

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 1 ของ 12 หน้า

MU-CIRB
วันประชุม...../...../..... วาระ.....

**แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจาก
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล
สำหรับโครงการที่ไม่มีมีการให้สิ่งแทรกแซง (No intervention)**

1. ชื่อโครงการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของลูกค้าต่อโฆษณาบน TIKTOK และความตั้งใจซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต

Title of protocol FACTORS INFLUENCING CUSTOMER ATTITUDES TOWARD TIKTOK ADVERTISING AND FUTURE PURCHASE INTENTIONS IN THE FOOD INDUSTRY

2. ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย นางสาว ชนมนิภา มงคลจรัสแสง

Title of investigator Miss Chonnipa Mongkolcharassang

สถานภาพ อาจารย์ สังกัด _____

บุคลากรอื่นๆ ระบุ ตำแหน่ง และสังกัด _____

นักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ ระดับ ป.ตรี ป.โท ป.เอก

สถานที่ทำงาน/สถานที่ติดต่อ สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหิดล
999 ถ.พุทธมณฑล สาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170

หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้สะดวก 061-984-4141

E-mail address: Chonnipa.Mongkolcharassang@gmail.com

2.1 ประสบการณ์และการฝึกอบรมด้านจริยธรรมการวิจัยในคน

จำนวนโครงการวิจัยภายใต้การดูแลของผู้วิจัยในช่วงนี้ 1 โครงการ

จำนวนผู้ร่วมวิจัย/อาสาสมัครที่อยู่ในความดูแลและต้องติดตามช่วงนี้รวมทั้งหมด 1 คน

ผู้วิจัยเคยผ่านการอบรมด้านจริยธรรมการวิจัยในคนครั้งล่าสุด เมื่อปี พ.ศ. 2565

ลงทะเบียนเรียนรายวิชาด้านจริยธรรม CITI program (March 2022)

อื่นๆ โปรดระบุ _____

ผู้วิจัยเคยผ่านการอบรมการวิจัยทางคลินิกที่ดี (GCP) ครั้งล่าสุด เมื่อปี พ.ศ. _____

ผู้วิจัยยังไม่เคยได้รับการอบรม แต่วางแผนจะพัฒนาศักยภาพที่วิจัยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ดังนี้

2.2 การมีส่วนได้ส่วนเสียของผู้วิจัยกับแหล่งสนับสนุนทุนวิจัย/ วัสดุวิจัย/ เครื่องมือวิจัย

ไม่มี มี (ระบุว่าผู้วิจัยมีความสัมพันธ์กับแหล่งสนับสนุนอย่างไร) _____

3. ชื่อผู้วิจัยร่วม/อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ลีลาสันติธรรม
ASSOCIATE. PROF.DR. ADISORN LEELASANTITHAM
สังกัด สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหิดล
999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170
หมายเลขโทรศัพท์ 081-353-1220
E-mail: adisorn.lee@mahidol.ac.th

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 2 ของ 12 หน้า

4. แหล่งทุนสนับสนุนการวิจัย (Funding)

- ไม่มีทุน
- อยู่ระหว่างการขอทุน โปรดระบุแหล่งทุน _____
- มีทุน* ภายในมหาวิทยาลัย โปรดระบุ _____
- ภายนอกมหาวิทยาลัย โปรดระบุ _____

5. หลักการและเหตุผลที่ต้องทำวิจัย

ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้คน โดยในอดีตผู้คนจะได้รับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างๆและบุคคลสามารถสื่อสารกันได้โดยตรงผ่านโซเชียลมีเดีย ผู้คนใช้โซเชียลมีเดียเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ รวมถึงการสื่อสาร การโฆษณา การซื้อและการขายสินค้าและบริการ และการศึกษาออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่างๆจึงหันมาใช้โซเชียลมีเดียมาใช้ในการตลาดแบบดิจิทัล ปัจจัยสามอันดับแรกที่ขับเคลื่อนองค์กรให้ใช้การตลาดบนโซเชียลมีเดีย (SMM) ได้แก่ ความตระหนักรู้ การโฆษณาและผลตอบรับ ดังนั้นการโฆษณาบนโซเชียลมีเดียสามารถช่วยให้ธุรกิจเพิ่มยอดขายและผลกำไรได้ อีกทั้งยังช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

