



BSRU
FACULTY OF
MANAGEMENT
SCIENCE
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



IMMS 2020

4th International Multiconference of Management Science 2020
The Management of Innovation for community development

Faculty of Management Science

BANSOMDEJCHAOPRAYA RAJABHAT UNIVERSITY

Certificate of Presentation

This is to certify

Dr.Ketut Sumantra

Presented a paper titled

Development Strategy on the Agriculture in Subak Lepud Area, Baha Village in Supporting the sustainable Community based
Tourism

4th International Multiconference of Management Science 2020

“The Management of Innovation for Community Development”

30 July 2020

(Asst. Prof. Dr. Nusanee Meekaewkunchorn, AFPT™)

Dean of Faculty of Management Science

เลขที่วุฒิปัตร์	<u>IMMS2020/105</u> / 2563
หน่วยงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ให้ไว้ ณ	วันที่ 30 กรกฎาคม 2563
เจ้าหน้าที่ทะเบียน	นายร่มไทร ฉ่ำคล้าย

4th

IMMS 2020

4th International Multiconference of Management Science 2020
The Management of Innovation for Community Development

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านวิทยาการจัดการ
ครั้งที่ 4 ประจำปี 2563

4th International Multiconference of Management Science 2020
The Management of Innovation for Community Development

เอกสารเผยแพร่ผลงานวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ



Conference Proceeding
Oral Presentation
Poster Presentation

เอกสารผลิตเผยแพร่ในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 4 (IMMS 2020)

1. Proceeding ฉบับ Full Paper: สำหรับผู้นำเสนอผลงาน
2. Proceeding ฉบับ Abstract: สำหรับผู้เข้าร่วมงาน
3. สามารถ download ไฟล์ Proceeding ฉบับ Full Paper ได้จาก <http://ms.bsru.ac.th>

Conference Proceeding Oral Presentation Poster Presentation

เอกสารเผยแพร่ผลงานวิชาการที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ
เล่ม การนำเสนอ ภาควิชาบริหาร และ ภาควิชาเทคโนโลยี

การประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ ประจำปี 2563 ครั้งที่ 4

4th International Multiconference of Management Science (IMMS) 2020

“The Management of Innovation for Community Development”

วันที่ 30 กรกฎาคม 2562 ณ อาคาร 7 ชั้น 15 (ห้องประชุมเฉลิมพระเกียรติ)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

เอกสารเผยแพร่ในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 4 (IMMS 2020)

1. Proceeding ฉบับ Full Paper: สำหรับผู้นำเสนอผลงาน
2. Proceeding ฉบับ Abstract: สำหรับผู้ร่วมงาน
3. สามารถ Download ไฟล์ Proceeding ฉบับ Full Paper ได้จาก <http://ms.bsru.ac.th>

IMMS 2020

4th International Multiconference of Management Science 2020
The Management of Innovation for community development



เครือข่ายการจัดการนานาชาติ

Academic Institutions

Universiti Utara Malaysia (UUM)
Universitas mahasaraswati Denpasar
National Pingtung University
Myanmar Imperial College
Phnom Penh International University (PPIU)
Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University
Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University
Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University
Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University
Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala
University of Technology Suvarnabhumi
Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University
Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University
Faculty of Management Science, Kanchanaburi Rajabhat University
Faculty of Management Science, Chaiyaphum Rajabhat University
Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University
Faculty of Business Administration and Accounting, Roi Et Rajabhat University
Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University
Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the
Royal Patronage
Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University
Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani Rajabhat University
Faculty of Management Sciences, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

คณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ IMMS2020

IMMS 2020 Consultants

ผศ.ดร.ลินดา	เกษมมา	อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผศ.ดร.เผด็จ	กำคำ	รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

