

สำนักวิจัย ม.พายัพ ขออนุญาตนำส่งบทความ และแบบประเมินบทความฯ

Econ Symposium PYU <econsymposiumpyu@gmail.com>

พ 10/1/2024 11:15

ถึง:kunpatsawee@hotmail.com <kunpatsawee@hotmail.com>

สำเนาถึง:Econ Symposium PYU <econsymposiumpyu@gmail.com>

📎 สิ่งที่แนบมา 18 รายการ (5 เมกะไบต์)

แบบการประเมินบทความ_SYM_037.docx; SYM_037_blind.docx; SYM_037_blind.pdf; แบบการประเมินบทความ_SYM_043.docx; SYM_043_blind.pdf; SYM_043_blind.docx; SYM_058_blind.doc; แบบการประเมินบทความ_SYM_058.docx; SYM_058_blind.pdf; SYM_072_blind.doc; SYM_072_blind.pdf; แบบการประเมินบทความ_SYM_072.docx; แบบการประเมินบทความ_SYM_082.docx; SYM_082_blind.pdf; SYM_082_blind.docx; แบบการประเมินบทความ_SYM_085.docx; SYM_085_blind.doc; SYM_085_blind.pdf;

เรียน ผศ.ดร.กัญญ์พัทธ์วี กล่อมธงเจริญ

ทางสำนักวิจัยขออนุญาตนำส่งบทความจำนวน 6 เรื่อง ดังนี้

- ✓ 1.sym_037
- 2.sym_043
- 3.sym_058
- 4.sym_072
- 5.sym_082
- 6.sym_085

เรียน คณบดี

- เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ
- เพื่อโปรดทราบ
- เห็นควร ส่ง/พิจารณา/เสนอ

- อนุมัติ
- ทราบ/จัดตั้งเสนอ

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

23 ม.ค. 2567

และแบบประเมินบทความมาในอีเมลฉบับนี้โดยทางสำนัก จะ **ขอรับเอกสารประเมินคืน** ภายในวันที่ 17 มกราคม 2567 ถ้าเรื่องไหนเสร็จเร็วขอรับทวน อาจารย์กรุณาทยอยส่งแบบประเมินให้ด้วยครับ

23 ม.ค. 2567

ทั้งนี้ ขอรับทวนอาจารย์ช่วยพิมพ์ลงในประเมินให้ด้วยครับ

เรียนคณบดี

เพื่อโปรดทราบ

10 มค 2567

ขอขอบพระคุณอย่างสูง
สำนักวิจัย
มหาวิทยาลัยพายัพ
0818857700

เรียน คณบดี

- เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ
- เพื่อโปรดทราบ
- เห็นควรแจ้ง หน่วยงานต้นคณะ เพื่อทราบ
และดำเนินการต่อไป

11 มค. 67
จันทร์ ชัยชนะ
23 ม.ค. 67

สำนักวิจัย ม.พายัพ ขออนุญาตนำเสนอบทความ และแบบประเมินบทความเพิ่มเติม 1 เรื่อง

Econ Symposium PYU <econsymposiumpyu@gmail.com>

พ 10/1/2024 11:42

ถึง:kunpatsawee@hotmail.com <kunpatsawee@hotmail.com>

สำเนาถึง:Econ Symposium PYU <econsymposiumpyu@gmail.com>

📎 สิ่งที่มา 3 รายการ (987 กิโลไบต์)

SYM_073_blind.doc; แบบการประเมินบทความ_SYM_073.docx; SYM_073_blind.pdf;

เรียน ผศ.ดร.กัญญ์พัสรี กล่อมธงเจริญ

ทางสำนักวิจัยขออนุญาตนำเสนอบทความ เพิ่มเติม อีกจำนวน 1 เรื่อง ดังนี้
1.sym_73

และแบบประเมินบทความมาในอีเมลฉบับนี้โดยทางสำนัก จะ **ขอรับเอกสารการประเมินคืน**ในภายในวันที่ **17 มกราคม 2567** ถ้าเรื่องไหนเสร็จเร็วขอรบกวน **อาจารย์กรุณาทยอยส่งแบบประเมินให้ด้วยครับ**

ทั้งนี้ ขอรบกวนอาจารย์ช่วยพิมพ์ลงในประเมินให้ด้วยครับ

ขอขอบพระคุณอย่างสูง
สำนักวิจัย
มหาวิทยาลัยพายัพ
0818857700

เรียน ผศ.ดร.กัญญ์พัสรี
เพื่อโปรดทราบ
10 มค 2567

เรียน คณบดี

เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ
 เพื่อโปรดทราบ
 เห็นควร **ส่ง/เพื่อส่งในรูปของเอกสาร/ใบ**
ส่ง/เพื่อส่งในรูปของเอกสาร/ใบ
2.3 มค. 2567

