

ใบตรวจสอบการนำเสนอชื่อเข้าสภาวิชาการ

ชื่อ-สกุล น.ส. ปิยนุช เถ่งชัยภูมิ รหัสนักศึกษา 026450442210-8

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ คณะ บริหารธุรกิจ = เทคโนโลยีสารสนเทศ

แผน ก แบบ ก1

แผน ก แบบ ก2

แผน ข

เอกสาร	มี/ไม่มี	หมายเหตุ/เงื่อนไข	หมายเหตุ
ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ว่าด้วย การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2561			
1. ระยะเวลาศึกษา เข้าศึกษา ปีการศึกษา <u>2564</u> สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา <u>3/2565</u>		ไม่เกิน 5 ปีการศึกษา	
2. มีความรู้ภาษาอังกฤษผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (แสดงหลักฐาน เช่น ผลการสอบ ทรานสคริป)		ลงทะเบียนเรียน ภาษาอังกฤษสำหรับ บัณฑิตศึกษา 1/2564	
3. ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามหลักสูตรที่กำหนด กำหนด <u>30</u> หน่วยกิต ศึกษาได้ <u>36</u> หน่วยกิต			
4. เกรดเฉลี่ย <u>4.00</u> (มีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00)			
5. การสอบ			
5.1 แผน ก แบบก1			
5.1.1 สอบวัดคุณสมบัติ (หลักฐาน)			
5.1.2 สอบผ่านหัวข้อและเค้าโครง (หลักฐาน)			
5.1.3 สอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้าย (หลักฐาน)			
5.2 แผน ก แบบ ก2			
5.2.1 สอบผ่านประมวลความรู้ (หลักฐาน)			
5.2.2 สอบผ่านหัวข้อและเค้าโครง (หลักฐาน)			
5.2.3 สอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้าย(หลักฐาน)			
5.3 แผน ข			
5.3.1 สอบผ่านประมวลความรู้ (หลักฐาน)			
5.3.2 สอบหัวข้อและเค้าโครงการค้นคว้าอิสระ (หลักฐาน)			
การศึกษาค้นคว้าอิสระ			
5.3.3 สอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้าย(หลักฐาน)			
6.ผลงาน			
6.1 แผน ก แบบก1			
ผลงานวิทยานิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยดำเนินการ ให้ผลงานหรือส่วนหนึ่งของผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ใน วารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพ วพ.03(หลักฐาน)			

เอกสาร	มี/ไม่มี	หมายเหตุ/เงื่อนไข	หมายเหตุ
6.2 แผน ก แบบ ก2 ผลงานวิทยานิพนธ์ต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อย ดำเนินการให้ผลงานหรือส่วนหนึ่งของผลงานได้รับการยอมรับให้ ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่มีคุณภาพ หรือเสนอ ต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานสืบเนื่อง (proceedings) ที่ได้ มาตรฐาน วพ.03 (หลักฐาน)			
6.3 แผน ข ผลงานการศึกษาอิสระต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยดำเนินการให้ผลงานหรือส่วนหนึ่งของ ผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ ทางวิชาการ หรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงาน การประชุม (Proceeding) วพ.03 ที่ได้มาตรฐาน (หลักฐาน)			
7. ใบรับรองวิทยานิพนธ์ (หลักฐาน)			
ส่งเล่มวิทยานิพนธ์(วพ.02) ***ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ว่าด้วย การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2561 ข้อที่ 43.1 ในกรณีสอบผ่านแต่ต้องมีการแก้ไขให้มีบันทึก ประเด็นหรือรายการที่ต้องแก้ไข พร้อมทั้งมีการอธิบาย ชี้แจงให้ผู้เข้าสอบรับทราบ <u>ทั้งนี้ผู้เข้าสอบต้องแก้ไขให้ แล้วเสร็จ และคณะกรรมการสอบให้ความเห็นชอบ ภายใน 60 วันนับจากวันสอบ</u> หากไม่สามารถดำเนินการ ได้ทันตามกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าไม่ผ่านในการสอบครั้ง นั้น ให้คณะกรรมการสอบรายงานผลขั้นสุดท้ายต่อคณบดี			
8. การสำเร็จการศึกษา			
8.1 คำร้องสำเร็จการศึกษา	มี	ผู้สำเร็จการศึกษาต้องยื่นต่อ คณะล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนวันสิ้นภาคการศึกษา ที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา นั้น	

ผลการตรวจสอบ ผ่าน ไม่ผ่านต้องแก้ไข

ผู้ให้ข้อมูล.....

(.....)

เจ้าหน้าที่คณะ/สถาบัน/สำนักวิชา

ผู้ตรวจสอบ.....

(.....)

แบบแสดงหลักฐานการมีส่วนร่วมในผลงานวิชาการ

บทความวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่ตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ร่วมงาน จำนวน ๒ คน

ชื่อผู้ร่วมงาน	ปริมาณงานร้อยละ/บทบาทและหน้าที่
๑. นางสาวปิยนุช แดงชัยภูมิ	ร้อยละ ๕๐ บทบาทและหน้าที่ วางแผนการทำวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย
๒. ดร.อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี	ร้อยละ ๕๐ บทบาทและหน้าที่ ที่ปรึกษาหลัก วางแผนการทำวิจัย การตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ผลและการสรุปผล

น



ดร.อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี
(อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ)



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
43 หมู่ที่ 6 ต.บางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110

ใบแสดงผลการศึกษา

คณะ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ชื่อ : นางสาวปิยนุช แดงชัยภูมิ

รหัสนักศึกษา : 026450442210-8

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ)

แขนงวิชา : -

วันเกิด : 08 กุมภาพันธ์ 2526

วันที่เข้าศึกษา : 05 กรกฎาคม 2564

วันที่สำเร็จการศึกษา : -

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	เกรด	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	เกรด
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564							
0414001	ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา	0	S				
0414002	ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์	0	S				
0414511	เศรษฐศาสตร์จุลภาคประยุกต์	3	A				
0414512	เศรษฐศาสตร์มหภาคประยุกต์	3	A				
0414513	เศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการสมัยใหม่	3	A				
ลงทะเบียน 9 หน่วยกิต สอบได้ 9 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564							
0414514	วิธีวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ	3	A				
0414515	เศรษฐศาสตร์นวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ	3	A				
0414516	สัมมนาปฏิบัติการทางเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ	3	A				
0414629	การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานทางธุรกิจเกษตร	3	A				
ลงทะเบียน 12 หน่วยกิต สอบได้ 12 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565							
0414621	เศรษฐศาสตร์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร	3	A				
0414622	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ	3	A				
0414626	การจัดการด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการเกษตร	3	A				
ลงทะเบียน 9 หน่วยกิต สอบได้ 9 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ลงทะเบียนสะสม 30 หน่วยกิต สอบได้สะสม 30 หน่วยกิต							
เกรดเฉลี่ยสะสม 4.00 หน่วยกิตรวม 30 ³¹ ₂₆ ¹ ₁							
(นางสาวปิยนุช แดงชัยภูมิ)							

ผู้สำเร็จการศึกษา จะต้องได้จำนวนหน่วยกิตสะสมอย่างน้อย 36 หน่วยกิต และเกรดเฉลี่ยสะสมต้องได้อย่างน้อย 3.00

หน่วยกิตสะสมที่ได้ถึงปัจจุบัน 30 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ยสะสมถึงปัจจุบัน 4.00

นายทะเบียน

(นางลำพึง สิทธิคำ)

วันที่ออกเอกสาร : 8 กุมภาพันธ์ 2566

เอกสารนี้จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อมีตราประทับของสถาบัน



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

43 หมู่ที่ 6 ต.บางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110

(มหาวิทยาลัยของรัฐ)

ใบแสดงผลการศึกษา

คณะ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ชื่อ : นางสาวปิยนุช แดงชัยภูมิ

วันเกิด : 08 กุมภาพันธ์ 2526

รหัสนักศึกษา : 026450442210-8

วันที่เข้าศึกษา : 05 กรกฎาคม 2564

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ)

วันที่สำเร็จการศึกษา : -

แขนงวิชา : -

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	เกรด	รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	เกรด
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564							
0414001	ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา	0	S				
0414002	ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์	0	S				
0414511	เศรษฐศาสตร์จุลภาคประยุกต์	3	A				
0414512	เศรษฐศาสตร์มหภาคประยุกต์	3	A				
0414513	เศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการสมัยใหม่	3	A				
ลงทะเบียน 9 หน่วยกิต สอบได้ 9 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564							
0414514	วิจัยทางเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ	3	A				
0414515	เศรษฐศาสตร์นวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ	3	A				
0414516	สัมมนาปฏิบัติการทางเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ	3	A				
0414629	การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานทางธุรกิจเกษตร	3	A				
ลงทะเบียน 12 หน่วยกิต สอบได้ 12 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565							
0414621	เศรษฐศาสตร์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร	3	A				
0414622	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ	3	A				
0414626	การจัดการด้านการเงินสำหรับธุรกิจเกษตร	3	A				
ลงทะเบียน 9 หน่วยกิต สอบได้ 9 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 4.00							
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565							
0414632	การค้นคว้าอิสระ	6	P				
ลงทะเบียน 6 หน่วยกิต สอบได้ 6 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ย 0.00							

ลงทะเบียนสะสม 36 หน่วยกิต สอบได้สะสม 36 หน่วยกิต							
เกรดเฉลี่ยสะสม 4.00 หน่วยกิตรวม 36							
ชื่อสารนิพนธ์ :							
การศึกษาพฤติกรรมซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์							
ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร							

ผู้สำเร็จการศึกษา จะต้องได้จำนวนหน่วยกิตสะสมอย่างน้อย 36 หน่วยกิต และเกรดเฉลี่ยสะสมต้องได้อย่างน้อย 3.00

หน่วยกิตสะสมที่ได้ถึงปัจจุบัน 36 หน่วยกิต เกรดเฉลี่ยสะสมถึงปัจจุบัน 4.00

นายทะเบียน

(นางลำพึง สีทองคำ)