การแพร่ระบาดของใหญ่ของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้คนสนใจซื้อของออนไลน์มากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อจากการออกจากบ้าน ณ ต้นปี 2565 พบว่า คนไทยทั้งหมด 81.2 เปอร์เซ็นต์มีการใช้โซเชียลมีเดีย นอกจากนี้โดยเฉลี่ยแล้ว คนไทยใช้เวลา 2 ชั่วโมง 59 นาทีต่อวันบนโซเชียลมีเดีย โดยที่ TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในไทยมาเป็นอันดับสี่ และยังเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมมาเป็นอันดับสาม รองจาก Facebook และ Line เมื่อมีการล็อกดาวน์เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 TikTok ได้กลายเป็นเครือข่ายโซเชียลมีเดียรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในประเทศไทย จากผลสำรวจพบว่า คนไทยชอบดูเนื้อหาวิดีโอ รวมทั้ง มิวสิควิดีโอ วิดีโอตลกๆ และบทวิจารณ์สินค้า ส่งผลให้การตลาดได้ให้ความสนใจไปที่การโฆษณาบน TikTok ผู้ประกอบการและผู้ค้าในประเทศไทยได้ใช้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มในการส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์และสร้างความตระหนักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และต้องการสร้างโฆษณาที่น่าดึงดูดและมีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลข้างต้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกศึกษาคุณลักษณะของโฆษณาบน TikTok เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาบน TikTok ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าประเภทอาหาร

6. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาปัจจัยการรับรู้โฆษณาของ TikTok ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าต่อโฆษณาสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของลูกค้าต่อโฆษณาบน TikTok กับความตั้งใจซื้อสินค้าของลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหาร

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุกกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 3 ของ 12 หน้า

7. การออกแบบการวิจัย

7.1 ชนิดของโครงการวิจัย

- | | | |
|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Descriptive study | <input type="checkbox"/> Participatory action research | <input type="checkbox"/> Qualitative research |
| <input type="checkbox"/> Observational study | <input type="checkbox"/> Case-control study | <input type="checkbox"/> Cohort study |
| <input type="checkbox"/> Retrospective study | <input type="checkbox"/> Cross-sectional | <input type="checkbox"/> Prospective study |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ _____ | | |
| <input type="checkbox"/> Pilot study | | |
- Surveillance, Monitoring
- Repository (using stored materials: cells, tissue, and fluid)
- Secondary Research using stored data that require owner's approval

7.2 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย (Subject selection and allocation)

7.2.1 เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย (Inclusion criteria)

- กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีประสบการณ์ใช้งาน TikTok และเคยรับชมโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารบน TikTok

7.2.2 เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัย (Exclusion criteria)

- ไม่มี

7.2.3 เกณฑ์การถอนตัวผู้เข้าร่วมการวิจัย (Withdrawal criteria for individual participants)

- “ไม่มี” เนื่องจากเป็น minimal risk research
- กรณีที่โครงการวิจัยมีความเสี่ยงสูงกว่า minimal risk โปรดระบุ.....

7.2.4 เกณฑ์การยุติการวิจัย (Termination criteria for the whole research project)

- “ไม่มี” เนื่องจากเป็น minimal risk research
- กรณีที่โครงการวิจัยมีความเสี่ยงสูงกว่า minimal risk โปรดระบุ.....

