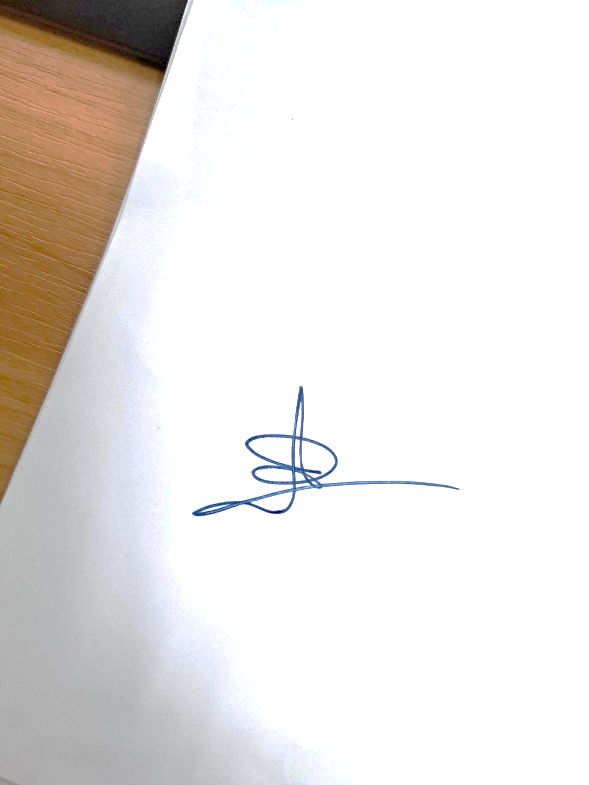
**แบบชี้แจงการแก้ไขบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์**