วันที่ออกเอกสาร : 8 มิถุนายน 2566

เอกสารนี้จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อมีตราประทับของสถาบัน



RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY TAWAN-OK

43 Moo 6 Bang Phra, Sri Racha, Chon Buri, 20110 Thailand

(Public University)

Official Transcript of Record

Faculty of Business Administration And Information Technology

Name : MS. PIYANUT TAENGCHAIYAPHUM

Date of Birth : 08 February 1983

Student ID : 026450442210-8

Date of Admission : 05 July 2021

Degree : Master of Economics (Entrepreneurial Economics)

Date of Graduation : -

Major : -

Code	Title	Credits	Grade	Code	Title	Credits	Grade
First Semester 2021 - 2022				Independent Study Name :			
0414001	English for Graduated Studies	0	S	Behavior Through Online Channels After The COVID-19 Situation in Bangkok			
0414002	Economics Theory	0	S				
0414511	Applied Microeconomics	3	A				
0414512	Applied Macroeconomics	3	A				
0414513	Economics for Modern Management	3	A				
Registered Credits 9 Earned Credits 9 GPS. 4.00							
Second Semester 2021 - 2022							
0414514	Research Methods in Entrepreneurial Economics	3	A				
0414515	Innovative Economics for Entrepreneurs	3	A				
0414516	Seminar in Entrepreneurial Economics	3	A				
0414629	Logistics and Supply Chain Management in Agribusiness	3	A				
Registered Credits 12 Earned Credits 12 GPS. 4.00							
First Semester 2022 - 2023							
0414621	Marketing Economics for Agricultural Business Entrepreneurs	3	A				
0414622	International Agribusiness Economics	3	A				
0414626	Financial Management for Agribusiness	3	A				
Registered Credits 9 Earned Credits 9 GPS. 4.00							
Second Semester 2022 - 2023							
0414632	Independent Study	6	P				
Registered Credits 6 Earned Credits 6 GPS. 0.00							

Total Registered Credits 36 Total Earned Credits 36							
GPA 4.00 Total Credits 36							

A minimum of 36 credits and a cumulative GPA of 3.00 are required for graduation.

Total Credits Earned 36 Cumulative Grade Point Average 4.00

Registrar


(Mrs. Lampueng Sithongkum)

Date issued : 8 June 2023

Not valid without seal

REPORT FOR GRADUATE VERIFICATION of Summer Semester 2022 - 2023
CHAKRAPONG PHUVANARTH CAMPUS
Faculty of Business Administration And Information Technology
Department of


ใบพิจารณาสำเร็จการศึกษา
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ภัทร พิษณุมฤตม์




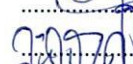
Name : MS. Piyanut Taengchaiyaphum
 ID : 026450442210-8
 Degree : Master of Economics (Entrepreneurial Economics)
 Major : -

Date of Birth : 08 February 1983
 Date of Admission : 05 July 2021

ตรวจสอบวุฒิ [/] ผ่าน [] ไม่ผ่าน

First Semester 2021 - 2022		
0414001	English for Graduated Studies	0 S
0414002	Economics Theory	0 S
0414511	Applied Microeconomics	3 A
0414512	Applied Macroeconomics	3 A
0414513	Economics for Modern Management	3 A
Reg.Cr 9	Earn Cr 9	GPS. 4.00
Second Semester 2021 - 2022		
0414514	Research Methods in Entrepreneurial Economics	3 A
0414515	Innovative Economics for Entrepreneurs	3 A
0414516	Seminar in Entrepreneurial Economics	3 A
0414629	Logistics and Supply Chain Management in Agribusiness	3 A
Reg.Cr 12	Earn Cr 12	GPS. 4.00
First Semester 2022 - 2023		
0414621	Marketing Economics for Agricultural Business Entrepre	3 A
0414622	International Agribusiness Economics	3 A
0414626	Financial Management for Agribusiness	3 A
Reg.Cr 9	Earn Cr 9	GPS. 4.00
Second Semester 2022 - 2023		
0414632	Independent Study	6 P
Reg.Cr 6	Earn Cr 6	GPS. 0.00
All Reg. 36	All Earn 36	GPA 4.00
Total Cr 36		

<input checked="" type="checkbox"/>	จบ
<input checked="" type="checkbox"/>	ไม่จบ
 7 / 1 / 2566	

Master of Grading Diviso
Chairman of the Advisory Committee
Chairman of the Program Committee
Dean/Director
 7 / 1 / 2566

REPORT FOR GRADUATE VERIFICATION of Summer Semester 2022 - 2023
CHAKRAPONG PHUVANARTH CAMPUS
Faculty of Business Administration And Information Technology
Department of

ใบตรวจสอบสำเร็จการศึกษา
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณชภัทร พิษณุมฤตม์

Name : MS. Piyanut Taengchaiyaphum นางสาวปิยนุช แต่งชัยภูมิ
 026450442210-8

Date of Birth : 08 February 1983 : 08 กุมภาพันธ์ 2526

ตรวจสอบวุฒิ ผ่าน ไม่ผ่าน

Degree : Master of Economics (Entrepreneurial Economics)

Date of Admission : 05 July 2021

Major : -

First Semester 2021 - 2022

0414001	English for Graduated Studies	0	S
0414002	Economics Theory	0	S
0414511	Applied Microeconomics	3	A
0414512	Applied Macroeconomics	3	A
0414513	Economics for Modern Management	3	A

Reg.Cr 9 Earn Cr 9 GPS. 4.00

Second Semester 2021 - 2022

0414514	Research Methods in Entrepreneurial Economics	3	A
0414515	Innovative Economics for Entrepreneurs	3	A
0414516	Seminar in Entrepreneurial Economics	3	A
0414629	Logistics and Supply Chain Management in Agribusiness	3	A

Reg.Cr 12 Earn Cr 12 GPS. 4.00

First Semester 2022 - 2023

0414621	Marketing Economics for Agricultural Business Entrep	3	A
0414622	International Agribusiness Economics	3	A
0414626	Financial Management for Agribusiness	3	A

Reg.Cr 9 Earn Cr 9 GPS. 4.00

Second Semester 2022 - 2023

0414632	Independent Study	6	P
---------	-------------------	---	---

Reg.Cr 6 Earn Cr 6 GPS. 0.00

All Reg. 36 All Earn 36 GPA 4.00

COMPLETE

INCOMPLETE

ปิยนุชStudent

Chairman of the Advisory Committee

Chairman of the Program Committee

2 / ๗ / 2566

7 / ๗ / 2566



บัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

คำร้องขอสอบประมวลความรู้/สอบวัดคุณสมบัติ

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) ปิยนุช นามสกุล แดงชัยภูมิ
 นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก1 แผน ก แบบ ก2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ

รหัสประจำตัว 026450442210-8 สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ (รหัสสาขา)

เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ 0894233069

มีความประสงค์จะขอสอบ ประมวลความรู้ สอบวัดคุณสมบัติ
 สอบแบบ ข้อเขียน สอบปากเปล่า ข้อเขียนและสอบปากเปล่า

โดยมีคณะกรรมการสอบ ดังนี้

ประธานกรรมการ	ชื่อ-สกุลอาจารย์ พร้อมตำแหน่งวิชาการ	ลงนาม	วัน/เดือน/ปี
กรรมการ	อาจารย์อัมภินิ์ ลาภสมบูรณ์ดี	<i>[Signature]</i>	30 / 11 / 2565
กรรมการ	รศ.ดร.พัชรี พยากรไศยภิต	<i>[Signature]</i>	1 / 8-9 / 2565
กรรมการ
กรรมการและเลขานุการ	อาจารย์ดน้อยถุต อินทุฤทธิ์	<i>[Signature]</i>	30 / 11 / 2565
ลายมือชื่อนักศึกษา	นางสาวปิยนุช แดงชัยภูมิ	<i>[Signature]</i>	27 / 11 / 2565

ความเห็นประธานกรรมการที่ปรึกษาทั่วไป/ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

ความเห็นประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

เห็นชอบ
 ลงนาม
 (อัมภินิ์ ลาภสมบูรณ์ดี)
 1 / 8-9 / 2565

เห็นชอบ
 ลงนาม
 (อัมภินิ์ ลาภสมบูรณ์ดี)
 30 / 11 / 2565

สำหรับเจ้าหน้าที่

① เรียน คณบดี

② อนุมัติ

นักศึกษามีคุณสมบัติครบที่จะสอบได้เห็นควร

อนุมัติ

ลงนาม
 (อ.อ. วัชรินทร์ งามชูชีพ)
 6 / 10.1. / 65

ลงนาม
 (นางสาวละอองศรี เทนิียงแจ่ม)
 คณะศึกษานิเทศศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

กำหนดวันสอบ (ให้สอบภายใน 1 เดือน หลังจากคณบดีแต่งตั้งผู้แทนบัณฑิตศึกษา)

วันที่ เวลา น. ถึง น. ห้อง

อาคาร คณะ



ประกาศคณะกรรมการบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
เรื่อง ผลการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)
ครั้งที่ ๑ ประจำปีภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๕

ตามที่คณะกรรมการบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศได้กำหนดจัดสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination) สำหรับนักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ผู้ประกอบการ (หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๔) ในระหว่างวันที่ ๑๗ - ๑๘ ธันวาคม ๒๕๖๕ ณ อาคาร ๖ ห้อง ๖๓๑๕ เขตพื้นที่จักรพงษ์อนุารณ กรุงเทพมหานคร

เพื่อให้การดำเนินการสอบเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเหมาะสม คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงขอประกาศผลการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination) สำหรับหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ (หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๔) ครั้งที่ ๑ ประจำปีภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๕ (ตามบัญชีรายชื่อแนบท้ายประกาศ)

จึงประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๓ มกราคม ๒๕๖๖

ลลองศรี เหนียงแจ่ม

(นางสาวลลองศรี เหนียงแจ่ม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

บัญชีรายชื่อแนบท้ายประกาศ
เรื่อง ผลการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)
ครั้งที่ ๑ ประจำปีภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๕

หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ (หลักสูตรใหม่ พ.ศ.๒๕๖๔)