7.2.5 วิธีการจัดผู้เข้าร่วมวิจัยเข้ากลุ่ม (Subject allocation)

- “ไม่มีมีการแบ่งกลุ่ม” (ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนได้รับการปฏิบัติเหมือนกันตลอดการเข้าร่วมวิจัย)
- มีการแบ่งผู้เข้าร่วมวิจัยออกเป็น ๒ กลุ่ม หรือมากกว่า ระบุวิธีการแบ่งกลุ่ม เช่น simple random sampling โดยใช้ตารางสุ่ม อินเทอร์เน็ต (ระบุเว็บไซต์) หรือจับฉลาก cluster sampling โดยจัดตาม... minimization โดยใช้ criteria คือ _____

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 4 ของ 12 หน้า

7.3 ขนาดตัวอย่าง (Sample size)

- การคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample size calculation) กรณีเป็น Biomedical Research
 - ไม่เกี่ยวข้อง
- การประมาณขนาดตัวอย่าง (Sample size estimation) กรณีเป็น Social-Behavioral Research
 - กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีประสบการณ์ใช้งาน TikTok และเคยรับชมโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารบน TikTok โดยมีจำนวนประชากรประมาณ 3,290,888 คน
 - ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) โดยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน ในกรณีที่ผู้เข้าร่วมวิจัยถอนตัว รวมถึงกรณีผู้ตอบแบบสอบถามวิจัยกรอกข้อมูลผิด ผู้วิจัยจะมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำแบบทดสอบเพิ่ม 5% หรือประมาณ 20 คนจากจำนวนทั้งหมด 400 คน โดยรวมทั้งสิ้นเป็น 420 คน

7.4 ประเภทของผู้เข้าร่วมวิจัย

- Vulnerable subjects
 - Children mentally disable chronically ill
 - Others (please specified)
- Healthy volunteers

7.5 การดำเนินการหากผู้เข้าร่วมวิจัยถอนตัวออกจากการศึกษา

- ไม่ต้องรับผู้เข้าร่วมวิจัยทดแทน เนื่องจากจำนวนเพื่อ drop out ไว้แล้ว
- ต้องรับผู้เข้าร่วมวิจัยทดแทน

8. กระบวนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและอนุมานในการวิเคราะห์ งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยของโฆษณาบน TikTok ที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้าต่อโฆษณา และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อโฆษณาและความตั้งใจในการซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนทั้งหมด 7 ขั้นตอน

1. สร้างโมเดลแนวคิด (Conceptual Model)

โมเดลแนวคิดที่เสนอสำหรับงานวิจัยนี้ประยุกต์มาจาก Advertising Value model เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการโฆษณาบน TikTok และใช้ Theory of Reasoned Action เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาบน TikTok กับความตั้งใจในการซื้อสินค้าของลูกค้าในอุตสาหกรรมอาหาร

2. กำหนดสมมติฐานของงานวิจัย (Research Hypothesis)

จากโมเดลแนวคิดของงานวิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานงานวิจัยได้ทั้งหมด 10 สมมติฐาน ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยในโมเดลแนวคิด

3. กำหนดกลุ่มประชากร ขนาดประชากรที่สำรวจ (Sample Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีประสบการณ์ใช้งาน TikTok และเคยรับชมโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารบน TikTok โดยผู้วิจัยทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของทาโรยามาเน (Yamane, 1973) จึงได้ว่าขนาดตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามเพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงทำการสำรวจออนไลน์ทั้งหมด 420 ตัวอย่าง

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 5 ของ 12 หน้า

4. กำหนดเครื่องมือที่ใช้วิจัย (Research Tools)

ผู้วิจัยได้ใช้การทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Forms เป็นเว็บไซต์ที่สร้างความน่าเชื่อถือและมีความสามารถเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลคำตอบได้โดยง่าย โดยใช้แบบสอบถาม มีคำตอบแบบเลือกตอบ (Check List) และการวัดคะแนนตามแบบมาตราวัดของลิเคิร์ต (Rating Scale หรือ Five-Point Likert Scale)

5. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ (Testing the quality of tools)

ชุดแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำคำถามทุกข้อที่นำมาใช้ได้อ้างอิงมาจากคำถามที่ใช้งานจริงในงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในระดับสากล Q1 นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อยืนยันความถูกต้อง และความครอบคลุมของคำถามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย และเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าแบบสอบถามนั้นอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมทั้งประเมินความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ใช้แบบสอบถาม 30 ชุดจากกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทดสอบนำร่อง โดยนำผลลัพธ์ที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach

6. เก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection methods)

ผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถามออนไลน์และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2565

7. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis methods)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและอนุมานในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้จากแบบสอบถาม

9. สถานที่ทำวิจัย

Single center โดยเก็บสถานที่เดียว (single site) คือ อาคาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Multi center (ผู้เก็บข้อมูลมีหลายทีมแต่มี SOP เดียวกัน)

ภายในประเทศไทย โปรดระบุ Study Site(s) _____

ร่วมกับต่างประเทศ โปรดระบุ Study Site(s) _____

10. การส่ง Specimen ออกนอกมหาวิทยาลัยมหิดล

ไม่มี มี

11. การแบ่งปันข้อมูลการวิจัย (Data Sharing) กับนักวิจัยอื่น/ Sponsor/ หรือ องค์กรใดๆ

ไม่มี มี

12. ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ตลอดโครงการตั้งแต่ปี 2565 เดือนพฤษภาคม ถึงปี 2565 เดือนธันวาคม (รวมระยะเวลาตลอดโครงการ 8 เดือน)

ระยะเวลาเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัย 1 เดือน ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2565

13. กระบวนการเก็บข้อมูล (Data collection process)

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยแบบสอบถามในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน จำนวน 420 คน โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ฉบับภาษาไทยผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 6 ของ 12 หน้า

14. การวัดผล/การวิเคราะห์ผลการวิจัย (Outcome measurement/Data Analysis)

- ผลลัพธ์หลัก (Primary outcome)

ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีประสบการณ์ใช้งาน TikTok และเคยรับชมโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหารบน TikTok ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการคำนวณค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเขตพื้นที่อยู่อาศัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพร้อมนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการใช้งาน TikTok

ได้แก่ ประสบการณ์การใช้งาน TikTok ระยะเวลาโดยประมาณที่ใช้ในการเล่น TikTok ต่อวัน ประเภทเนื้อหาที่ท่านชื่นชอบรับชมใน TikTok แพลตฟอร์ม เหตุผลในการใช้ TikTok การติดตามเพจหรือบัญชีของตราสินค้า การซื้อสินค้าหลังจากได้เห็นสินค้านั้นปรากฏในโฆษณาบน TikTok และประสบการณ์การรับชมโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับอาหารบน TikTok โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาพร้อมนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารบน TikTok

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ Entertainment, Informativeness, Irritation, Credibility, Interactivity, Perceived Relevance, Advertising Value, Attitude toward Advertisement, Purchase Intention โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตาราง และ การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยจากสมการโครงสร้าง SEM ที่มีผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารบน TikTok

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาบน TikTok กับความตั้งใจซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากสมการ โครงสร้าง SEM เพื่อหาที่ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาบน TikTok กับความตั้งใจซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร

- ผลลัพธ์อื่นๆ (ถ้ามี) (Secondary outcome, if any)

-ไม่เกี่ยวข้อง-

- สถิติหรือวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Statistic or Process for Data Analysis)

1) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ structure equation model เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานและหาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร ในโมเดลความคิดของงานวิจัยชิ้นนี้

15. กระบวนการเชิญชวนให้เข้าร่วมการวิจัย (Recruitment process)

- สถานที่ที่จะเข้าถึงผู้เข้าร่วมวิจัย

- กลุ่มทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยจะประกาศแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 7 ของ 12 หน้า