IMMS 2020 Committee

Dr.Azahar Kasim		University Utara Malaysia (UUM)
Prof.Dr.Chi-Hsing Tseng		National Pingtung University
Assoc.Prof.Dr.Cyril Crasto		Ajeenkya DY Patil University
Assoc.Prof.Dr.Manju Rughwani		Ajeenkya DY Patil University
Mr.Hrridaysh Deshpande		Ajeenkya DY Patil University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณี	มีแก้วกฤษ	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิตา	ภู่แดง	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา	หล่อตระกูล	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา	วัฒนกาญจนะ	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพนธ์พงษ์	ชินพงษ์	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ	กิตติเลิศไพศาล	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรา	มาศมาลัย	รองคณบดีฝ่ายแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชพงศ์	เศรษฐบุตร	รองคณบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
อาจารย์ณัฐพันธ์	เกษสาคร	รองคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพ และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
อาจารย์ไชนิล	สมบุรณ์	รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
อาจารย์ ดร.ชัยวิชญ์	ม่วงหมี	รองคณบดีฝ่ายวิจัย อาคารสถานที่และความยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิชาการและบทความวิจัย Peer Review International conference

Prof Dr Steven Arquitt	Dr.Chaiyawit Muangmee
Prof Dr Richard Meaders	Dr.Pornsithakarn Sangwantong
Prof Dr Mark Rendon	Dr.Somyos Tiranawatananun
Prof Dr Arthur Gogatz	Dr.Worrapon Wangkananon
Prof Dr.William P. Wall	Dr.kitti keawkhiaiw
Mr.Bilal Khalid	Dr.Akadej Jamderm
Dr. Ky Ravikun	Dr.Bundit Phrapratanporn
Dr.Azahar Kasim	Dr.Pordee Sukpun
Dr.Noor Aziah Abdullah	Dr.Thun Chaitorn
Dr.Mohamad-Noor Sharipudin	Assistant Professor Dr.Narumol Soonsawad
Dr.Allan D. Tipan	Dr.Boonyarit Phongmekhin
Dr.Ketut Sumantra	Dr.Thananon Simmakul
Assistant Professor Dr.Nusanee Meekaewkunchorn	Dr. Nares Srimanee
Associate Professor Dr.Tatchapong Sattabut	Associate Professor Dr.Nawapron Rattanaburi
Associate Professor Dr.Khamphoh Chuathaew	Associate Professor Dr.Poramest Boonsri
Associate Professor Preyanuch Kijrunglejarean	Dr. Apakorn Poltian

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิชาการและบทความวิจัย Peer Review

ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ณัฐณี มีแก้วกฤษ
รองศาสตราจารย์.ดร.อุณนันต์
รองศาสตราจารย์.ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สรรพชัย เกียรณานนท์
ดร.ชัยวิชญ์ ม่วงหมี
รองศาสตราจารย์.ดร.กัมพล เชื้อแถว
รองศาสตราจารย์.ดร.ปรเมษฐ์ บุญศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ศุภยาศรี ประเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.สุเมธ ใจเย็น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ศิริรักษ์ ศรีเสวก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.กรรทอง หีบโลกสูง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ณัฐเดช ชาญปัญญา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ชวลา ละวาทิน
ดร.ธนัฐนันท์ จันทร์แย้ม
รองศาสตราจารย์.ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สุชาดา แสงดวงดี
ดร.สมยศ ศิรินวัฒนานันท์
ดร.นเรศ ศรีมณี
อาจารย์ณัฐพนธ์ เกษสาคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.นพพร รัตนบุรี
ดร.บรรดิษฐ์ พระประทานพร

รองศาสตราจารย์.ดร.รัชพงศ์ เศรษฐบุตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.นเรศ นิภากรพันธ์
ดร.เชิด ค้างไพบ
ดร.รติกา อังกูร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.นิรมล บางพระ
รองศาสตราจารย์.ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สามารถ อัยกร
รองศาสตราจารย์.ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล
ดร.เมธารัตน์ จันทะนี
รองศาสตราจารย์.ดร.วันทนา เนาวัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ธนิศา ภูแดง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ณัฐชา หน่อทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.รัตนา สีดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สุชาดา แสงดวงดี
รองศาสตราจารย์.ปริญญ์ กิจรุ่งโรจน์เจริญ
ดร.กัญญา แก้วเขียว
ดร.กิตติ แก้วเขียว
อาจารย์รัชก ปัญญาสุพัฒน์
ดร.ชนนัท สิมมากุล