ลำดับ	รหัสนักศึกษา	ชื่อ - นามสกุล	ผลสอบ
๑	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๐๑-๑	นายณัฐดนัย คำคง	ผ่าน
๒	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๑-๗	นางสาววรรณอร ประภาโต	ผ่าน
๓	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๒๐-๕	นางสาวอัมรา สลามเต๊ะ	ผ่าน
๔	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๕-๘	นายวิระชัย ปาโท	ผ่าน
๕	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๖-๖	นางสาวอลิสสา เลิศชาญชัยกุล	ผ่าน
๖	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๗-๔	นางสาวจิราพร ตระกานโสภา	ผ่าน
๗	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๙-๐	นางสาวภรณ์ยาพัชร มุฑาบุญยาพรกุล	ผ่าน
๘	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๐-๘	นางสาวปิยนุช แต่งชัยภูมิ	ผ่าน
๙	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๑-๖	ว่าที่ร้อยตรีกิตติศักดิ์ ตรีสุกิจวรกุล	ผ่าน
๑๐	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๐๒-๙	นางสาวศันศนีย์ เลิศล้ำ	ไม่ผ่าน
๑๑	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๓-๓	นางสาวเพชรประดับ อีระวานิช	ไม่ผ่าน
๑๒	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๔-๑	นางสาวศุภณัฐภูมิ พลอำมาตย์ปทีป	ไม่ผ่าน
๑๓	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๘-๒	นายกันตพงศ์ ภู่งศ์	ไม่ผ่าน
๑๔	๐๒๖๔๕๐๔๔๒๐๑๓-๒	นายกานต์ ทะนนท์	ไม่ผ่าน

ผลสอบ

ร้อง ขอนำส่งผลการสอบหัวข้อและเค้าโครงการค้นคว้าอิสระ

ชื่อผู้ส่ง : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ (นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์)

วันที่ส่ง : ๑๒/๑/๒๕๖๖ ๑๕:๒๘:๕๕

เลขที่เอกสาร : คบส.๓๐(๑๕)/๐๐๕

ระดับชั้นความลับ : ปกติ

ประเภทเอกสาร : หนังสือภายใน

วันที่เอกสาร : ไม่ระบุ

เรียน : คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

จาก : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์

เจ้าของเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ (นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์)

วันที่สร้าง : ๑๒/๑/๒๕๖๖ ๑๕:๒๘:๕๑

หมายเหตุ : ไม่ระบุ

ข้อความแนบท้าย / สั่งการ

ไม่ระบุ

รายการเอกสารแนบ

- pdf ภรณ์ยาพัชร บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:54
- pdf เพชรประดับ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:52
- pdf วรรณเอร์ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:54
- pdf กันตพงศ์ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:53
- pdf วิระชัย บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:55
- pdf ปิยนุช บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:54
- pdf กาดแห่ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:53
- pdf ศุภณัฐ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:55
- pdf กิตติศักดิ์ บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:53
- pdf อลิสสา บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:55
- pdf จิราพร บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(7).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:53
- pdf อัมรา บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง อ(5).pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:55
- pdf ณัฐดนัย บ.04(1) แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:28:54
- pdf บันทึกรายงานผลสอบโครงร่าง.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบุญรัตน์ เพิ่มเมื่อ : 12/1/2566 15:30:53



บัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

(✓) ครั้งที่ 1 () ครั้งที่ 2

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) ปิยนุช แดงชัยภูมิ

นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก 1 แผน ก แบบ ก 2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ

แบบรายงานผลการสอบหัวข้อและเค้าโครง วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ

รหัสประจำตัว 026450442210-8 คณะ บริหารธุรกิจ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ

เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทร

1. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการสอบ เมื่อวันที่ 8 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

1.1 ชื่อหัวข้อ (✓) เห็นชอบ () ไม่เห็นชอบ

1. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด.19

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) A Study of Consumer Goods Purchasing Behavior Via Online Channels after Covid-19

1.2 เค้าโครงฯ () ไม่มีข้อเสนอแนะ (✓) มีข้อเสนอแนะและควรปรับปรุง

แก้ไขวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น
ปรับกรอบแนวคิดแยกแยะระหว่างปัจจัยและพฤติกรรมให้ชัดเจน

1.3 รูปแบบการเขียนเค้าโครงฯ (✓) เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด () ไม่เป็นไปตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดและควรแก้ไข ดังนี้

2.สรุปผลการพิจารณาของคณะกรรมการสอบเค้าโครงฯ

() ผ่าน

(✓) ผ่านแบบมีเงื่อนไข โปรดระบุ แก้ไขตามข้อเสนอแนะ

() ไม่ผ่าน/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ลงชื่อ [Signature] ประธานกรรมการสอบ
 (รองศาสตราจารย์ ดร. พันธ์ ชาญกรโคกิต) วัน 8 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ
 (..... อ.ดร. อัมภินี ลาภสมบูรณ์ดี.....) วัน 8 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ
 (..... อ.ดร. ดนัยภรณ์.....) วัน 8 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ กรรมการ
 (.....) วัน เดือน พ.ศ.

ลงชื่อ กรรมการ
 (.....) วัน เดือน พ.ศ.

ลงชื่อ กรรมการ
 (.....) วัน เดือน พ.ศ.

3. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการสอบเค้าโครงฯ (ลงนามหลังจากนักศึกษาผ่านการแก้ไขเค้าโครงฯ ภายใน.....5.....วัน นับจากวันสอบ)

(✓) เห็นชอบ () ไม่เห็นชอบ

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการสอบ
(.....รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรโสภิต.....) วัน 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ.....กรรมการ
(.....อ.ดร.อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี.....) วัน 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ.....กรรมการ
(.....อ.ดร.दनัยกฤต อินทุฤทธิ์.....) วัน 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ.....กรรมการ
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.

ลงชื่อ.....กรรมการ
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.

ลงชื่อ.....กรรมการ
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.

4. ความเห็นของประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

(✓) เห็นชอบผลการสอบเค้าโครงฯ

() ไม่เห็นชอบผลการสอบเค้าโครงฯ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
(.....อ.ดร.อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี.....) วัน 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

5. ความเห็นคณบดี

() เห็นชอบผลการสอบเค้าโครงฯ มอบงานวิชาการคณะฯ แจ้งประธานกรรมการบริหารหลักสูตร และสำนักงานบัณฑิตศึกษา
ดำเนินการต่อไป

() ไม่เห็นชอบผลการสอบเค้าโครงฯ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ.....คณบดี
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.



บัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

แบบรายงานผลการสอบป้องกันวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

(/) ครั้งที่ 1 () ครั้งที่ 2

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) นิยนาท หนองชัยอติ

นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก 1 แผน ก แบบ ก 2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ

รหัสประจำตัว 026450442210-9 คณะ บริหารฯ สาขาวิชา บริหารปกครองคอมพิวเตอร์

เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทร.....

1. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการสอบ () วิทยานิพนธ์ (/) การค้นคว้าอิสระ
เมื่อวันที่ 24 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

1.1 ชื่อหัวข้อ (/) เห็นชอบ () ไม่เห็นชอบ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ปัจจัยที่ส่งผลต่อมรดกดิจิทัลของภาคธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์
ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานคร

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) FACTORS AFFECTING THE DECISION THROUGH ONLINE CHANNELS AFTER THE COVID-19 SITUATION IN BANGKOK

1.2 ผลการสอบ
() ผ่าน
(/) ผ่านแบบมีเงื่อนไข ระบุ แก้ไข ระบุในข้อบกพร่องตามข้อชี้แจง
แก้ไข หรือ อธิบายผล
() ไม่ผ่าน ระบุ.....

ลงชื่อ [Signature] ประธานกรรมการสอบ
(ศ.ดร. นันทวัฒน์ นิ่มนวล) วัน 29 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อ.ดร. อรุณ งามวิจิตร) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ
(อ.ดร. พชร งามวิจิตร) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

ลงชื่อ..... กรรมการ
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ..... กรรมการ
(.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.....

2. ผลการประเมินคุณค่าทางวิชาการของวิทยานิพนธ์ของคณะกรรมการสอบ
() Excellent ดีเยี่ยม (/) Good ดี () Pass ผ่าน () Fail ตก

3. ความเห็นของประธานการบริหารหลักสูตร
(/) เห็นชอบผลการสอบ
() ไม่เห็นชอบผลการสอบ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ [Signature] ประธานหลักสูตร
(อ.ดร. อรุณ งามวิจิตร) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564

4. ความเห็นคณบดี
(/) เห็นชอบผลการสอบ มอบประธานกรรมการบริหารหลักสูตรดำเนินการและเสนอคณะกรรมการประจำคณะเพื่อทราบและ
แจ้งสำนักงานบัณฑิตศึกษาดำเนินการต่อไป
() ไม่เห็นชอบผลการสอบ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ [Signature] คณบดี
(ศ.ดร. อรุณ งามวิจิตร) วันที่ 29 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564



บัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

แบบรายงานผลการสอบป้องกันวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

ครั้งที่ 1 () ครั้งที่ 2

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) ศรัทธา นัย คำคง
 นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก 1 แผน ก แบบ ก 2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ
 รหัสประจำตัว 026450442201-1 คณะ บริหารฯ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ
 เข้าศึกษาดังแต่ภาคการศึกษาที่ 4 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทร.....

1. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการสอบ () วิทยานิพนธ์ () การค้นคว้าอิสระ
 เมื่อวันที่ 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

1.1 ชื่อหัวข้อ () เห็นชอบ () ไม่เห็นชอบ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมรดกสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรในกรุงเทพมหานคร
เพื่อใช้ออกแบบตัวชี้วัดของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE E-WALLET SERVICE TO PURCHASE CONSUMER GOODS OF THE POPULATION IN BANGKOK

1.2 ผลการสอบ

() ผ่าน

() ผ่านแบบมีเงื่อนไข ระบุ แก้ไขหรือขยายผลค่า odd ratio และมรดกดิจิทัล
หรืออ้างอิงข้อมูลต้องตามรูปแบบที่กำหนด

() ไม่ผ่าน ระบุ.....

