยอยู่ในจังหวัดมุกดาหาร คิดเป็นร้อยละ 24.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53 ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 29.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.8 - จากข้อมูลลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางพร้อมครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 50.7 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 74.8 มีประสบการณ์ท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.3 ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 56.5 มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 38.3 เลือกซื้อเสื้อผ้าเป็นของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 31.3 - ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บันฐานอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านการจัดจำหน่ายและด้านบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และน้อยที่สุด |

| | | | | |
|-------------------|---|---|---|--|
| | | | | <p>คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านตำแหน่งและด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.26</p> <p>2. ผลจากกลุ่มย่อย ผลการวิเคราะห์จากการสนทนากลุ่ม - ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดา ได้รับความนิยมนเฉพาะกลุ่ม ยังไม่เป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว ลวดลายผ้ายังไม่เด่นชัด ทำให้ความเน้นอัตลักษณ์ยังไม่มีโดดเด่น จากการประชุมกลุ่มย่อยพบว่าควรสร้าง Story ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้มีความหลากหลาย เนื่องจากมีเพียงผืนผ้าและแปรรูปเป็นผ้าชิ้นตัดเป็นเสื้อและชุดกระโปรงเท่านั้น มีการประชาสัมพันธ์เพียงการออกบูชขายผลิตภัณฑ์ในสถานที่ต่างๆ หรืองานเทศกาลผ้าในโอกาสสำคัญต่างๆ</p> <p>3. การประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิเคราะห์จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ - จากการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหมลายแก้วมุกดา พบว่า ปัจจุบันมีการสั่งทอเป็นผืนผ้าเพื่อนำมาตัดเป็นเสื้อผ้า ชุดกระโปรง หรือผ้าชิ้น ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น แต่ยังคงไม่ทั่วถึงนักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากมีเพียงชาวจังหวัดมุกดาหารสวมใส่สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เท่านั้น และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น</p> <p>4. ปรับแก้คำผิดเป็นที่เรียบร้อย</p> |
| 6. อภิปรายผล | - | - | - | - |
| 7. สรุปผลการวิจัย | สรุปประเด็นและสาระสำคัญให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ | - | - | <p>สรุปประเด็นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ - แนวทางการพัฒนาการตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บนฐานอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่นได้อีกด้วย เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเท่านั้น คือ การสร้างแอปพลิเคชัน “แก้วมุกดา” ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของ</p> |

| | | | | |
|------------------|------------------|---|---|---|
| | | | | ที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บันฐานอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา ซึ่งภายในแอปพลิเคชัน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกลายแก้วมุกดาหมวดต่างๆ การแจ้งเตือนกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง รวมถึงการแนะนำเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าไหม OTOP นวัตกรรม บันฐานอัตลักษณ์ลายแก้วมุกดา ช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ ข้อมูลการเดินทางมายังจังหวัดมุกดาหารและแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกลายแก้วมุกดา |
| 8. ข้อเสนอแนะ | - | - | - | - |
| 9. เอกสารอ้างอิง | รูปแบบการอ้างอิง | - | - | <p>แก้ไขรูปแบบการอ้างอิงที่เป็นที่เรียบร้อย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2561). การรณรงค์ส่งเสริมการใช้ “ผ้าไทย” มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. (ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพระบรมราชูปถัมภ์. - ปณิตา จารุกุลวรากร, วิชระ ยี่สุนเทศ และชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ. (2563). การพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรทางออนไลน์. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์. 12(1), 13-24. - สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562). ผ้าไหมลายแก้วมุกดา. สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . <https://www.qsds.go.th/silkcotton/k_17.php >. (สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563). - อัจฉาพร กว้างสวาสดี และอังคณา จัดตามาศ. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อป. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 17(1), 20-28. - Huang, SCL., Wang, CY. & Yan, YR. (2020). Motivational Typology of Online Food Souvenir Shoppers and Their Travel-Related Intentions. Sustainability. 12(18), 1-12. |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | - Sakkopoulos, E., Paschou, M., Panagis, Y. Kanellopoulos, D. Eftaxias, G. & Tsakalidis, A. (2015). e-souvenir appification: QoS web based media delivery for museum apps. Electronic commerce research . 15(1), 5-24. |
|--|--|--|--|---|

ลงชื่อ.....
 (นางสาวธัญสุดา ช่อวงศ์)
 ผู้เขียนบทความ

หมายเหตุ

1. ในบทความฉบับแก้ไข ขอให้ระบุ ชื่อ – สกุล สถานะ และสังกัด ผู้เขียนบทความให้ชัดเจน
2. หากบทความเรื่องใดมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ขอให้ระบุผู้แต่งหลักโดยใส่เครื่องหมาย (*) ท้ายสกุล บุคคลนั้น หากไม่ระบุจะถือว่าเป็นผู้แต่งหลักร่วมกัน