**การประชุมวิชาการระดับชาติ “ราชภัฏเลยวิชาการ” ครั้งที่ 9**

**รหัสบทความ** ..........66160....................................

**ชื่อบทความวิจัย** ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ประเด็น** | **ข้อเสนอแนะจากผู้ประเมิน** | | | **การแก้ไขของผู้เขียน** |
| **ผู้ประเมิน 1** | **ผู้ประเมิน 2** | **ผู้ประเมิน 3** |
| 1. ชื่อเรื่อง | / | decision - making process |  | ปรับชื่อเรื่องภาษาอังกฤษตามข้อเสนอแนะผู้ทรง |
| 2. บทคัดย่อ | บทคัดย่อ บรรทัดที่ 4-7 ...พบว่า ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง  อายุ21 – 30 ปีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20,000 บาท ใช้เวลาในการดูสินค้าออนไลน์เฉลี่ยโดยเฉลี่ยวันละ 1 – 3 ชั่วโมง  ความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยที่สุด โทรศัพท์และช่องทางที่สั่งซื้อออนไลน์บ่อยที่สุด Facebook... ไม่มีผลการวิจัย | add key words |  | -ตัดผลการวิจัยประเด็นข้อมูลทั่วไปและข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคออกตามข้อเสนอแนะผู้ทรง  - เพิ่ม คำสำคัญ และKew word |
| 3. ความเป็นมาของปัญหา | - | - |  | - |
| 4. วิธีการดำเนินการวิจัย | 1.วิธีดำเนินการวิจัย  1.1 ข้อ 2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ควรเป็น  ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์  1.2 ข้อ 2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ไม่ใช่ จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ใน 4 จังหวัด แต่ควรจะเป็นจำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย ตามข้อ 2.1 ดังนั้นข้อ 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3 และตารางที่ 1 ก็ไม่น่าจะถูกต้อง  2.เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล  2.1 บอกว่ามี 4 ตอน แต่มีแค่ 3 ตอน  2.2 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ควรเป็น ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  2.3 ตอนที่ 1...ลูกค้าใช้เวลาในการดูสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง ความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ต่อเดือน อุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้า ออนไลน์บ่อยที่สุด และช่องทางที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์... ไม่น่าจะเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ควรจะเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือของผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า  3.การเก็บรวบรวมข้อมูล การทำวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ แต่ควรจะเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์มากกว่า เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อเรื่อง  4.การวิเคราะห์ข้อมูล มี 5 ตอน ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและผลการวิจัย ดังนั้นควรแก้ไขให้สอดคล้องกัน | - |  | 1.วิธีดำเนินการวิจัย  -เพิ่มข้อความ “ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์” ตามข้อเสนอแนะ  -แก้ไขหัวข้อประชากร (Population) เป็นจำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยตามข้อเสนอแนะ  -เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แก้เป็น 3 ตอน  -แก้ไข ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตัดประเด็นข้อคำถามที่ไม่เกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบออก ได้แก่ ลูกค้าใช้เวลาในการดูสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ยวันละกี่ชั่วโมง ความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ต่อเดือน อุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้า ออนไลน์บ่อยที่สุด และช่องทางที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์... ไม่น่าจะเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ควรจะเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภค ตามข้อเสนอแนะ  -เพิ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบ Online ตามข้อเสนอแนะผู้ทรง  -แกไขการวิเคราะห์ข้อมูล มี 4 ตอน |
| 5. ผลการวิจัย | 1.ผลการวิจัย หน้า 7 ย่อหน้าที่ 3 ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์การมีกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยรวม (TBDP)... (ตาราง 31)...ปรากฏผลดังตาราง 31 ซึ่งบทความนี้ไม่มีตารางที่ 31 น่าจะเป็น ตารางที่ 3 มากกว่า  2.ผลการวิจัย ไม่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูล (มี 5 ตอน) ควรแก้ไขให้สอดคล้องกัน  3.คำอธิบายใต้ตารางที่ 3 จากตาราง 3 พบว่า...จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 ถึง 6 ซึ่งบทความนี้ไม่ได้กล่าวถึงสมมุติฐานการวิจัยเลย ถ้าดูจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย ก็มีสมมุติฐานการวิจัยแค่ 2 ข้อ เท่านั้น  4.