ลงชื่อ [Signature] ประธานกรรมการสอบ
 (ร.ต.ดร.ปวีตพงษ์ นิ่มแฉก) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 (อ.ม.ล.ฉวี ดาดสมทรงรัตน์) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ [Signature] กรรมการ
 (ดร.พรวิภา นวกะสิทธิ์) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

ลงชื่อ..... กรรมการ
 (.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ..... กรรมการ
 (.....) วัน.....เดือน.....พ.ศ.....

2. ผลการประเมินคุณค่าทางวิชาการของวิทยานิพนธ์ของคณะกรรมการสอบ

() Excellent ดีเยี่ยม () Good ดี () Pass ผ่าน () Fail ตก

3. ความเห็นของประธานการบริหารหลักสูตร

() เห็นชอบผลการสอบ

() ไม่เห็นชอบผลการสอบ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ [Signature] ประธานหลักสูตร
 (อ.ม.ล.ฉวี ดาดสมทรงรัตน์) วัน 25 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566

4. ความเห็นคุณบดี

() เห็นชอบผลการสอบ มอบประธานกรรมการบริหารหลักสูตรดำเนินการและเสนอคณะกรรมการประจำคณะเพื่อทราบและ
 แจ้งสำนักงานบัณฑิตศึกษาดำเนินการต่อไป

() ไม่เห็นชอบผลการสอบ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ [Signature] คุณบดี
 (อ.ล.ลาออจดี ภาณีพรหม) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง ขอนำส่งผลการสอบป้องกันการค้นคว้าอิสระ

ชื่อผู้ส่ง : นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี (นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี)

วันที่ส่ง : ๒๙/๓/๒๕๖๖ ๑๐:๔๒:๔๙

เลขที่เอกสาร : คบส.๓๐(๑๕)/๐๔๘

ระดับชั้นความลับ : ปกติ

ประเภทเอกสาร : หนังสือภายใน

วันที่เอกสาร : ไม่ระบุ

เรียน : คณบดีคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านรอง
คณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

จาก : นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี

เจ้าของเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี (นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี)

วันที่สร้าง : ๒๙/๓/๒๕๖๖ ๑๐:๔๒:๔๙

หมายเหตุ : ไม่ระบุ

ข้อความแนบท้าย / สั่งการ

ไม่ระบุ

รายการเอกสารแนบ

- .pdf** บันทึก รายงานผลการสอบป้องกัน.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี เพิ่มเมื่อ : 29/3/2566 10:42:49
- .pdf** แบบรายงานผลการสอบป้องกัน.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวอัมภิณี ลากสมบูรณ์ดี เพิ่มเมื่อ : 29/3/2566 10:42:49
- .pdf** ปิยนุช แบบรายงานการสอบป้องกันการวิทยานิพนธ์ บ.07 (1)_0001.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวรัตนากร ชาญชลยุทธ เพิ่มเมื่อ : 8/5/2566 18:17:56
- .pdf** ณัฐดนัย แบบรายงานการสอบป้องกันการวิทยานิพนธ์ บ.07 (1)_0001.pdf
ผู้นำเข้าเอกสาร : นางสาวรัตนากร ชาญชลยุทธ เพิ่มเมื่อ : 8/5/2566 18:17:45



บัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

แบบขอความอนุเคราะห์ตรวจความสมบูรณ์วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ หลังสอบป้องกัน

ด้วยข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปิยนุช นามสกุล แดงชัยภูมิ
 นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก1 แผน ก แบบ ก2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคสหบท
 รหัสประจำตัว 026450442210-8 สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ (รหัสสาขา)
 เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ 0894233069
 ขอเสนอเล่ม วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ ต่อคณะเพื่อดำเนินการตรวจความสมบูรณ์ จำนวน 1 เล่ม
 เรื่อง วิจัยที่ส่งมาตรวจฉบับอิเล็กทรอนิกส์กับคำขวัญประเทศไทยผ่านช่องทางของออนไลน์ภายใต้โครงการนำร่องปี 63-65

ซึ่งปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการสอบป้องกันเรียบร้อยแล้วตามลายเซ็นรับรอง ดังนี้

คณะกรรมการสอบป้องกันวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

อัมภินิ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
 (อัมภินิ ลากสมบูรณ์ได้)
 กรรมการที่ปรึกษา
 (.....)
 กรรมการที่ปรึกษา
 (.....)
 กรรมการ
 (.....)
 ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก**
 (.....)

ลายมือชื่อนักศึกษา อภิภาณี
 วันที่ 29 / 04 / 2566

**หมายเหตุ สามารถมอบหมายให้ประธานกรรมการที่ปรึกษาเซ็นตรวจรับรองแทนได้



บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
แบบฟอร์มการตีพิมพ์ผลงานวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) นิพนธ์ นามสกุล ทองสุข
 นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก1 แผน ก แบบ ก2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ
 แบบฟอร์มการตีพิมพ์ วิทยานิพนธ์ ค้นคว้าอิสระ
 รหัสประจำตัว 02600442210-8 สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ปฏิบัติการ (รหัสสาขา.....)
 เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่..... ปีการศึกษา 1/2564 เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ 0994233069
 วัน เดือน ปี ที่สอบวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ 26 ส.ค. 66

โปรดระบุรายละเอียดผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ หรือยอมรับให้ตีพิมพ์ หรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการให้ชัดเจน ถูกต้อง และครบทุกส่วน

เรื่องที่ 1 ชื่อเรื่อง นักวิจัยสังคมออนไลน์ของสังคมไทยในยุคโควิด-19: ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดีย
 ชื่อวารสาร / ชื่อที่ประชุม การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ACTIS & NCOBA 2023
 วัน เดือน ปี 31 สิงหาคม 2566 (กรณีวารสาร ให้ระบุเลขปีที่..... ฉบับที่..... เลขหน้า.....)

ตีพิมพ์ในวารสาร (แบบ 1.ปกนอกของวารสาร 2.สารบัญ 3.บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ

ผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารแล้ว เมื่อวันที่..... เดือน..... พ.ศ..... (แบบ 1.หนังสือรับรองการยอมรับให้ตีพิมพ์ 2. บทความที่จะนำไปตีพิมพ์ในวารสาร) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ

นำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (Proceeding) [โดยจะต้องเป็นรวมเล่มบทความไม่ใช่บทความเดี่ยว] (แบบ 1. เอกสารรับรองว่าผ่านการนำเสนอต่อที่ประชุมฯ เรียบร้อยแล้ว 2. ปกนอกของเอกสารรายงานการประชุมฯ 3. สารบัญ 4. บทความที่ตีพิมพ์ในเอกสารรายงานการประชุมฯ) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ
 [หมายเหตุ: 1. รายงานนี้ใช้สำหรับนักศึกษาปริญญาโทเท่านั้น 2. นักศึกษาต้องผ่านการนำเสนอต่อที่ประชุมฯ ก่อนจึงจะสามารถนำหลักฐานมาประกอบการจบการศึกษาได้]

เรื่องที่ 2 ชื่อเรื่อง.....
 ชื่อวารสาร / ชื่อที่ประชุม.....
 วัน เดือน ปี..... (กรณีวารสาร ให้ระบุเลขปีที่..... ฉบับที่..... เลขหน้า.....)

ตีพิมพ์ในวารสาร (แบบ 1. ปกนอกของวารสาร 2. สารบัญ 3. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ

ผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารแล้ว เมื่อวันที่..... เดือน..... พ.ศ..... (แบบ 1.หนังสือรับรองการยอมรับให้ตีพิมพ์ 2. บทความที่จะนำไปตีพิมพ์ในวารสาร) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ

นำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (Proceeding) [โดยจะต้องเป็นรวมเล่มบทความไม่ใช่บทความเดี่ยว] (แบบ 1. เอกสารรับรองว่าผ่านการนำเสนอต่อที่ประชุมฯ เรียบร้อยแล้ว 2. ปกนอกของเอกสารรายงานการประชุมฯ 3. สารบัญ 4. บทความที่ตีพิมพ์ในเอกสารรายงานการประชุมฯ) ระดับชาติ ระดับนานาชาติ
 [หมายเหตุ: 1. รายงานนี้ใช้สำหรับนักศึกษาปริญญาโทเท่านั้น 2. นักศึกษาต้องผ่านการนำเสนอต่อที่ประชุมฯ ก่อนจึงจะสามารถนำหลักฐานมาประกอบการจบการศึกษาได้]

สำหรับนักศึกษา 26 / 14 / 66

โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษา
 ประธานกรรมการที่ปรึกษา Can ลงนามรับรองแล้ว คือชื่อ-สกุลอาจารย์ _____ วัน/เดือน/ปี _____
 กรรมการที่ปรึกษาร่วม _____ 29 / 10.ย / 2566
 กรรมการที่ปรึกษาร่วม _____ / / _____
 กรรมการที่ปรึกษาร่วม _____ / / _____
 กรรมการที่ปรึกษาร่วม _____ / / _____



THAI PROGRAMMER



โครงการประชุมวิชาการ ระดับชาติและระดับนานาชาติ

ACTIS & NCOBA 2023

Online

● The 19th International and National Conference in Applied Computer Technology and Information System

● The International and National Conference on Business Administration 2023-1

งานวิจัยเพื่ออนาคต

Futuristic

The 19th National and International Conference on Applied Computer Technology and Information System

- 1. Information Technology
- 2. Commerce Technology
- 3. Software Engineering
- 4. Computer Systems
- 5. Industrial Engineering & Technology
- 6. Computer Education & Training
- 7. Computer Hardware and Peripheral
- 8. Digital Media & Technology

The National and International Conference on Business Administration 2023-1 (NCOBA)

- 1. International Business Administration
- 2. Marketing & Management
- 3. Finance & Accounting
- 4. Economics
- 5. Logistics
- 6. Education

31 March 2023

19th ACTIS NCOBA 2023-1

The 19th International and National conference in
Applied Computer Technology and Information System and
The International and National Conference
on Business Administration 2023-1

