



จูลสารส่งเสริมการวิจัยบริหารธุรกิจ

ฝ่ายวิจัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

จูลสารรายเดือน ฉบับที่ 4 ปีที่ 2 เดือนเมษายน 2557



ร่วมสร้างสรรค์สังคม ร่วมสร้างสมงานวิจัย

สารบัญ

1 หน้าปก

อาคารคณะสังคมศาสตร์และคณะศึกษาศาสตร์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน
ภาพถ่าย โดย ว่าที่ร้อยตรีหญิงสาวิตรี แก้วสุวรรณ

3 งานวิจัยสู่ชุมชน

การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย
โดย อ.ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย

4 คู่มือแบบฟอร์มเขียนบทความ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์
โดย อ.ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล

5 แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม

จริงหรือที่ผลิตภัณฑ์โอท็อปได้รับการพัฒนา ยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ
เข้าถึงแหล่งทุนและการตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ
โดย ผศ.ภัทราพร จิตสร้างบุญ

6 สารแนะนำเรื่องการวิจัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยทางธุรกิจ
โดย อ.ดร.พนิต กุลศิริ

7 การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ

โดย อ.ดร.กัลยกิตต์ กิรติอังกูร

8 ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

การปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ไทย

การรวมกลุ่มของประเทศในอาเซียนเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ทำให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคบริการหนึ่งที่จะมีการเปิดการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบ ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพสูงในการให้บริการการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยว สมาคมเทคโนโลยีการท่องเที่ยว มีแผนในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการ โดยการทำการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (E-tourism)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความแตกต่างของการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Assimilation) มาให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ และระดับความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (E-tourism Progression) ของโรงแรมที่ดำเนินการในประเทศไทยทั้งขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่มีการให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ โดยการสำรวจเว็บไซต์เบื้องต้นของโรงแรมเป็นการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และอีกส่วนจะเป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของโรงแรมที่ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ คือ เจ้าหน้าที่หรือผู้บริหารโรงแรม ใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสะดวกจากโรงแรมในหลายจังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต เชียงใหม่ การเก็บข้อมูลใช้วิธีการโทรศัพท์เพื่อติดต่อกลุ่มตัวอย่าง และส่งแบบสอบถามด้วยไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามส่งแบบสอบถามกลับมาจำนวน 139 ราย

ผลจากการวิจัยในด้านการสนับสนุนของผู้บริหารของโรงแรมให้องค์กรมีโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี การสนับสนุนให้มีระบบงานต่างๆ มาใช้ในการบริหารการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนให้บุคลากรได้เรียนรู้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหาร รวมถึงการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ทดแทนการให้บริการด้วยคนที่รวดเร็วขึ้น พบว่า โรงแรมขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่มีระดับการสนับสนุนจากผู้บริหารที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่แรงกดดันจากการเข้าร่วม AEC ของไทย ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้มีการปรับตัวในการให้บริการการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตและปรับเปลี่ยนการทำงานโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก แต่ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมโรงแรม ทำให้โรงแรมขนาดใหญ่มีการปรับปรุงการให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ให้ดียิ่งขึ้น และปรับกลยุทธ์ด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการที่มีระดับสูงกว่าเทคโนโลยีของโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม

ในส่วนของระดับความก้าวหน้าของการให้บริการการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ของโรงแรมทั้ง 3 ขนาด พบว่า โรงแรมโดยรวมมีความก้าวหน้าในระดับการนำเสนอข้อมูลออนไลน์ แต่โรงแรมขนาดใหญ่ให้ข้อมูล/รูปภาพเกี่ยวกับการให้บริการการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ ข้อมูลโรงแรม/เที่ยวบิน/รถเช่า/การเดินทางไปถึงที่หมายในระดับที่สูงกว่าโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นสิ่งที่ต้องมีการปรับปรุงคือ ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำถามที่ถูกลืมบ่อย (FAQ) ผ่านเว็บไซต์ให้มากยิ่งขึ้น และโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กควรเพิ่มระดับการใช้เครือข่ายสังคมเพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และติดต่อกับลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตให้สูงขึ้น

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ (RMUTT Global Business and Economics Review) เป็นวารสารที่ได้รับการประเมินคุณภาพให้มีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index: TCI) เป็นวารสารที่รวบรวมบทความและบทความทางวิชาการ ผลงานการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบริหารธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมสาขาวิชาการต่าง ๆ ทางด้านบริหารธุรกิจ บริหารการตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการ และทรัพยากรมนุษย์ เศรษฐศาสตร์ และการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งการศึกษา เกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เกี่ยวกับพัฒนาการบริหารและการจัดการทางธุรกิจ บทความและผลงานการศึกษาวิจัยที่ประสงค์ตีพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ควรอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ควรส่งถึงกองบรรณาธิการทางไปรษณีย์โดยประกอบด้วยต้นฉบับของบทความ 1 ชุด และแผ่นดิสก์บันทึกต้นฉบับของบทความ 1 แผ่น (โดยเฉพาะในรูปแบบ MS Word) หรือส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ความยาวประมาณ 10 หน้า

2. บรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการคัดเลือก และตอบรับการตีพิมพ์สำหรับบทความที่ส่งและความรับผิดชอบใด ๆ เกี่ยวกับเนื้อหาและความคิดเห็นในบทความของผู้เขียนเท่านั้น บรรณาธิการผู้พิมพ์ไม่ต้องรับผิดชอบ

3. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีสิทธิ์ในการตีพิมพ์และพิมพ์ซ้ำ แต่ลิขสิทธิ์ของบทความของผู้เขียน

4. รูปแบบของต้นฉบับต้องเป็นไปตามรูปแบบดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 หน้าชื่อเรื่อง (the title page) ซึ่งประกอบด้วยชื่อบทความ ชื่อผู้เขียน ชื่อ และที่อยู่ของหน่วยงาน

4.2 บทคัดย่อ (Abstract) ควรประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับปัญหาหรือความสำคัญของ การศึกษา ผลการศึกษา และข้อสรุป ซึ่งรายละเอียดข้างต้นต้องเขียนอย่างกะทัดรัด

4.3 เนื้อเรื่อง (the text) ควรประกอบด้วยบทนำ วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา ผลการวิเคราะห์ตีความและสรุป

4.4 ตารางและรูปภาพ (Table and figure) ควรจะพิมพ์แยกจากตัวเนื้อเรื่องและระบุเลขที่ตารางและภาพเป็นตัวอารบิก

4.5 บรรณานุกรม (Reference) ซึ่งระบุเป็นตัวเลขอารบิกในเครื่องหมายวงเล็บและเรียงลำดับก่อนหลังตามลำดับการอ้างอิงถึง

เกณฑ์การประเมินบทความจะเริ่มต้นจากกองบรรณาธิการพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณา จะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และเมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ พร้อมทั้งวารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ฉบับที่นำบทความลงตีพิมพ์ผลงาน จำนวน 2 ฉบับ

ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ กรุณาส่งผลงานของท่านมาที่กองบรรณาธิการตามที่อยู่ข้างล่างนี้

บรรณาธิการ วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ถนนรังสิต - นครนายก อ.ธัญบุรี ต.คลองหก จ.ปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ 0-2549-3240-44
โทรสาร 0-2549-3243, 0-2577-4399 e-mail : natepanna@yahoo.com

แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม:

โดย ผศ.ภัทรภาพร จิตสร้างบุญ

จริงหรือที่ผลิตภัณฑ์โอท็อปได้รับการพัฒนา ยกกระดับมาตรฐาน คุณภาพสินค้าและบริการ เข้าถึงแหล่งทุนและการตลาดเชิงรุกทั้งใน และต่างประเทศ

วิสัยทัศน์ของโอท็อปที่วางไว้ คือ การยกระดับโอท็อป ต่อยอดสู่สากล ที่มีเป้าหมายให้ผลิตภัณฑ์โอท็อปได้รับการพัฒนา ยกกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ เข้าถึงแหล่งทุนและการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในวันนี้หากเราได้ติดตามการดำเนินการของกรมพัฒนาชุมชนแล้ว จะเห็นได้จากข้อมูลในตารางว่า รายได้จากโอท็อปสูงขึ้น แต่การเติบโตของจำนวนผู้ประกอบการกลับลดลง ทำให้เราตั้งข้อสังเกตได้ว่า การดำเนินงานของกรมพัฒนาธุรกิจสัมพันธ์ผลหรือไม่เพียงใด จากการวิเคราะห์การทำงาน ที่มีการดำเนินงานส่งเสริมการให้บริการศูนย์บริการเศรษฐกิจฐานราก โดย ทบทวนภารกิจของศูนย์ฯ การจัดกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ตาม Quadrant องค์กรความรู้ด้านการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการทำแผนการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดละ 10 กลุ่ม ในด้านการจัดทำแผนธุรกิจ การคัดเลือกแผนธุรกิจระดับจังหวัด