กองบรรณาธิการการจัดทำเอกสารเผยแพร่ในงานประชุมวิชาการ (Proceeding)

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณี

มีแก้วกฤษ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ชัยวิชญ์

ม่วงหมี

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรา

มาศมาลัย

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชพงศ์

เศรษฐบุตร

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์ณัฐพนธ์

เกษสาคร

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์ไชนิล

สมบูรณ์

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุกฤต

คูพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นเรศ

นิภาพรพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์นิวัฒน์

ประสิทธิ์วรวิทย์

ผู้ช่วยคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ฝ่ายออกแบบศิลป์และจัดทำเอกสาร

นายร่มไทร

ฉ่ำคล้าย

เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดทำเอกสาร

นางสาวบุญถึง

สัมมาโภชน

นางสาวจรัสสมณี

โออุฒิธรรม

นางสาวภริษา

โชติรุจิโสภณ

นางสาววิภา

แก้วชมร

นางสาวพิมพ์พร

พานทอง

นายจินดา

ติระกุล

เจ้าหน้าที่ฝ่ายประสานงาน

นายสาธิต

ศิลารักษ์

นายวุฒิวัฒน์

เดชเรือง

นายอนุชา

แก้วลุมล

นายจิรน้อย

แดงดี

นางสาวมานิต

ห้องบ้านโข้ง

นายธีรน้อย

ฉิมพสุทธิ์

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

1061 อีสรรภาพ 15 แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600



Conference Programme

The 4th International Multiconference of Management Science 2020

“Innovation for Community Development”

30th July 2020

15th fl., Building No.7

Faculty of Management Science Bansomdejchaopraya Rajabhat University

Time	Activity
08.30- 09.00 am.	Registration, coffee, & networking
09.00 - 09.20 am.	Official opening of the Conference -Reporting speech by Dean of faculty of Management; Asst Prof. Dr.Nusanee Meekaewkunchorn -Opening speech by The president of Bansomdejchaopraya Rajabhat University; Asst.Prof.Dr.Linda Gainma
09.20 - 9.45 am.	Introducing host organizations and Presenting sovemiors and group photo
09.45 - 10.00 am.	Coffee break
10.00 - 11.00 am.	Keynote session 1: Innovation Management By Dr.William P.Wall; Assistant President of Stamford International University
11.00 am.- 12.00 pm.	Keynote session 2: Business adjustment in the tourism industry after COVID-19 (in Thai language) By Mr.Chote Trachu; Permanent secretary Ministry of Tourism and Sports
12.00 - 13.00 pm.	Lunch
12.30 น.- 12.55 pm.	Registration for oral and poster presentation
13.00 น.- 16.00 pm.	Oral presentation - Parallel sessions 1 : 15 th fl. meeting room - Parallel sessions 2 : 15 th fl. meeting room - Parallel sessions 3 : room no.781 - Parallel sessions 4 : room no.782 - Parallel sessions 5 : room no.783
13.00 น.- 16.00 pm.	Posters exhibition
15.00 น.-17.00 pm.	Official closing of the conference and Presenting certificates

Note: Live streaming on the conference at <http://ms.bsru.ac.th/new/imms2020/> or QR code