31 MARCH
2023

PROCEEDINGS Under the Theme "THE FUTURISTIC"

เอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ
ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ประยุกต์และระบบสารสนเทศครั้งที่ 19
และด้านบริหารธุรกิจ 2023 วันที่ 31 มีนาคม 2566
ผู้รับผิดชอบโครงการมหาวิทยาลัยเซนต์อัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



รหัส	ชื่อบทความ	ชื่อ-นามสกุลผู้วิจัย	หน้า
	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ 2		
NATIONAL ACTIS14	การพัฒนาต้นแบบออนโทโลยีข้อมูลข่าวสารมหาวิทยาลัย	นฤทธิตา สุดสงวน, ศักดิ์ชาย ตั้งวรรณวิทย์	70
NATIONAL ACTIS15	การพัฒนาระบบเก็บชั่วโมงบินเครื่องช่วยฝึกบินจำลองกรณีศึกษา ฝ่ายเครื่องช่วยฝึกการบินแผนกสนับสนุนการบิน กองฝึกการบิน โรงเรียนการบิน	ศุภกฤษ นาคป้อมฉิน, ชัยวัฒน์ บริบูรณ์, วิชัย ปูน้อย, แก้วใจ อารมณ์พิศาล	79
NATIONAL ACTIS16	การพัฒนาโมเดลจำแนกสัตว์มีพิษ 10 ชนิดในฤดูฝน	แก้วใจ อารมณ์พิศาล, สุภพิชชา รอดพลอย, อนันตญา ทินหงษ์	87
NATIONAL ACTIS17	การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร	ปิยนุช แดงชัยภูมิ , อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี	93
NATIONAL ACTIS18	การออกแบบระบบจัดหาพนักงานร้านสะดวกซื้อบนอินเทอร์เน็ต	ชัยธวัช วงษ์จันทนา, ธิติรัตน์ ตระกูลกาญจน์, ทศภาคย์ ฉิมพานิช, วชิรวิญญ์ นิลสุก	103
NATIONAL ACTIS19	แนวทางการพัฒนาระบบจัดหางานแม่บ้านบนอินเทอร์เน็ต	สุภาธิตา สุขชื่น, สุริยะ พุ่มเฉลิม, ทิพย์วรรณ รัตนอำรุงพรรณ	110
NATIONAL ACTIS20	การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันนำเสนอผลงานนักศึกษาด้วยเทคโนโลยีความจริงเสมือน (กรณีศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต)	อภิสิทธิ์ เกตุเมือง, สมใจ จิตคานิ่งสุข, ทิพย์มณฑา ผกาแก้ว	118
NATIONAL ACTIS21	การประยุกต์ใช้จีโอจีบราสำหรับการจัดการเรียนรู้ฟิสิกส์และคณิตศาสตร์แบบบูรณาการ: บทเรียนเรื่องพลังงานกล	รัชตา เทียนไชย, วีระ ยุคุณธร, อาทิตย์ เรืองศรี	126
NATIONAL ACTIS22	การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับติดต่อหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ด้วยเทคโนโลยีความจริงเสริม	กอฟฟารี มนูญทวี, พงศกร ถิ่นพังงา, ทิพย์มณฑา ผกาแก้ว, สมใจ จิตคานิ่งสุข	132
NATIONAL ACTIS23	แพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลด้วยแนวคิดปัญญาประดิษฐ์เพื่อโต้ตอบผ่านการสนทนาและโต้ตอบผ่านเสียงเพื่อสนับสนุนช่องทางจัดจำหน่ายให้ธุรกิจท่องเที่ยวกรณีศึกษา บริษัท มีทัวร์ไมซ์ จำกัด	ชินภัท ภัทรวงศ์สิริ, สุภัตสร ชีพทรงสุข, ศิริวรรณ สิริสินวิบูลย์, ชาญชัย อรรถผาติ, อภิญญา องอาจ, ณัฐวัชร เทียมทัต	140



พฤติกรรมกาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19

ในเขตกรุงเทพมหานคร

BEHAVIOR THROUGH ONLINE CHANNELS AFTER THE COVID-19

SITUATION IN BANGKOK

ปิยนุช แดงชัยภูมิ¹ และ อัมภินี ลาภสมบุญดี²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก พื้นที่จักรพงษ์วานารณ,

²อาจารย์ประจำสาขาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก พื้นที่จักรพงษ์วานารณ

E-mail: piyanut.tae@rmutto.ac.th, ampinee_la@rmutto.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด 19 ด้านความถี่ และชนิดของสินค้าที่เลือกซื้อและเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด 19 โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logit Regression) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ปัจจัยด้านความตระหนักและความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (6p's) ด้านราคาและด้านการให้บริการส่วนบุคคล ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร พิจารณาค่าความเป็นไปได้ (likelihood-value) พบว่า การแจกแจงแบบ Chi-Squared มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงค่าความน่าจะเป็นของการเลือกซื้อ เลือกซื้อหากมีโควิด-19 มากกว่าไม่เลือกซื้อของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค, โควิด-19

Abstract

The purpose of this research was to study the behavior of buying consumer products online in the

situation of COVID-19 in terms of frequency and type of products purchased and to study factors affecting the decision to purchase consumer products online later. situation of covid 19 The multinomial logit regression analysis model was used. Personal factors include gender, age, occupation, Infection Awareness and Risk Factors and Marketing Mix Factors Price and Personalization. Affecting the probability of making a decision to buy consumer goods via online channels after the COVID-19 situation. in Bangkok Considering the likelihood value, it was found that the Chi-squared distribution was statistically significant. which shows the probability of choosing to buy Shop if you have COVID-19 than not choosing to buy of the population in Bangkok.

Keywords: Behavior, Covid-19

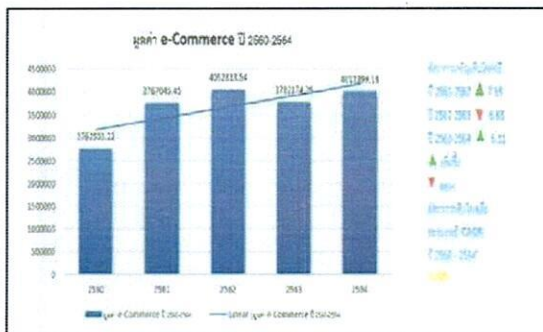
1. ที่มาและความสำคัญ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ถือเป็นวิกฤติการณ์อันส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เป็นหนึ่งในมาตรการที่องค์การอนามัยโลกประกาศเป็น



แนวทางในการลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ ซึ่งในหลายประเทศทั่วโลก ได้มีการนำหลักการดังกล่าวเป็นแนวทางการป้องกันการติดเชื้อ การบังคับใช้มาตรการดังกล่าวกลายเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภค โดยในช่วงแรกจะเกิดพฤติกรรมกรรมการกักตุนสินค้าที่มีความจำเป็น เพื่อให้เพียงพอต่อการดำรงชีพซึ่งเป็นปรากฏการณ์การซื้อสินค้าจากความตื่นตระหนก ส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าขาดแคลนและราคาสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้น [16] และพัฒนากลายเป็นพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทาง [21] จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ส่งผลให้มนุษย์มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าและทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ ส่งผลให้เป็นปัจจัยเร่งสำคัญที่ส่งผลให้มีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นและบุคคลที่ไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์จะมีโอกาสในการมีประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น [22] โดยส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็วและมีต้นทุนที่ต่ำลง พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อกลางในการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย [18] ส่งผลให้เกิดการเติบโตของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่สองที่มีรายงานติดเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยใน พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 4,013,399.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากใน พ.ศ.2560 ถึงร้อยละ 45.28 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมปี 2560 ถึง 2564 อยู่ที่ร้อยละ 9.79 [18] ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : มูลค่าพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ปี 2560-2564

ที่มา : ดัดแปลงจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564

นอกจากช่องทางการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ยังพบว่า กลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เปลี่ยนแปลงไป สินค้าอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวัน เมื่ออยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 [4] โดยเฉพาะใน พ.ศ. 2564 มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปี 2563 มีมูลค่าประมาณ 300,000 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยกลุ่มสินค้าจำเป็นได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงสถานการณ์ดังกล่าวและมีสัดส่วนมูลค่ามากถึงร้อยละ 33 รองลงมาเป็นกลุ่มสินค้าสุขภาพและความงามร้อยละ 23 ที่เหลืออีกกว่าร้อยละ 44 เป็นกลุ่มสินค้าไม่จำเป็นหรือ Non-food รวมถึงของใช้ส่วนตัว [15] แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : คาดการณ์มูลค่าตลาด B2C E-Commerce กลุ่มสินค้าแยกประเภทสินค้า

ที่มา : ดัดแปลงจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564

จากผลการสำรวจ พบว่า ใน พ.ศ. 2563 มีผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 32.7 สาเหตุจากการขาดความเชื่อมั่นจากการซื้อสินค้าออนไลน์ [18] ซึ่งค่าร้อยละการสำรวจกลุ่มประชากรจากกลุ่มตัวอย่าง 24 ประเทศทั่วโลกพบว่า 22% ของประชากรโลกไม่ซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะขาดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าออนไลน์ [24] นอกจากนี้ เมื่อสถานการณ์โควิดเริ่มคลี่คลายหรือไม่พบผู้ติดเชื้อ จากการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคกลับไปสู่การซื้อสินค้าหน้าร้านด้วยเหตุผลของความสะดวกสบายหรือต้นทุนการขนส่งที่ถูกกว่า และการคาดการณ์อนาคตเมื่อโควิด - 19 กลายเป็นโรคประจำถิ่น พบว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าโดยกลับไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านมากขึ้นแต่ยังคงมีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าจะมีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์น้อยลง [21] กล่าวได้ว่า



เมื่อสถานการณ์การระบาดคลี่คลายลง หรือรัฐยกเลิกมาตรการต่างๆ อาจส่งผลให้ผู้บริโภคในบางกลุ่มกลับไปมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในรูปแบบเดิมหรือกลายเป็นรูปแบบใหม่จนกลายเป็นพฤติกรรมถาวร

2. ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อ้างอิงลำดับที่ [23] พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงต่อเมื่อราคากาแฟเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟลดลงเมื่อมีราคาสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคโดยผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าตามอรรถประโยชน์สูงสุดและสอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ที่ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้ซื้อลดการบริโภคลงและอาจจะบริโภคสินค้าอื่นทดแทนและ [25] พบว่า การทำการตลาดสินค้าฟุ่มเฟือย โดยนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายสินค้าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จากกรณีศึกษาการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในตลาดกัมพูชา และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำการตลาดสินค้า Hennessy ต่อมา [6] พบว่า มีการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มดูแลสุขภาพอนามัย สินค้าพรีเมียม และสินค้าที่มีราคาถูกเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงโควิด-19 และเมื่อมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่วงก่อนและระหว่างโควิด-19 จะเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าซื้อสินค้าหน้าร้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ [19] พบว่า พฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งการให้บริการสามารถการให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่ง [14] ได้พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ รายได้ ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้วิถีความปกติใหม่ (New Normal) สอดคล้องกับการศึกษา [4] พบว่า ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งก่อนและหลังภาวะวิกฤตโควิด -19 มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ต่อไป [12] พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันทำให้พฤติกรรมในการบริโภคในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ต่างกัน ยังพบอีกว่าการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ต่อมา [11] พบว่า มีการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ รวมถึงการรับรู้ปัญหาและความต้องการหลังการซื้อ [17] ได้พบว่า

สาเหตุในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์เนื่องจากขาดแคลนสินค้าอุปโภคและบริโภคและเป็นการป้องกันการติดเชื้อสินค้าที่มีความถี่ในการซื้อได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันและรักษาสุขภาพ และสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีการซื้อลดลง [9] พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่องทางการชำระเงินค่าสินค้า [10] พบว่า ความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคกับการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคที่ส่งผลในการเลือกซื้อ สอดคล้องกับ [13] พบว่า อายุ และสถานภาพสมรสต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace) ต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps และปัจจัยจิตวิทยา ด้านทัศนคติ (Attitudes) มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace) [20] พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ผ่านช่องทาง E-commerce: Shopee ของวัยทำงาน ได้แก่ การรับรู้ความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง การคลายตามแนวคิดกลุ่มอ้างอิง [5] พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยรอง [8] พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นิยมซื้อเป็นสินค้าประเภทแฟชั่นและความสวยงาม มีการชำระเงินโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคารและแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม 3 ลำดับแรก ได้แก่ Lazada Shopee และ Line-shop

จากการทบทวนงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า เช่น จำนวนครั้ง เวลา และสถานที่ 3) ปัจจัยด้านความตระหนักและความเสี่ยงในการติดเชื้อ และ 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [1] พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันและยังพบอีกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคมากที่สุดคือด้านราคา ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (law of demand)



3. วัตถุประสงค์การศึกษา

3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ด้านความถี่และชนิดของสินค้าที่เลือกซื้อ

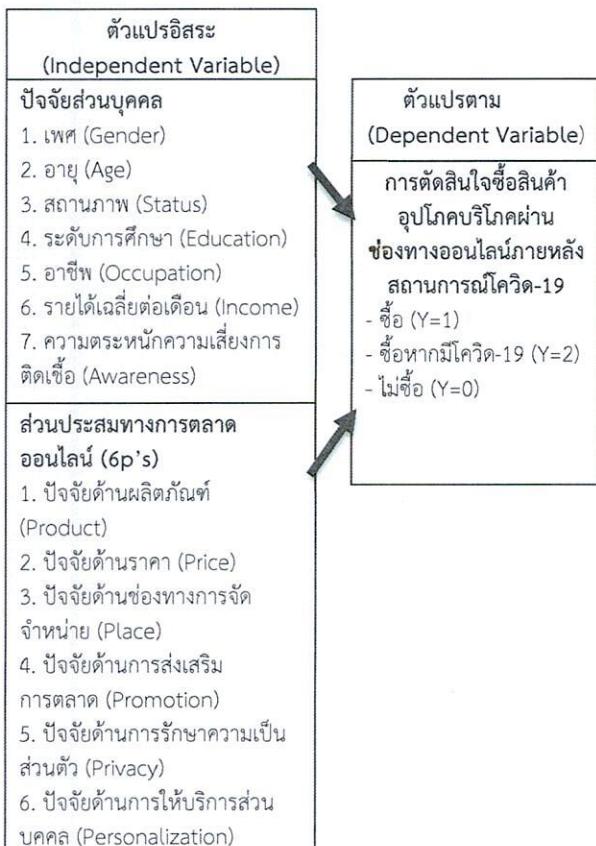
3.2 ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด 19

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านความตระหนักและความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6'Ps) ส่งผลต่อความน่าจะเป็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้สำหรับการวางแผนบริหารจัดการสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคจากสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ

6.2 เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด 19 สำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนการผลิต กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. ขอบเขตของการวิจัย

7.1 ขอบเขตด้านประชากร: กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

7.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา: ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสาร บทความทางวิชาการ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

8. วิธีดำเนินการวิจัย

8.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,504,164 ล้านคน [2]

8.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน [7] เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังนี้

$$n = \frac{X^2 N p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + X^2 p (1 - p)}$$

8.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น ตอน (Multi-stage Sampling) แบ่งเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น 50 เขต เป็น 6 กลุ่มตามการแบ่งของสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยการแบ่งเน้นความสอดคล้องกับพื้นที่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม และวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนและเลือกเขตที่มีประชากรมากที่สุด เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 เขต และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างให้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด



8.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูล โดยเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และส่วนที่ 3 ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6 P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

8.5 ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาและความสอดคล้องของเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ 3 ท่านตรวจสอบ เนื้อหาเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) จากข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logit Regression)

8.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเป็นการสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logit Regression)

9. แบบจำลองทางเศรษฐมิติ

การวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกซึ่งเป็นการวิเคราะห์กรณีตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ แสดงดังฟังก์ชันโลจิสติก ดังนี้

$$P(Y=1) = \frac{1}{1+e^{-x}} \quad (1)$$

กำหนดให้ e = Exponential Constant มีค่าเท่ากับ 2.71828

X = ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

β = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร

โดยที่ $x'\beta = X$

การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ $Y=1$

$$P(Y=1) = \frac{1}{1+e^{-x'\beta}} \quad (2)$$

ดังนั้น ความน่าจะเป็นที่ตัดสินใจไม่เลือก $P(Y=0)$ จะเท่ากับ

(3)

$$P(y = 0) = 1 - \frac{1}{1+e^{-x'\beta}} = \frac{e^{-x'\beta}}{1+e^{-x'\beta}}$$

การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($Y=1$) ซึ่งจากฟังก์ชันพบว่าความสัมพันธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกไม่อยู่ในรูปเชิงเส้นจึงต้องมีการปรับให้อยู่ในรูปแบบ *Odd ratio* ซึ่งแสดงอัตราส่วนระหว่างโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($Y=1$) และโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($Y=0$) และสามารถจัดให้อยู่ในรูปสมการเส้นตรงด้วยการ take log กลายเป็นสมการ Logistic Regression [3]

$$\log \text{ odds} = \frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_p x_p \quad (4)$$

จากแนวคิดการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสามารถนำมาวิเคราะห์ในกรณีตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพซึ่งแบ่งได้มากกว่า 2 ทางเลือกเรียกว่า การวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logit Regression) แสดงถึงความน่าจะเป็นที่จะเลือกทางใดเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมดโดยที่โอกาสขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระ แสดงดังสมการ

$$p_{1j} = \frac{1}{1 + \exp(\beta_{12} + \beta_{22}x_i) + \exp(\beta_{13} + \beta_{23}x_i)}, \quad j = 1 \quad (5)$$
$$p_{12} = \frac{\exp(\beta_{12} + \beta_{22}x_i)}{1 + \exp(\beta_{12} + \beta_{22}x_i) + \exp(\beta_{13} + \beta_{23}x_i)}, \quad j = 2$$
$$p_{13} = \frac{\exp(\beta_{13} + \beta_{23}x_i)}{1 + \exp(\beta_{12} + \beta_{22}x_i) + \exp(\beta_{13} + \beta_{23}x_i)}, \quad j = 3$$

จัดให้อยู่ในรูปสมการเส้นตรงด้วยการ take log กลายเป็นสมการ Logistic Regression กรณีตัวแปร Y มีมากกว่า 2 ค่า จะได้ *logit* จำนวนเท่ากับ $K-1$ และนำไปเปรียบเทียบกับกลุ่มที่เป็นฐาน



(Baseline) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรสำหรับกลุ่มที่เป็นฐานจะเท่ากับ 0 เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับค่าของกลุ่มอื่น แสดงดังนี้

$$\log\left(\frac{P_i}{P_k}\right) = b_{i0} + b^i_1x_1 + \dots + b_{ip}x_p \quad (6)$$

โดยที่ I คือ กลุ่มที่เปรียบเทียบ

K คือ กลุ่มที่เป็นฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้การถดถอยโลจิสติกทุกกลุ่ม แสดงดังแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

$$\log\left[\frac{P(Y=1)}{P(Y=0)}\right] \quad (7)$$

$$\log\left[\frac{P(Y=2)}{P(Y=0)}\right]$$

$$\begin{aligned} \text{Purchase} = & \beta_0 + \beta_1\text{sex} + \beta_2\text{sex} + \beta_3\text{status} + \\ & \beta_4\text{education} + \beta_5\text{occupation} + \beta_6\text{income} + \beta_7\text{Awareness} + \\ & \beta_8\text{Product} + \beta_9\text{price} + \beta_{10}\text{place} + \beta_{11}\text{promotion} + \beta_{12}\text{Privacy} + \\ & \beta_{13}\text{Personalization} \end{aligned} \quad (8)$$

โดยที่ Purchase คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19

= 1 ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (Purchase=1)

