

Plagiarism Checking Report

Created on 2024-01-22 18:28:04 at 18:28 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
3544695	Jan 22, 2024 at 18:26 PM	parinya.nik@mcu.ac.th	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	การศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจฐานรากวิถีพุทธของชุมชนวัดหาดมูลกระบือ ย่อย 1.pdf	Completed	3.75 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	Community Economic Uplift Model through Integrated Development of Khao Mao Local Identity Products for Nang Rong District, Buri Ram Province	Pianjud, Sanpet	วารสารวิชาการ มจรบุรีรัมย์	1.97 %
2	Creative Product Innovation using Thai Wisdom for Creative Marketing in the Digital Age	จตุระกุล, สุภารักษ์	วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์	1.13 %
3	Research on Opinions on Sustainable Grassroot Economic Development Policy	รอดแก้ว, กาญจนา	วารสารสถาบันพระปกเกล้า	0.66 %

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

เด่นคือสินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกันไม่มีความแตกต่างบรรณจุภัณฑ์หีบห่อไม่สวยงามและทันสมัย 2 ตั้งราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุนของสินค้าทำให้ประสบปัญหาทางการเงินจนเกิดภาวะขาดทุน 3 ขาดช่องทางการจำหน่ายส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆทำให้ผู้บริโภคไม่รู้จักแบรนด์และสินค้า 4 เครือข่ายในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ซึ่งส่งผลให้ประชาชนที่ร่วมตัวกันผลิตสินค้ามีความท้อแท้ในการใน

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

และบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมไกรฤกษ์ปีนแก้ว 2554 นอกจากนี้ข้อมูลจากกรมพัฒนาชุมชนพบว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โอท็อปในปี 2561 มียอดขายสูงถึง 19 แสนล้านบาทและเมื่อดูข้อมูลเชิงลึกพบว่าสินค้าโอท็อปที่มีกว่า 20 000 กว่ารายกลับมีสินค้ามากกว่า 40 ของโครงการโอท็อปทั้งหมดที่ยังไม่สามารถก้าวสู่ความเป็นมาตรฐานสากลหรือแข่งขันในตลาดโลกได้หรือหากเปรียบเทียบยอดขายสินค้าโอท็อปกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศจีดีพีในปี 2561 ก็จะคิดเป็นเพียง 12 Marketing Oops 2562 นอกจากนี้วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดลหรือซีเอ็มเอ็มยู CMMU 2562 ได้ฉายภาพสถานการณ์สินค้าไทยพบว่าสินค้าโอท็อปไทยมีจุดอ่อนสำคัญ 3 ด้านหลักคือ 1 ด้านการตลาดโดยเฉพาะสินค้าไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือสินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกันไม่มีความแตกต่างบรรณจุภัณฑ์หีบห่อไม่สวยงามและทันสมัย 2 ตั้งราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุนของสินค้าทำให้ประสบปัญหาทางการเงินจนเกิดภาวะขาดทุน 3 ขาดช่องทางการจำหน่ายส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและไม่มีการทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆทำให้ผู้บริโภคไม่รู้จักแบรนด์และสินค้าปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมากซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่และต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างไรก็ตามก่อนที่ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม Product Innovation ซึ่งทำได้ 2 ลักษณะดังนี้ภาพที่ 1

10 และสรรเพชรเพียรจัดจุดพัฒนาสัมปปีโตจินตนาวิชรโพธิกรจารินีมาแก้วได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเหนียวแบบบูรณาการอำเภอบางรองจังหวัดบุรีรัมย์ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่คือขายแบบของฝากขายแบบกิจกรรมทดลองทำขายแบบออกร้านทำกินสดขายออนไลน์การออกบูธแสดงสินค้าตามงานเทศกาลและงานอีเวนท์การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายคือกลยุทธ์การตลาด 6P มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พบว่าการควบคุมมาตรฐาน

พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่คือขายแบบของฝากขายแบบกิจกรรมทดลองทำขายแบบออกร้านทำกินสดขายออนไลน์การออกบูธแสดงสินค้าตามงานเทศกาลและงานอีเวนท์การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายคือกลยุทธ์การตลาด 6P มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พบว่าการควบคุมได้รับบทความ 24 กุมภาพันธ์ 2564 แก้ไขบทความ 27 เมษายน 2564 ตอบรับตีพิมพ์ 28 เมษายน 2564 Received February 11 2021 Revised April 27 2021 Accepted April 28 2021 106 Academic MCU Buriram Journal Vol 6 No 1 2021 January/June มาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้แก่ลักษณะเนื้อสัมผัสสีกลิ่นรสสิ่งแปลกปลอมวัตถุเจือปนอาหารบรรจุภัณฑ์ปริมาณข้อมูลฉลากโภชนาการและลักษณะของผลิตภัณฑ์รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนพบว่าการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้การบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนจากสถานการณ์ปัญหาของชุมชนโดยแบ่งบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนพบว่ามูลค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 152806 มูลค่าเพิ่มมีดังนี้ ข้าวเหนียวดำมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 13622 ข้าวเหนียวลูกขี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 11530 ข้าวเหนียวดำลูกขี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 10721 ข้าวเหนียวมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 9831 ข้าวเหนียวกระยาสารมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 8847 คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้จัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงคำสำคัญรูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอัตลักษณ์พื้นถิ่นการบูรณาการ Abstract This research aimed to 1 create new and fair integrated marketing strategies of Khao Mao unripe rice identity products for Nang Rong district Buri Ram province