อนุมัติ
 ทราบ/จัดตั้งส.
คณบดีคณะบ.
2.3 มค. 2567

แนวทางการเพิ่มความตั้งใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. กรณีศึกษาในกลุ่มลูกค้าสาขา

ฝ่ายสาขากรุงเทพและปริมณฑล 1 เขตกรุงเทพ-เหนือ

Guidelines for increasing purchase intention of GHB saving lottery a case study of

Customers in Bangkok and its vicinity 1 branch in Bangkok – North Region

บทคัดย่อ

การวิจัยแนวทางการเพิ่มความตั้งใจซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมความตั้งใจซื้อของลูกค้า เพื่อระบุอิทธิพลของการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเสนอแนวทางเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าที่เคยและไม่เคยซื้อสลากออมทรัพย์ ที่มีความตั้งใจซื้อสลากออมทรัพย์ จำนวน 400 คน และศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการแบบสัมภาษณ์ จำนวน 8 คน โดยแบ่งเป็นผู้บริหารจำนวน 3 คน ลูกค้าจำนวน 5 คน ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อและตั้งใจซื้อสลากออมทรัพย์ชุดพิมานมาศ Plus จากช่องทางด้านหน้าเคาน์เตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อถูกรางวัล ความถี่ในการซื้อนาน ๆ ครั้ง (1-2 ปี) ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ IMC ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์มากที่สุด คือการโฆษณา ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงาน กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อสลากออมทรัพย์พบว่า การไม่ถูกรางวัลใหญ่ อัตราผลตอบแทน และการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ต่าง ๆ มีน้อย แนวทางการแก้ปัญหา คือ การเพิ่มจำนวนรางวัล อัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้น และการส่งเสริมการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คำสำคัญ : การตลาดแบบบูรณาการ ความตั้งใจซื้อ สลากออมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส
 ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
 FACTORS INFLUENCING DECISION TO PURCHASE "KELDDAW PLUS" SAVING LOTTARY OF
 GOVERNMENT HOUSING BANK IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านทัศนคติการออม และปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยง กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส จำนวน 400 ราย ผ่านการรวบรวมแบบสอบถาม และใช้วิเคราะห์คือสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท โดยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส มากที่สุด ได้แก่ ความใส่ใจบริการ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ และรูปธรรมการให้บริการในปัจจัยด้านการทัศนคติการออม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส มากที่สุด ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจในการออม และพฤติกรรมการออม และสุดท้ายปัจจัย ด้านการยอมรับความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส มากที่สุด ได้แก่ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพ และความเสี่ยงทางด้านจิตวิทยา

คำสำคัญ : การยอมรับความเสี่ยง คุณภาพการให้บริการ ทัศนคติการออม สลากออมทรัพย์ ธอส. ชุดเกล็ดดาว พลัส

การบริหารจัดการความขัดแย้งที่มีอิทธิพลต่อผลของการทำงานของพนักงานธนาคารในภาคตะวันออก
CONFLICT MANAGEMENT AFFECTING JOB PERFORMANCE OF BANK EMPLOYEES IN EASTERN
REGION

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการความขัดแย้งที่มีอิทธิพลต่อผลของการทำงานของพนักงานธนาคารในภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือ พนักงานธนาคารในภาคตะวันออก โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสูตรของ Tora Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 – 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อายุงานที่ธนาคารในปัจจุบัน 2 – 5 ปี 1) ปัจจัยส่วนบุคคลจะมีผลต่อการทำงานของพนักงานธนาคารในภาคตะวันออก ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงานที่ธนาคารในปัจจุบัน แผนกที่ทำงานในปัจจุบัน 2) ผลการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในภาคตะวันออก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการความขัดแย้งภายในองค์กร ด้านการประนีประนอม ด้านการยอมตาม ด้านการหลีกเลี่ยง ด้านการใช้อำนาจ ด้านการบูรณาการ จะมีผลต่อการทำงานของพนักงานธนาคารในภาคตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

คำสำคัญ : ด้านการประนีประนอม ด้านการยอมตาม ด้านการหลีกเลี่ยง ด้านการใช้อำนาจ ด้านการบูรณาการ

Abstract

The objectives of this research was to study the conflict management affecting job performance of bank employees in Eastern Region. The sample of this research is bank employees in eastern region, using the formula of Tora Yamane. The number of sample size was 300. Statistics used in data analysis were frequency, mean, test of variance and analysis of multiple regression equations. The results showed that most of the sample was female, age 41 – 50 years, most are bachelor's degree level, current working experience at the bank is 2 – 5 years. 1) person factors had an effect on the job performance of bank employees in eastern region in term of gender, age, education level, current years of employment at the bank, current department. 2) Performance results of bank employees overall, the average level is at

**แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทไม่มีเงินฝาก
ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร**
The Guidelines for Increasing the loan balance of the housing loan welfare program
non-deposit type of Government Housing Bank Customers in Bangkok

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของลูกค้า สาเหตุที่ยอดสินเชื่อลดลง ปัจจัยคุณภาพการบริการและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และนำเสนอทางเลือกเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทไม่มีเงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ทำการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร พนักงานธนาคาร ผู้ประสานงานและพนักงานที่มีข้อตกลงโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทไม่มีเงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 5 ตัวอย่าง และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์กับผู้ประสานงานและพนักงานในหน่วยงานที่มีข้อตกลงโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทไม่มีเงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 200 ตัวอย่าง รวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ หาความแตกต่างและวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าปัญหาด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเอาใจใส่ลูกค้า เป็นสาเหตุที่ทำให้ยอดสินเชื่อโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารลดลง ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจลูกค้าและปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กลยุทธ์ที่แนะนำ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาระบบเพื่อให้บริการสินเชื่อโครงการสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ประเภทไม่มีเงินฝากบนแอปพลิเคชันธนาคารได้เต็มรูปแบบ และ 2) กลยุทธ์ส่งเสริมการฝึกอบรมให้พนักงานเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ของธนาคาร

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อสวัสดิการ

Abstract

This independent study aimed to study the general characteristics of customers. Reasons for the decrease in loan balance service quality factors and marketing communications that affected decision making and presented options regarding ways to increase the loan balance of the housing loan welfare program non-deposit type of Government Housing Bank. The study was conducted using qualitative research methods with in-depth interviews with bank executives, employee, coordinators and employees who have a housing loan welfare program agreement non-deposit category of Government Housing Bank,

ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่
ใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Corporate image and Service quality of Government Housing Bank That affects the loyalty
of customers who use housing loan services in Bangkok and its vicinity

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านองค์กร และส่วนความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ,ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และยังพบว่า อายุอาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้า

จากการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านองค์กร และส่วนความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ,ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ทุกด้านที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ดังนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการปรับปรุงองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความเป็นรูปธรรมของการบริการ เพื่อเพิ่มคุณค่าต่อภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการลูกค้า รวมถึงมุ่งเน้นสร้างความโดดเด่นในด้านต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและเข้าถึงธนาคารได้ง่าย เพื่อนำไปสู่ความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์องค์กร, คุณภาพการให้บริการ, ความจงรักภักดี , ธนาคารอาคารสงเคราะห์

Abstract

The objective of this research is to study factors affecting the corporate image and service quality of the Government Housing Bank. That affects the loyalty of customers who use housing loan services in Bangkok and surrounding areas. It is quantitative research. By distributing questionnaires to a sample of 400 people, the results found that Corporate image factors Customers have the highest level of opinion in terms of service, employees, organization, and social responsibility. and service quality factors Customers have the highest level of opinion regarding the bank's trustworthiness. Response to customers ,in terms of making service users gain confidence and the concreteness of the service. It was also found that different ages,

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร
ในประเทศไทย

Factors Affecting Success in Risk Management in the Agricultural Machinery Industry in Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้เพื่อศึกษาระดับการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย และศึกษาปัจจัยการจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารองค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร จำนวน 150 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย มีการจัดการความเสี่ยงโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการประเมินความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก รองลงมาทุกด้านมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางคือ การระบุความเสี่ยง การลงมือทำ ติดตาม และควบคุมความเสี่ยง และการวางแผนรับมือกับความเสี่ยง เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณทดสอบปัจจัยการจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรพบว่า ปัจจัยการจัดการความเสี่ยง ทั้ง 4 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย ในภาพรวมได้ร้อยละ 68.30 โดยปัจจัยการวางแผนรับมือกับความเสี่ยง และปัจจัยการลงมือทำ ติดตาม และควบคุมความเสี่ยง ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การจัดการความเสี่ยง, เครื่องจักรกลการเกษตร, ความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรม

Abstract

The objectives of this study were to: 1) study the risk management level of the agricultural machinery industry in Thailand and 2) study the risk management factors affecting the success of

¹ นักศึกษา หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

อีเมล: wanwipha.ta@northbkk.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

อีเมล: wanwipha.ta@northbkk.ac.th

³ อาจารย์ ประจำหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

อีเมล: Chaivut.Ch@northbkk.ac.th