ซึ่งในความจริงแล้ว การผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความต้องการของตลาด และความพึงพอใจในตัวสินค้าจากแนวคิด และแนวทางการดำเนินงานของกรมพัฒนาชุมชน ทำให้ต้องมาทบทวนบทบาทการดำเนินงานใหม่ เพราะ สิ่งที่กำลังเกิดขึ้น คือ การถดถอยของการลดลงของจำนวนผู้ประกอบการซึ่ง หมายความว่า อาจมีการขาดการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ หรือขาดกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้สนใจในผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน หรือถ้ากลุ่มเป้าหมายที่วางไว้คือทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งก็ยังไม่มีการตั้งทีมวิจัยตลาด หรือ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าโอท็อปอย่างเป็นกิจลักษณะ เป็นเพียงให้ชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์กันเอง โดยไม่สามารถรู้ว่าสินค้านั้น ตรงกับความต้องการตลาดหรือไม่ เพียงใด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นใคร ชอบหรือไม่ชอบสินค้าหรือไม่อย่างไร



จากข้อคิดเห็นดังกล่าว หากมีการสนับสนุนอย่างยั่งยืน ทางกรมพัฒนาชุมชน จึงควรให้มีการสนับสนุนให้มีหน่วยงานวิจัยด้านความต้องการสินค้าโอท็อป และพฤติกรรมผู้บริโภค ของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ และต่างประเทศ ไปอย่างพร้อมเพรียงกันกับแผนพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้น (อ้างอิงข้อมูลจากกรมพัฒนาชุมชน)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยทางธุรกิจ

นักวิจัยทางธุรกิจส่วนใหญ่ย่อมอยากรู้ข้อมูลของคนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง πουผู้วิจัยต้องการศึกษาไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่แข่ง หรืออื่นๆ แต่คนเหล่านั้นอาจมีจำนวนมากเกินกำลังของผู้วิจัยในการเข้าถึงคนเหล่านั้นหรือต้องมีค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลหรือต้องใช้เวลานานมากในการติดต่อคนทุกคน ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้อาจทำให้เก็บข้อมูลจากทุกคนไม่ได้ นอกจากนั้น ผู้วิจัยอาจมีข้อจำกัดในการหาเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ดังนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการเลือกเก็บข้อมูลจากคนบางคนที่ผู้วิจัยเชื่อว่าเป็นตัวแทนที่ดีของคนได้ ในการวิจัยเราเรียกคนทั้งกลุ่มที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า ประชากร (Population) และเรียกกลุ่มคนบางคนที่เป็นตัวแทนของประชากรว่ากลุ่มตัวอย่าง (Sample) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างก็คือกลุ่มย่อยของประชากรนั่นเอง

ปัญหาสำหรับผู้วิจัยคือ ในการเลือกคนบางคนมาเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะถามใครและต้องเลือกคนที่คนถึงจะสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าคำตอบของคนเหล่านั้นสามารถนำไปใช้อ้างอิงกลับไปยังประชากรได้ หมายความว่าเราจะเชื่อได้อย่างไรว่าผู้วิจัยถามคนจำนวนมากพอที่จะกล่าวว่าคำตอบของพวกเขาคือคำตอบที่เราจะได้รับจริงจากคนทุกคน ซึ่งเรื่องนี้กำลังมีความสำคัญอย่างมากในสังคมไทยปัจจุบัน เมื่อมีการกล่าวอ้างถึงประชาชนส่วนใหญ่ก็มักจะมีคนถามว่า “ถามมาแล้วหรือยัง” หรือไม่ก็แย้งกันว่ากลุ่มใครหรือคนที่คนจึงจะเป็นเสียงของประชาชนที่แท้จริง การถามใครและไปถามจากบริเวณไหนถือได้ว่าเป็นประเด็นสำคัญต่อความถูกต้องของคำตอบที่จะนำไปใช้อ้างอิงถึงประชากร แต่การถามจากคนจำนวนกี่คนนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญมากเช่นกันที่ต้องใช้การพิจารณาให้รอบคอบ

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอาจใช้หลักทฤษฎีหรือใช้ความเป็นไปได้เชิงปฏิบัติเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างมีหลายวิธี เช่น