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

ผลิตภัณฑ์ได้แก่ลักษณะเนื้อสัมผัสสีกลิ่นรสสิ่งแปลกปลอมวัตถุเจือปนอาหาร
บรรจุภัณฑ์ปริมาณข้อมูลฉลากโภชนาการและลักษณะของผลิตภัณฑ์รูปแบบ
การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนพบว่าการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
ใช้การบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ภาคีเครือข่าย
ทั้งภาครัฐและเอกชนจากสถานการณ์ปัญหาของชุมชนโดยแบ่งบทบาท
หน้าที่ในการพัฒนาผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนพหุมูลค่าของ
ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 152806 และสถิติพรสารายาศาสตร์ชลดารุงเรื่องวรัญชลีเหมาะ
สุทธิได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จ

นโยบายให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนและกาญจนารอดแก้ววงศ์เสนาฯ
รณรงค์เงินได้ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการ
พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนผลการศึกษาพบว่า 1 การ
ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก 2 แนวทางการ
ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

ช่องทางการจำหน่ายคือกลยุทธ์การตลาด 6P มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์
พบว่าการควบคุมได้รับบทความ 24 กุมภาพันธ์ 2564 แก้ไขบทความ 27
เมษายน 2564 ดอรับตีพิมพ์ 28 เมษายน 2564 Received February 11
2021 Revised April 27 2021 Accepted April 28 2021 106 Academic
MCU Buriram Journal Vol 6 No 1 2021 January/June มาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ได้แก่ลักษณะเนื้อสัมผัสสีกลิ่นรสสิ่งแปลกปลอมวัตถุเจือปนอาหาร
บรรจุภัณฑ์ปริมาณข้อมูลฉลากโภชนาการและลักษณะของผลิตภัณฑ์รูปแบบ
การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนพบว่าการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
ใช้การบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ภาคีเครือข่าย
ทั้งภาครัฐและเอกชนจากสถานการณ์ปัญหาของชุมชนโดยแบ่งบทบาท
หน้าที่ในการพัฒนาผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนพหุมูลค่าของ
ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 152806 มูลค่าเพิ่มมีดังนี้ข้าวเม่าตุ๋นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
13622 ข้าวเม่าลูกชิ้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 11530 ข้าวเม่าคอกมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
10721 ข้าวเม่าหมีมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 9831 ข้าวเม่ากระยาสารมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
8847 คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้จัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้เกิดการกระจาย
รายได้อย่างทั่วถึงค่าสำคัญรูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ชุมชนอัตลักษณ์พื้นถิ่นการบูรณาการ Abstract This research
aimed to 1 create new and fair integrated marketing strategies of
Khao Mao unripe rice identity products for Nang Rong district Buri
Ram province 2 set the integrated standard of processed Khao
Mao local identity products to raise the community economy Nang
Rong district Buri Ram province 3 create the community economic
uplift model through integrated development of Khao Mao local
identity products for Nang Rong district Buri Ram

ตลาดในประเทศและตลาดเพื่อการส่งออกการให้ความรู้และส่งเสริมในการขอ
มาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม 3 การสนับสนุน 64 มกราคมเมษายน 2564 การ
ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนา
อย่างยั่งยืนงบประมาณเพื่อการเพิ่มผลผลิต 4 การขยายตลาดสินค้า
อุตสาหกรรมชุมชนไปต่างประเทศการจัดทำตลาดออนไลน์ 5 การสร้างอัต
ลักษณ์ของสินค้าเน้นสินค้าอุตสาหกรรมชุมชนที่อนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญา
ชุมชนและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนตลอดจนความรักความภาคภูมิใจ
ในชุมชนและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนข้อเสนอแนะจากการศึกษาความคิด
เห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและ
ข้อเสนอแนะทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนา
อย่างยั่งยืนในด้านเกษตรแปรรูปในชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนและด้าน
อุตสาหกรรมชุมชนเพื่อให้การนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริม
กลุ่มในชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งมีศักยภาพและ
สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1 การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อ
ให้ชุมชนมีความพร้อมรับมือในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของ
ชุมชน