- กระบวนการเข้าถึงผู้เข้าร่วมวิจัย

- ผู้วิจัยจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยประกาศลงกลุ่ม Facebook.com/groups/TikTok Thailand เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือผู้ใช้ TikTok และเคยรับชมโฆษณาเกี่ยวกับอาหารบน TikTok โดยจะทำการประกาศเชิญชวนร่วมตอบแบบสอบถามทุกๆ 3 วัน หรือจนกว่าจะครบจำนวนกลุ่มเป้าหมาย 420 คน

- การใช้สื่อช่วยประชาสัมพันธ์ในการเชิญชวนให้เข้าร่วมการวิจัย

มี

ไม่มี

16. กระบวนการขอความยินยอมให้เข้าร่วมวิจัย (Informed consent process)

ผู้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเพื่อขอความยินยอม คือ นางสาว ชนม์นิภา มงคลจรัสแสง
ระดับขั้นตอนการดำเนินการและเอกสารที่ใช้

- ให้ผู้ทำแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ในแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้ความยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผล

16.1 ต่อเนื่องกับกระบวนการเชิญชวนให้เข้าร่วมวิจัย (recruitment process) ใช่ ไม่ใช่ กรุณาตอบข้อ 16.2

16.2 ไม่ต่อเนื่อง โปรดระบุระยะเวลา _____

16.3 มีเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย (Participant information sheet) และหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมวิจัย (Informed consent form) แยกกันอย่างละ 1 ฉบับ

สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัยที่มีผู้ใหญ่และผู้เยาว์และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง

สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัยที่มีผู้ใหญ่ แต่ไม่สามารถให้ความยินยอมได้ด้วยตนเองเนื่องจาก เจ็บป่วยทางจิต (Mental illness), สติสัมปชัญญะบกพร่อง

สำหรับผู้ปกครองของผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นผู้เยาว์อายุต่ำกว่า 7 ปี

สำหรับผู้ปกครองและผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นผู้เยาว์อายุระหว่าง 7-12 ปี

มีเอกสารชี้แจงและแสดงความสมัครใจสำหรับผู้เยาว์ 1 ฉบับ

มีเอกสารชี้แจงและหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมวิจัยสำหรับผู้ปกครองของผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นผู้เยาว์ 1 ฉบับ

สำหรับผู้ปกครองและผู้เข้าร่วมวิจัยที่เป็นผู้เยาว์อายุระหว่าง 13-17 ปี

16.4 การขอความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรในหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมวิจัย โดยมีเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย (Participant information sheet)

ขอความยินยอมให้ลงนามในหนังสือแสดงเจตนายินยอม

ขอความยินยอมโดยวิธีอื่น ๆ โปรดระบุ การทำเครื่องหมาย ในแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้ความยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ผล

ขอยกเว้นการขอความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรเนื่องจาก _____

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 8 ของ 12 หน้า

17. ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในคน (Ethical Consideration)

17.1 เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องดำเนินการวิจัยในคน

เป้าหมายของโครงการวิจัยนี้เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวกับโฆษณาบน TikTok ที่ส่งผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโฆษณาและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของลูกค้ากับความตั้งใจซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร จึงทำให้ผู้วิจัยต้องสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการและมีความแม่นยำในการวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของลูกค้าที่รับชมโฆษณาเกี่ยวกับอาหารบน TikTok โดยเนื้อหาคำถามเป็นเพียงการให้คะแนนเพื่อนำมาวิเคราะห์เท่านั้น

17.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยนี้

1. ผลการศึกษานี้สามารถช่วยให้นักการตลาดเข้าใจและตระหนักถึงคุณลักษณะของโฆษณาใน TikTok ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าต่อโฆษณาบน TikTok ตลอดจนเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสามารถใช้แบบจำลองแนวคิดที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ เพื่อวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาและสร้างเนื้อหาโฆษณาที่มีประสิทธิภาพบน TikTok

17.3 ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ต่อผู้ที่เข้าร่วมวิจัย

17.3.1 เคยมีการวิจัยทำนองเดียวกับโครงร่างที่เสนอนี้มาก่อนหรือไม่ และเคยเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์อย่างไร
- ไม่เกี่ยวข้อง -