1. การกำหนดขนาดตามความนิยมของการวิจัยประเพณีนั้น (Conventional specification) นั่นคือการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามที่งานวิจัยในอดีตเคยกำหนดไว้ แต่ผู้วิจัยที่ใช้วิธีนี้ต้องมั่นใจว่างานวิจัยที่เป็นต้นแบบมีวิธีคิดขนาดตัวอย่างที่ถูกต้อง
2. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามข้อบังคับของสถิติที่ใช้ด้วยการใช้สูตรคำนวณ
3. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามค่าใช้จ่ายและงบประมาณที่มี
4. การกำหนดตามเวลาที่มีสำหรับการเก็บข้อมูล
5. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความแปรปรวน (Variance) หรือความแตกต่าง (Heterogeneity) หรือส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของประชากร ขนาดของการยอมรับความคลาดเคลื่อน (Magnitude of acceptable error) และระดับช่วงความเชื่อมั่น (Confidence level)
6. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป
7. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามความสำคัญของการตัดสินใจ ถ้าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ จำเป็นต้องนำข้อมูลจำนวนมากมาใช้ประกอบการตัดสินใจ เมื่อนั้นผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่
8. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของงานวิจัย งานวิจัยที่ต้องการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ไม่จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพราะอาจมีผลทำให้สรุปผลการวิจัยยาก เช่น การเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) ควรมีกลุ่มตัวอย่างขนาด 10-15 คน ต่อกลุ่มเท่านั้นเพื่อให้ทุกคนมีโอกาสให้ข้อมูล

การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ โดย อ.ดร.กัลยกิตติ์ กิรติอังกูร

รายการประชุมที่นำเสนอมาในครั้งนี้เป็นรายการประชุมที่ผู้สนใจสามารถค้นหาเพิ่มเติมได้จากแหล่งข้อมูล
ที่แสดงไว้นี้

ลำดับ	ชื่องานประชุม	แหล่งข้อมูล	สถานที่ / วัน
1.	2014 International Conference on Information and Education Innovations (ICIEI 2014)	http://www.iciei.org/	Chengdu, China 2 nd – 3 rd August 2014 Deadline for abstracts: 5 th Apr 2014
2.	8 th International Conference of Organizational Innovation 2014	http://www.iaoiusa.org/2014icoi/index.html	Manila, Philippines 12 th – 14 th August 2014 Deadline for abstracts: May 16, 2014
3.	Icare 2014 International Conference on Accounting Research	http://www.perak.uitm.edu.my/icare2014/	ULU KINTA , PERAK , Malaysia 2 nd – 3 rd Sep 2014 Deadline for abstracts: 1 st Apr 2014
4.	2014 International Conference on Innovation, Creativity & Entrepreneurship(ICICE2014)	http://academy.edu.sg/icice/	Singapore , Singapore 9th - 10th Oct 2014 Deadline for abstracts: 2 nd Jun 2014
5.	2014 Asia Conference on Economics & Business Research (ACEB2014)	http://academy.edu.sg/aceb/	Singapore , Singapore 13 rd - 14 th Nov 2014 Deadline for abstracts: 22 nd Jul 2014
6.	12 th World Congress of Accounting Educators and Researchers 2014	http://www.oic.it/iaaer2014/	Florence, Italy 13 rd – 15 th Nov 2014 Deadline for abstracts: 1 st Apr 2014

บทบรรณาธิการ

หน้าปกฉบับนี้เป็นภาพเปรียบเทียบตัวอาคารของคณะสังคมศาสตร์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในอดีตและปัจจุบัน เดิมคณะสังคมศาสตร์และคณะศึกษาศาสตร์ใช้พื้นที่ตึกเดียวกันโดยแบ่งพื้นที่คนละฝั่ง ต่อมาได้มีการปรับภูมิทัศน์ของ มศว. โดยทุบพื้นที่ตรงกลางอาคารเพื่อแยกออกเป็น 2 อาคาร หลังจากมีการปรับภูมิทัศน์แล้ว มศว. มีชื่อเสียงด้านความงามของสถานที่เป็นอย่างมาก มีผู้สนใจใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำละครและโฆษณาหลายครั้ง สำหรับจุลสารฉบับนี้บทความที่เสนอในหัวข้อแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมได้สร้างคำถามที่น่าสนใจในการพัฒนาธุรกิจ OTOP นอกจากนี้ เนื้อหาในหัวข้อสารบัญเรื่องการวิจัยและงานวิจัยสู่ชุมชนก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านเช่นเคย



คณะผู้จัดทำ

บรรณาธิการ

พนิต กุลศิริ

กองบรรณาธิการ

ภัทรภาพร	จิตสร้างบุญ
ปิยดา	สมบัติวัฒนา
สิฏฐากร	ชูทรัพย์
วรินทรา	ศิริสุทธิกุล
จิโรจน์	บุรณศิริ
วรางคณา	อดิศรประเสริฐ
กัลยกิตต์	กীরดีอังกูร
จิตอุษา	ชั้นทอง
กมลทิพย์	ประสิทธิ์ธรรานันท์
ธันยาภัทร์	จิตรนพรัตน์
สาวิตรี	แก้วสุวรรณ

ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

(ส่งได้ที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
หรือ ทาง e-mail rpmb.swu@gmail.com)

เนื้อหาทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในจุลสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น