= 2 ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ถ้ามีการระบาดโควิด-19 (Purchase=2)

= 0 ไม่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (Purchase=0)

กำหนดให้

Sex คือ เพศ Age คือ อายุ

Status คือ สถานภาพ Education คือ ระดับการศึกษา

Occupation คือ อาชีพ Income คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Awareness คือ ความตระหนักความเสี่ยงการติดเชื้อ

Product คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

Price คือ ปัจจัยด้านราคา

Place คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

Promotion คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

Privacy คือ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

Personalization คือ ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล

10. ผลการศึกษา

10.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในสถานการณ์โควิด 19 ด้านความถี่ และชนิดของสินค้าที่เลือกซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 3 ลำดับ ได้แก่ 2 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และรองลงมาที่มีความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 28.79 ซื้อสินค้าออนไลน์ 1 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 96 คน และประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ ได้แก่ ของใช้ส่วนตัวและของใช้แม่และเด็กเป็นลำดับที่ 1 มีจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 14.68 ลำดับต่อมาของใช้ภายในบ้าน มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 12.05 สินค้าสุขภาพและความงาม มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 11.62 อาหารสด/อาหารแห้ง มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 9.41 ขนมขบเคี้ยว มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ยาวิตามินและอาหารเสริม มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 8.14 น้ำดื่ม/เครื่องดื่ม มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 7.81 สินค้าเพื่อสุขอนามัย (Hygiene Product) มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 7.06 อุปกรณ์ประกอบอาหาร/เครื่องปรุงรส มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 และลำดับสุดท้ายสินค้าอื่นๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

จากภาพรวมพบว่าพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ มีความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นส่วนใหญ่ โดยภาพรวมเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ [17] พบว่า สาเหตุในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์เนื่องจากขาดแคลนสินค้าอุปโภคและบริโภค และเป็นการป้องกันการติดเชื้อ สินค้าที่มีความถี่ในการซื้อได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันและรักษาสุขภาพจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และสินค้าเทคโนโลยี สินค้าแฟชั่น สินค้าฟุ่มเฟือย มีการซื้อลดลง



10.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้
การวิเคราะห์ถดถอยแบบ Multinomial Logistic Regression

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน
ช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ตัวแปรที่ต้องการ
ศึกษาคือ “ไม่ซื้อ” “ซื้อ” กับ “ซื้อหากมีโควิด-19” ตัวแปรแบบ
พหุ ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโล
จิสติกพหุกลุ่ม (Multinomial Logistic Regression Analysis)
เพื่อทำนายโอกาสในการเกิดตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน
ช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ตัวแปรนี้มี 3 ค่า
คือ 0, 1, และ 2 โดย 0 แทน ไม่ซื้อ 1 แทนซื้อ และ 2 แทนซื้อ
หากมีโควิด-19

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล มี 13 ตัว ได้แก่ เพศ,
อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน,
ความตระหนักต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อ และปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด (6'Ps)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพยากรณ์การถดถอยโล
จิสติกแบบพหุกลุ่ม ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน
ช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด - 19 โดย
เปรียบเทียบโอกาสความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อ (Y=1)
เทียบกับกลุ่มฐานที่กำหนดไว้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อ (Y=0)

ปัจจัย	relative-risk ratios	Std. Err.	P>[z]
Gender	4.304499**	2.507106	0.012
Age	0.9052627***	0.029863	0.003
Status	2.459914	2.008767	0.270
Education	2.35284	1.319356	0.127
Occupation	8.310203**	7.75986	0.023
Income	1.000016	0.000016	0.312
Awareness	2.646551**	1.26845	0.042
Product	1.063199	0.9009913	0.942
Price	4.969407**	3.774169	0.035
Place	2.510854	1.92804	0.231
Promotion	0.92079	0.5913366	0.898
Privacy	1.062903	0.6828335	0.924

ปัจจัย	relative-risk ratios	Std. Err.	P>[z]
Personalization	0.0985031***	0.0761924	0.003
Log-likelihood	172.52		
Prob (Chi- squared>value)	0.0000		
Pseudo R2	0.3555		

หมายเหตุ : *** คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ***p<0.01

**p<0.05 *p<0.10

relative-risk ratios (rrr) คือ ค่าความเสี่ยงสัมพัทธ์

จากตารางที่ 1 พบว่า อายุและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ออนไลน์ (6p's) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)
มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์
เมื่อเปรียบเทียบกับไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทาง
ออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ p<0.01 และเพศ อาชีพ ความ
ตระหนักความเสี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 และปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดออนไลน์ (6p's) ด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
สินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์เมื่อเปรียบเทียบกับไม่
ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ p<0.05

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้า
อุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด -
19 โดยเปรียบเทียบโอกาสความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าผ่าน
ช่องทางออนไลน์ ถ้ามีการระบาดโควิด-19 (Y=2) เทียบกับกลุ่ม
ฐานที่กำหนดไว้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อ (Y=0)

ปัจจัย	relative-risk ratios	Std. Err.	P>[z]
Gender	2.831038	1.815324	0.105
Age	0.9429875*	.327498	0.091
Status	1.256398	1.15226	0.803
Education	2.901743*	1.767591	0.080
Occupation	1.176768	1.113195	0.863
Income	1.000006	0.000017	0.740
Awareness	2.277838*	1.098907	0.088
Product	0.7234824	0.6828726	0.732



ปัจจัย	relative-risk ratios	Std. Err.	P>[z]
Price	6.163561**	5.526967	0.043
Place	0.4963273	0.399182	0.384
Promotion	0.6610411	0.4682158	0.559
Privacy	2.224556	1.59484	0.265
Personalization	0.2284052*	0.193187	0.081
Log-likelihood	174.45		
Prob (Chi-squared>value)	0.0000		
Pseudo R2	0.3595		

หมายเหตุ : *** คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ *** $p < 0.01$

** $p < 0.05$ * $p < 0.10$

relative-risk ratios (rrr) คือ ค่าความเสี่ยงสัมพัทธ์

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และความตระหนักความเสี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.10$ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6p's) ด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ถ้ามีการระบาดของโควิด-19 เมื่อเปรียบเทียบกับไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

11. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

11.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ชนิดของสินค้าที่เลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ของใช้ส่วนตัว ของใช้แม่และเด็ก ของใช้ภายในบ้าน และสินค้าสุขภาพและความงาม ด้านความถี่พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นส่วนใหญ่ โดยภาพรวมเป็นสินค้าจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวันและเป็นสินค้าเพื่อป้องกันและรักษาสุขภาพจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ [17] พบว่า สาเหตุในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์เนื่องจากขาดแคลนสินค้าอุปโภคและบริโภคและเป็นการป้องกันการติดเชื้อ และการศึกษาของ [4] พบว่า กลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ เปลี่ยนแปลงไปเป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคใน

ชีวิตประจำวันกลายเป็นสินค้าจำเป็นในการอุปโภคบริโภค เมื่ออยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

11.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์โควิด 19

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ภายหลังสถานการณ์โควิด - 19 โดยเปรียบเทียบความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อเทียบกับกลุ่มฐานที่กำหนดไว้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อ พบว่า อายุและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6p's) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$ และเพศอาชีพ ความตระหนักความเสี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6p's) ด้านราคา (Price) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ภายหลังสถานการณ์โควิด - 19 โดยเปรียบเทียบความน่าจะเป็นในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ถ้ามีการระบาดของโควิด-19 เทียบกับกลุ่มฐานที่กำหนดไว้ที่ตัดสินใจไม่ซื้อ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และความตระหนักความเสี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.10$ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6p's) ด้านราคา (Price) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

11.3 ข้อเสนอแนะ

พฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 เปลี่ยนไปเป็นการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการทำกลยุทธ์ผ่านช่องทางตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังสถานการณ์โควิด-19 และเกิดการสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีและเป็นการปรับตัวของผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการวางแผนการตลาดออนไลน์ ทั้งในด้านสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ และความถี่ในการซื้อ โดยสามารถนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อภายหลังสถานการณ์โควิด-19



11.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ โดยเน้นจังหวัดที่ประชากรจำนวนมาก โดยศึกษาจากข้อมูลด้านเศรษฐกิจของประชากร หรือจังหวัดที่กลุ่มประชากรมีการเข้าถึงเทคโนโลยีมากที่สุด เพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคภายในประเทศ อีกทั้ง ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้สำหรับการวางแผนการบริหารจัดการสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคจากการที่สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ

2) ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ทำการศึกษากลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคที่อายุมากขึ้นมีความต้องการบริโภคสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุมากขึ้น เป็นต้น จะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถนำข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิต กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

[1] กาญจพรพรหม เมฆอรุณและกนกพร ชัยประสิทธิ์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป” 2560, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

[2] กรมการปกครอง เข้าถึงได้จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage> สืบค้น เม.ย. 2565

[3] คมสัน สุริยะ. (2552). แบบจำลองโลจิส: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์. เข้าถึงได้จาก <https://www.slideshare.net/bnnbear/1basic-logit> สืบค้น เม.ย. 2565

[4] ชิตาพร รุ่งสถาพรและคณะ, “พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้า บนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและพิษณุโลก” มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2564

[5] ธนินันท์ สันติวงษ์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและการใช้บริการธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (E-Retailing) ของผู้บริโภค Generation Y ใน

เขตกรุงเทพมหานครฯ และปริมณฑล” มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564

[6] ณัฐยา พรหมรส, “การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าออนไลน์ ช่วงก่อนและระหว่างภาวะวิกฤตโควิด-19” มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565

[7] อธิวิทย์ เอกะกุล, “ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์” พิมพ์ครั้งที่ 2, อุบลราชธานี: วิทยาการพิมพ์, 2544

[8] นภัสร์นันท์ เสมอพิทักษ์, “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562

[9] บุศรา พิชะกุล, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมผ่านช่องทางออนไลน์ของนิสิต นักศึกษาปริญญาโทในเขตกรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2562

[10] บงกชกร กุลพฤกษ์, “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์” มหาวิทยาลัยบูรพา, 2560