17.3.2 มาตรการป้องกันและแก้ไขที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ในโครงการนี้

ผู้ร่วมวิจัยสามารถถอนตัวได้ตลอดเวลา และในกรณีดังกล่าว ผู้วิจัยจะยุติการดำเนินการกับผู้ร่วมวิจัยและลบข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับจากผู้วิจัยที่ถอนตัวทันที นอกจากนี้จะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร่วมวิจัย

17.3.3 ชื่อ ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการให้ความช่วยเหลือผู้เข้าร่วมวิจัยหากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย

ผู้วิจัย

นางสาวชนมนันดา มงคลจรัสแสง

ที่อยู่ สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170

หมายเลขโทรศัพท์ 061-984-4141

E-mail: chonnipa.mongkolcharassang@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ลีลาสันติธรรม

ที่อยู่ สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170

หมายเลขโทรศัพท์ 081-353-1220 หรือ 02-889 2138 ต่อ 6301-2 โทรสาร 02-889 2138 ต่อ 6329

E-mail: adisorn.lee@mahidol.ac.th

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 9 ของ 12 หน้า

17.3.4 ชื่อผู้รับผิดชอบหรือแพทย์และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลาหากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์และสอบถามหากมีข้อสงสัยจากการวิจัย

ผู้วิจัย

นางสาวชนมณีภา มงคลจรัสแสง

ที่อยู่ สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170

หมายเลขโทรศัพท์ 061-984-4141

E-mail: chonnipa.mongkolcharassang@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อดิสร ลีลาสันติธรรม

ที่อยู่ สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
999 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล นครปฐม 73170

หมายเลขโทรศัพท์ 081-353-1220 หรือ 02-889 2138 ต่อ 6301-2 โทรสาร 02-889 2138 ต่อ 6329

E-mail: adisorn.lee@mahidol.ac.th

17.4 หลักฐานหรือข้อมูล (เอกสารอ้างอิง)

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(June), 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Chen, Z., & Zhang, Q. (2021). A Survey Study on Successful Marketing Factors for Douyin (Tik-Tok). *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12783 LNCS, 22–42. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77750-0_2
- Hanaysha, J. R. (2022). An examination of social media advertising features, brand engagement and purchase intention in the fast food industry. *British Food Journal*. <https://doi.org/10.1108/BJFJ-08-2021-0907>
- Li, S., & Jaharuddin, N. S. (2021). Influences of background factors on consumers' purchase intention in China's organic food market: Assessing moderating role of word-of-mouth (WOM). *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1876296>

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 10 ของ 12 หน้า

- Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. Journal of Retailing and Consumer Services, 46(September 2017), 58–69. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.001>
- K. Simon, “DIGITAL 2022: THAILAND,” Datareportal [Online]. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>. (Accessed: Aug.23, 2022)
- K. Simon, “TIKTOK STATISTICS AND TRENDS,” Datareportal [Online]. https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2022&utm_term=Thailand&utm_content=Facebook_Stats_Link. (Accessed: Aug.23, 2022)
- Ad Addict TH, “Summary of 7 statistics: advertising spending in May 2022, important information that advertisers and marketers should know from Nielsen Thailand” Ad Addict [Online]. <https://www.adaddictth.com/knowledge/NIELSEN-MEDIA-SPENDING-MAY-2022>. (Accessed: Aug.23, 2022)

17.5 วิธีการปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

ผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูล ได้แก่ หัวหน้าโครงการวิจัย นางสาวชนม์นิกา มงคลจรตแสง
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลไว้ 1 ปี หลังสิ้นสุดโครงการวิจัย

วิธีการทำลายเมื่อพ้นระยะเก็บข้อมูล

- ทำการลบข้อมูลทั้งหมดที่ทำกรเก็บไว้ทั้งตัวเครื่องคอมพิวเตอร์และ External Hard Disk ที่ทำการเก็บข้อมูลสำรองไว้