ตารางที่ 3 ชื่อตารางไม่สอดคล้องกับหัวตาราง ชื่อเรื่อง และวัตถุประสงค์ของการวิจัย ควรปรับให้สอดคล้องกัน เพื่อไม่ให้ผู้อ่านสับสน  ชื่อตาราง: เป็น การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอย กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยรวม ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ออนไลน์ใน เขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์  หัวตาราง: เป็น กลยุทธ์การตลาดอินเตอร์เน็ต  ชื่อเรื่อง: เป็น ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์  วัตถุประสงค์ของการวิจัย: ข้อ 1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ | - |  | -แก้ไขผลการวิจัย หน้า 7 ย่อหน้าที่ 3 จาก ตารางที่ 31 เป็น ตารางที่ 3  -ปรับแก้ผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามข้อเสนอแนะ  -เพิ่มเติมสมมุติฐานการวิจัยตามข้อเสนอแนะ  -แก้ไขชื่อตารางให้สอดคล้องกับหัวตาราง ชื่อเรื่อง และวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็น ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ |
| 6. อภิปรายผล | อภิปรายผล ควรแยกออกเป็นข้อๆ และอภปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย | - |  | -ปรับแยกการอภิปรายผล |
| 7. สรุปผลการวิจัย | สรุปผลการวิจัย ไม่สอดคล้องกับบทคัดย่อ วัตถุประสงค์ของการวิจัย และผลการวิจัย | - |  | -แก้ไขในส่วนของผลการวิจัยให้อ่านและเข้าใจและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยมากขึ้น |
| 8. ข้อเสนอแนะ | 1.ข้อเสนอแนะ ข้อ 1.1-1.6 จาก ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์... ควรเป็น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์... มากกว่า  2.ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป  2.1 ข้อ 2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยอาจใช้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วประเทศไทย ควรเป็น 2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยอาจใช้ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วประเทศไทย  2.2 ข้อ 2.2 ควรศึกษาตัวแปรกลางอื่น... และข้อ 2.3 ควรศึกษาตัวแปรกลางอื่น ๆ... ตัวแปรกลาง หมายถึงอะไร? หมายถึง ตัวแปรคั่นกลาง ใช่หรือไม่?  2.3 ข้อ 2.4 ควรศึกษา...จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรค...ปัญหาและอุปสรรคไม่มีจุดแข็ง มีแต่จุดอ่อน | - |  | -แก้ไขจาก ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์... ควรเป็น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ออนไลน์ในเขตจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ตามข้อเสอนแนะ  -ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป  เพิ่มเติม “ ควรมีการศึกษาผลกระทบการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยอาจใช้ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วประเทศไทย  ข้อ 2.2 เพิ่มชื่อตัวแปรในการวัด และตัดข้อ 2.3 ออกซ้ำกับ 2.2  ข้อ 2.4 แก้เป็น 2.3 และปรับการเขียนในการเป็นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปให้ชัดเจนขึ้น |
| 9. เอกสารอ้างอิง | 1. ไม่มีอ้างอิงในเนื้อหา แต่มีเอกสารอ้างอิง ดังนั้นควรตัดออก ได้แก่  ชูชัย เทียนแท้ม, (2563). ChatStick เครื่องมือเพื่อสร้างแบรนด์อาวุธของการสร้างแบรนด์ในยุค 4.0. <https://www.facebook.com/ChatStick.TH/videos/chatstick/80/299149704371237/>  ชเนตตี พุ่มพฤกษ์ และนันทนิธิ์ เอิบอิ่ม. (2564). การตลาดอัตโนมัติ : เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจสำหรับนักการตลาดยุคดิจิทัล. ปีที่ 23 เล่มที่ 1. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์,  ชัชยา ศรีจันทรากูล. (2563). อิทธิพลของการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพ วิดีโอ และ อุปกรณ์เสริมของผู้บริโภค. วารสารสมาคม นักวิจัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.  2. มีอ้างอิงในเนื้อหา แต่ไม่มีเอกสารอ้างอิง ดังนั้นควรเพิ่ม เช่น  2.1 (ธเนตร์ตรีรัตนเรืองยศ. 2564 : เว็บไซต์)  2.2 (ชูชัย เทียนแท้ม, 2563 : เว็บไซต์)  2.3 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563 : เว็บไซต์)  2.4 Aaker Kumar และ Day (2001)  3. อ้างอิงในเนื้อหา หน้า 7 บรรทัดที่ 3 (Lee, Lee and Lee. 2000 : 740) มี Lee 3 คน  ไม่สอดคล้องกับรายการอ้างอิง Lee, M. and Lee, S. (2000) มี Lee 2 คน  4. ตรวจสอบการเขียนเอกสารอ้างอิงให้ถูกต้องตามที่กำหนด |  |  | -ตัดชื่อ ชัชยา ศรีจันทรากูล.  -เพิ่มชื่ออ้างอิงในเนื้อหา ได้แก่  ชูชัย เทียนแท้ม, 2563 : เว็บไซต์)  กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563 : เว็บไซต์)  Aaker Kumar และ Day (2001)  -แก้ไขชื่อ Lee, M. and Lee, S. (2000)  -ปรับแก้ไขและตรวจสอบการเขียนเอกสารอ้างอิงให้ถูกต้องตามที่กำหนดตามข้อเสนอแนะผู้ทรงเรียบร้อย |



ลงชื่อ………………………………………………….

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทร์ อินอุ่นโชติ)

# ผู้เขียนบทความ

**หมายเหตุ**

1. ในบทความฉบับแก้ไข ขอให้ระบุ ชื่อ – สกุล สถานะ และสังกัด ผู้เขียนบทความให้ชัดเจน

2. หากบทความเรื่องใดมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ขอให้ระบุผู้แต่งหลักโดยใส่เครื่องหมาย (\*) ท้ายสกุล บุคคลนั้น หากไม่ระบุจะถือว่าเป็นผู้แต่งหลักร่วมกัน