[11] ปณิตดา กลิ่นพิมล, “กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัด สมุทรปราการในช่วงสถานการณ์โควิด 19” มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2564

[12] มนัสชนก ไชยรัตน์, “พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2563

[13] เมธจักรรัตน์ พัวคุณมี, “การซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e - Marketplace) ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2564

[14] วริศรา ศรีบรรจง และนันทวัน เหลี่ยมปรีชา, “พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคภายใต้วิถีความ ปกติใหม่ (New Normal) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาด ออนไลน์” โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564, พิษณุโลก, ประเทศไทย, 2564

[15] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เข้าถึงได้จาก <https://www.terrabkk.com/news/200352/b2c-e-commerce> สืบค้น เม.ย. 2565



- [16] สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย เข้าถึงได้จาก <https://tdri.or.th/2020/10/covid-81/> สืบค้น เม.ย. 2565
- [17] สาทิตรี วินัยปรกรณ์, “การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ก่อนและระหว่าง สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2563
- [18] สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เข้าถึงได้จาก <https://www.etda.or.th/> สืบค้น เม.ย. 2565
- [19] อภินันท์ พิชโรภาสวัฒนกุล, “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านอีคอมเมิร์ซ ในเขต กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาสินค้าอุปโภคและบริโภค” มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 2564
- [20] อริยา เรื่องประเทศไทย, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่เคลื่อนไหวเร็ว (FMCG) ผ่านช่องทาง E-commerce ของวัยทำงาน กรณีศึกษา Shopee” มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564
- [21] Baarsma. B. and Groenewegen J., “COVID-19 and the Demand for Online Grocery Shopping: Empirical Evidence from the Netherlands” University of Amsterdam, Netherlands Utrecht University, 2021
- [22] Baker et al., “COVID-INDUCED ECONOMIC UNCERTAINTY” Kellogg School of Management Northwestern University, 2020
- [23] Bantiwalu., E. A., “Factors Influencing Current Coffee Consumption Preference and Behavior in China” Wuhan University of Technology, 2012
- [24] CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust เข้าถึงได้จาก <https://www.cigionline.org/cigi-ipsos-global-survey-internet-security-and-trust/> สืบค้น เม.ย. 2565
- [25] Fang, J.,et al. “Retaining customers with in-store mobile usage experience in omni-channel retailing: The moderating effects of product information overload and alternative attractiveness” University of Science and Technology of China,2020



บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
คำร้องขอส่งวิทยานิพนธ์/ค้นคว้าอิสระ

ด้วยข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิพนธ์ นามสกุล ไชยรินทร์

นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก1 แผน ก แบบ ก2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกระบบราชการ

มีความประสงค์ส่ง วิทยานิพนธ์ ค้นคว้าอิสระ

รหัสประจำตัว 02646004422110-8 สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การปกครอง (รหัสสาขา _____)

เข้าศึกษาตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ 0894233069

สอบวิทยานิพนธ์ เมื่อวันที่ 26/2/66

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สินค้าบริการดิจิทัลของทางออนไลน์ ของคนส่วนกลางในจังหวัดอุดรธานี

ขอส่งเล่มวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ จำนวน 3 เล่ม พร้อมแผ่นซีดีไฟล์บันทึกเล่มวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 แผ่น

ลายมือชื่อนักศึกษา นิพนธ์
วันที่ 29/2/66



บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
แบบฟอร์มการตรวจสอบการลอกเลียนผลงานวิชาการ (Plagiarism)
วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว) ปิยนุช นามสกุล แต่งชัยภูมิ

นักศึกษาปริญญา เอก แบบ 1.1 แบบ 1.2 แบบ 2.1 แบบ 2.2
 โท แผน ก แบบ ก1 แผน ก แบบ ก2 แผน ข
 ภาคปกติ ภาคนอกเวลาราชการ

รหัสประจำตัว 026450442210-8 สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ
 (รหัสสาขา.....)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ภายหลังสถานการณ์
 โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร

(ภาษาอังกฤษ) Study of Shopping Behavior Through Online Channels After the Covid-19
 Situation in Bangkok

ได้แนบเอกสารการตรวจสอบการลอกเลียนผลงานวิชาการที่ตรวจสอบจากเล่มวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ
 ฉบับสมบูรณ์ (เฉพาะหน้าแรกที่ปรากฏข้อมูล Similarity Index)

ลายมือชื่อนักศึกษา
7...../.....03...../.....2566.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาหลักต่อค่าเปอร์เซ็นต์ความคล้ายคลึง (Similarity Index)

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบ วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ โดยใช้โปรแกรมอักขรวิสุทธิ์ พบว่ามีค่า
 Similarity Index เท่ากับ ...9.05...% และข้าพเจ้าได้พิจารณาตรวจสอบความซ้ำซ้อนของข้อมูลที่แสดงจาก
 โปรแกรมดังกล่าวแล้ว พบว่าอยู่ในระดับที่ข้าพเจ้ายอมรับได้ จึงขอเสนอให้ คณบดี/ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน
 แต่งตั้งคณะกรรมการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายต่อไป

ความเห็นเพิ่มเติม.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ (..... อัมภินี ลากสมบูรณ์ดี)
7...../.....มีนาคม...../.....2566.....

Plagiarism Checking Report

Created on Jan 24, 2023 at 09:18 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
2933296	Jan 24, 2023 at 09:18 AM	ampinee_la@rmutto.ac.th	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	Proposal ปิยนุช.pdf	Completed	0.05 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE
1	พฤติกรรม การซื้อและการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา	วงษ์ขวลิตกุล, นุชยา	วารสารวิชาการบริหาร: สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
2	The Consumer behavior and online shopping in the amidst of Covid-9 In Bangkok, Metropolitan and Phitsanulok	Roongsathaporn, Thitaporn	วารสารนิเทศศาสตร์
3	Marketing Mix Factors Effecting Working Age Adult's Behavior in their Purchasing of Online in Nonthaburi Province	คงรชด, ทวีรัชต์	วารสารเกษตรศาสตร์ประยุกต์
4	Online Shopping Via Application Shopee of Consumers in Bangkok	แก้วสว่าง, อรจิรา	วารสารการวิจัยการบริการพัฒนา
5	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครตะวันออก, Factors affecting the selection of personal loans at non-bank financial institutions in the Eastern Bangkok area	ลัชมี หะย็อรัง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6	Jurisdiction over civil transaction according to Electronic Transactions Act	กองสมบัติ, ชีรศักดิ์	วารสารมนุษยศาสตร์: สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
7	http://graduate.dusit.ac.th/journal/index.php/sdujournal/article/download/965/764/	graduate.dusit.ac.th	graduate.dusit.ac.
8	Baby boomers and their shopping behaviors: the decision process to purchase all product through social media	Sumananusorn, Thanyalak	วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
9	MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE CONSUMER' DECISION TO BUY SMARTPHONES IN MINBURI METROPOLIS	นาถาบำรุง, พรสุดา	วารสารวิทยาลัยสงฆ์ลำปาง
10	DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES FOR HANDBAG MADE FROM VETIVER GRASS UNDER THE BURAWA BRAND	Krankum, Kantapon	RMUTT Global Bus and Economics Re



คำร้องขอสำเร็จการศึกษา

Graduation Bachelor Degree Request

มหาบัณฑิต/Master Degree ดุษฎีบัณฑิต/Doctor Degree

คำร้อง ๖๐๑๑/..... วันที่.....
ผู้รับ.....
 ไม่เคยแจ้งสำเร็จการศึกษา
 เคยแจ้งสำเร็จการศึกษาไว้เมื่อ
ภาคเรียนที่...../.....

(กรุณาเขียนตัวบรรจง)

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิพนธ์ ไทพงษ์พรหม รหัสนักศึกษา 0264504422410-8

NAME MRS. PIYANUT TAENGCHAIYAPHUM (ตัวพิมพ์ใหญ่)

วัน/เดือน/ปีเกิด 8.พ. 2026 Date of Birth 8 February 1983

ที่อยู่ติดต่อได้หลังสำเร็จการศึกษา 26 ซ. 9 ต. บ้านตึก อ. กอหนองปรือ

จ. ชลบุรี รหัสไปรษณีย์ 36140

Address.....

E-mail nai-pi@hotmail.com

โทรศัพท์มือถือ/mobile 0894233069 โทรศัพท์บ้าน.....

เลขรหัสประจำบ้าน..... (ดูในทะเบียนบ้าน)

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน 3-3602-00938-88-8

หมายเลขพาสปอร์ต Passport no.....

วุฒิการศึกษาก่อนเข้าศึกษาต่อ.....

เริ่มเข้าเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยฯ เมื่อภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2564

คณะ บริหารธุรกิจ : เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์คอมพิวเตอร์

ข้าพเจ้าได้ลงทะเบียนเรียนรายวิชาครบตามหลักสูตรจำนวน 36 หน่วยกิต เทียบโอนรายวิชา..... หน่วยกิตและ

ผ่าน.....

ข้อกำหนดการศึกษาของคณะฯ แล้ว และคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาที่..... ปีการศึกษา.....

ได้ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่..... ปีการศึกษา.....

ไม่ได้ลงทะเบียนเรียน และได้ทำเรื่องรักษาสภาพไว้แล้ว (นำไปเสร็จชำระเงินค่ารักษาสภาพมาเป็นหลักฐาน

จึงขอแจ้งสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

(ลงชื่อ) นิพนธ์ ไทพงษ์พรหม
(นางสาวนิพนธ์ ไทพงษ์พรหม)

ความเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา/ประธานกรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ <u>6 พันธุ์ คอว</u>	ความเห็น หน.สาขาวิชา/ประธานคณะกรรมการบริหาร หลักสูตร <u>6 พันธุ์ คอว</u>
(ลงชื่อ) <u>6 พันธุ์ คอว</u> (<u>อ.พันธุ์ คอว</u>)	(ลงชื่อ) <u>6 พันธุ์ คอว</u> (<u>อ.พันธุ์ คอว</u>)