ใช้รหัสแทนชื่อและข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยในการบันทึกข้อมูลในรูปแบบเก็บข้อมูล

มีการบันทึกข้อมูลเป็น รูปถ่าย วิดิทัศน์ บันทึกเสียง

วิธีการอื่นๆ โปรดระบุ _____

ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป ขอให้ผู้วิจัยตรวจสอบความเสี่ยงของโครงการวิจัยของท่าน

โดยใช้ **Exemption Review Checklist** หรือ **Expedited Review Checklist**

หากโครงการวิจัยของท่านมีลักษณะตรงกับกรวิจัยที่ระบุไว้ใน checklist ประเภทใด ขอให้ส่ง checklist ที่กรอกแล้วมาพร้อมกับ

เอกสารโครงการวิจัย ที่เสนอขอรับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง

คณะกรรมการฯ จะตรวจสอบความถูกต้องของการประเมินอีกครั้ง หากความเห็นของคณะกรรมการฯ ตรงกับความเห็นของท่าน

ก็จะดำเนินการพิจารณาโครงการวิจัยที่ส่งมาโดยวิธี Exemption หรือ Expedited review

หากโครงการวิจัยของท่าน ไม่จัดอยู่ในประเภท Exemption Review หรือ Expedited Review

คณะกรรมการฯ จะดำเนินการพิจารณาโครงการวิจัยที่ส่งมาโดยวิธี Full-Committee Review

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 11 ของ 12 หน้า

18. เอกสารที่แนบมาพร้อมแบบเสนอโครงการวิจัย โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความ และขอให้ส่งทั้งเอกสาร และข้อมูลดิจิทัลให้ครบตามที่ใส่เครื่องหมายไว้

จัดส่ง	ชื่อเอกสาร	การตั้งชื่อไฟล์	แนบไฟล์
	0.แบบประเมินความเสี่ยงของ โครงการวิจัย		
<input checked="" type="checkbox"/>	Exemption Review Checklist	0.Exemption Review Checklist	PDF
<input type="checkbox"/>	Expedited Review Checklist	0.Expedited Review Checklist	PDF
<input type="checkbox"/>	โครงการนี้ไม่จัดอยู่ในประเภท Exemption หรือ Expedited Review		
<input checked="" type="checkbox"/>	1.แบบเสนอ โครงการวิจัย (Submission Form)	1.Submission Form	PDF*, Word
<input checked="" type="checkbox"/>	2.โครงร่างวิจัย (Protocol/Proposal)	2.Proposal	PDF
<input checked="" type="checkbox"/>	3.เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (Participant information sheet)	3.PIS/ Self-PIS (หากมีมากกว่า 1 กลุ่ม ให้ระบุ 3.1, 3.2, ... ตามลำดับ)	Word
<input type="checkbox"/>	4.หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยฯ (Informed consent form)	4.ICF	Word
<input checked="" type="checkbox"/>	5.ประวัติส่วนตัว ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน และผลงานของหัวหน้าโครงการวิจัย(Principal Investigator's Curriculum Vitae) และ ผู้วิจัยร่วม (Co-Investigators) ทุกราย กรณีเป็นนักศึกษาขอให้เพิ่มประวัติของอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	5.CV (หากมีมากกว่า 1 คน ให้ระบุ 5.1, 5.2, ... ตามลำดับ)	PDF
<input checked="" type="checkbox"/>	6.เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเช่น แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ แนวทางการสัมภาษณ์หรือสังเกต แบบบันทึกข้อมูลสำหรับการวิจัย (Case record form/ Case report form)	6.Questionnaire/Interview guide/ Case record form/ (หากมีมากกว่า 1 ให้ระบุ 6.1, 6.2,... ตามลำดับ)	PDF
<input type="checkbox"/>	7.เอกสารหรือสื่ออื่นๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการวิจัย (ถ้ามี)	7.Poster/ Recruitment Material (หากมีมากกว่า 1 ให้ระบุ 7.1, 7.2,... ตามลำดับ)	PDF
<input type="checkbox"/>	8.เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การขออนุญาตใช้ข้อมูลเพื่อการวิจัย, การขออนุญาตเข้าทำวิจัยในสถานที่ ฯลฯ	8. ตั้งชื่อตามเอกสารที่ส่งมา (หากมีมากกว่า 1 ให้ระบุ 8.1, 8.2,... ตามลำดับ)	PDF
	กรณีผู้วิจัยเป็นนักศึกษาให้แนบเอกสารต่อไปนี้เพิ่มเติม ดังนี้		
<input checked="" type="checkbox"/>	9. บท ๑ คำสั่ง อนุมัติหัวข้อสารนิพนธ์และแต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์	9.บท1	PDF

MU-CIRB	คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล	แก้ไข ณ วันที่ 10/01/2022
แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการฯ		หน้าที่ 12 ของ 12 หน้า

จัดส่ง	ชื่อเอกสาร	การตั้งชื่อไฟล์	แนบไฟล์
<input checked="" type="checkbox"/>	10.เอกสารยืนยันการผ่านการอบรม หรือลงทะเบียนเรียนรายวิชา ด้านจริยธรรม	10.Certificate (หากมีมากกว่า 1 ให้ระบุ 10.1, 10.2,... ตามลำดับ)	PDF

19. ข้อสัญญา

1. ข้าพเจ้าและคณะผู้วิจัยตั้งมีรายนามและได้ลงชื่อไว้ในเอกสารนี้ จะเริ่มดำเนินการวิจัยภายหลังจากที่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน และจะดำเนินการวิจัยตามกระบวนการที่ระบุไว้ในโครงร่างวิจัยฉบับที่ ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยมหิดล รวมทั้งดำเนินการขอความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยให้ข้อมูลตามเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัยที่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
2. หากมีความจำเป็นต้องปรับแก้ไข โครงร่างวิจัย ข้าพเจ้าจะแจ้งให้คณะกรรมการฯ ทราบเพื่อขอการรับรองก่อนเริ่มดำเนินการปรับเปลี่ยนทุกครั้ง และหากการปรับ โครงร่างวิจัยมีผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมวิจัย ข้าพเจ้าจะแจ้งการปรับเปลี่ยนและขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมการวิจัยเพิ่มเติมทุกครั้งที่มีการปรับเปลี่ยน
3. ข้าพเจ้าจะรายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์/เหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ล่วงหน้าในระหว่างการวิจัย ตามระเบียบของคณะกรรมการฯ ภายในเวลาที่กำหนด และจะให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัยอย่างเต็มความสามารถ
4. ข้าพเจ้าจะรายงานความก้าวหน้าของโครงการวิจัยต่อคณะกรรมการฯ อย่างน้อยปีละครั้งหรือตามกำหนดที่คณะกรรมการฯ แจ้ง และจะทำรายงานแจ้งปิดโครงการวิจัยเมื่อสิ้นสุดกระบวนการวิจัย
5. ข้าพเจ้าและคณะผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการวิจัยที่เสนอมาอย่างดีทุกขั้นตอน และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา หรือเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการวิจัย เพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของผู้เข้าร่วมวิจัย ได้เป็นอย่างดี

ลงชื่อ ชนมณีภา มงคลจรัสแสง หัวหน้าโครงการวิจัย ลงชื่อ _____ ผู้วิจัยร่วม
 (นางสาวชนมณีภา มงคลจรัสแสง) (รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ลีลาสันติธรรม)
 วันที่ 23 / 09 / 2022 วันที่ _____ / _____ / _____

20. การรับรองจากหัวหน้าหน่วยงานหรือผู้บังคับบัญชาโดยตรง หรืออาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ที่อนุมัติให้ดำเนินการวิจัยได้

ลงชื่อ _____
 (รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศร ลีลาสันติธรรม)
 อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์
 วันที่ _____ / _____ / _____