Oral Presentation Schedule

The 4th International Multiconference of Management Science 2020

IMMS 2020

30th July 2020

15 th fl. Meeting room : 1:00 – 5:00 pm.		
Session Chair 1: Dr.William P. Wall		
Session Chair 2: Dr.Apakorn Poltian		
Moderator: Mr.Bilal Khalid		
Oral Presentation		
1	A Research Study of the Relationship Between Effectual Communication and Business Growth Authors: Rutchel Refuerzo Morados, Nanda Lal Banik	1:00-1:15 pm.
2	Global Marketing Alliance in the Airlines Industry: Towards a Conceptual Framework Authors: Nanda Lal Banik	1:20 - 1:35 pm.
3	THE EFFECTS OF INDOOR AND OUTDOOR CONCERTS TOWARD SPECTATORS' FEELINGS (A CASE STUDY IN TDEJ3- THE POWER OF SHARING AND TDEJ5-CHALLENGE SPACE FESTIVAL) Authors: Nutt Dechapanya , Parichart Preechakorn	1:40 - 1:55 pm.
4	The relationship of sharing same goal, innovation, value creation, for sustainability of farmers Authors: Natcha Marui	2:00 – 2:15 pm.
5	Young Deression Authors: Dr.Noor Aziah Abdullah, Lee Ze Shen	2:20 – 2:35 pm.
6	New Concept of Malaysia: A Study on Framing on News Coverage in Malaysia Authors: AZahar Kasim, Sivaranjini Govindaran	2:40 – 2:55 pm.
7	The effect of omni channel retailing on purchase intention among young consumers Authors: Nor Liyana Azmi, Mohamad-Noor Salehuddin Sharipudin	3:00 – 3:15 pm.
8	Development Strategy on the Agriculture in Subak Lepud Area, Baha Village in Supporting the sustainable Community based Tourisn Authors: Ketut Sumantra, Ketut Widnyana, Made Wahyu Wijaya	3:20 – 3:35 pm.
9	Title: Filipino Academic Exchange Students' Adaptation in the Social, Academic and Cultural Dynamics Authors: Dr.Allan D. Tipan, Rhealyn Marquez	3:.40 – 3:55 pm.

ห้อง 784 เวลา 13.00 – 17.00 น.		
Session Chair 1: รศ.ดร.รัชพงศ์ เศรษฐบุตร		
Session Chair 2: ดร.กิตติ แก้วเขียว		
ผู้ดำเนินการ: ดร.ธนนท์ สิมมากุล		
Oral Presentation		
1	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านโซเชียลมีเดีย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ Shopee ผู้วิจัย ศิวะพร ขจรศักดิ์สิริกุล, บรรดิษฐ์ พระประทานพร	13.00-13.15
2	แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของสถาบันอุดมศึกษาผ่านการบริการวิชาการ ผู้วิจัย ประภาวิชญ์ พันธ์ทรัพย์สุข, พัทธนี แสนไชย, ผศ.อารยา วาตะ, ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์ , รศ.ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย	13.20-13.35
3	การวางแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวประเทศไทยและธุรกิจไมซ์ (MICE) หลังจากได้รับผลกระทบจากโรคระบาด COVID 19 ผู้เขียนบทความวิชาการ จารุณี บุญเรืองรัตน์	13.40-13.55
4	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ POS: กรณีศึกษาบริษัท ABC ผู้วิจัย ชลียา ยางงาม, นิศากร มะลิวัลย์	14.00-14.15
5	ผลิตภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : เครื่องอัดอากาศยี่ห้อ DYNA ผู้วิจัย วสันต์ แก้วแกมทอง พอดิ สุขพันธ์	14.20-14.35

ห้อง 786 เวลา 13.00 – 17.00 น.		
Session Chair 1: ดร.ไพฑูรย์ มากสุข		
Session Chair 2: รศ.ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย		
ผู้ดำเนินการ: ผศ.ปริยาภรณ์ สืบสวัสดิ์		
Oral Presentation		
1	การใช้สื่อสังคมออนไลน์อินสตาแกรมเพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้วิจัย นฤตินา นาคมนต์	13.00-13.15
2	การบูรณาการการเรียนการสอนสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้วิจัย วรชัย วิภูอุปโคตร, บุญยหนู วิภูอุปโคตร	13.20-13.35
3	การพัฒนาผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสาคร: หมี่กรอบช่างสำรวจ 26 ผู้วิจัย อาภา วรรณฉวี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ไพโล ไทพิทักษ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์นเรศ นิภากรพันธ์, อารยา แสงมหาชัย, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยราศรี	13.40-13.55
4	การวางแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าน้ำมะนาวแท้ ไร้ภูมิคุ้มกัน ผู้วิจัย รัตนา บุญอ่วม, ประภาวิชญ์ พันธ์ทรัพย์สุข ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สิงห์ขจร, รัตนา เทียมถนอม, ดร.ษ ประดิษฐ์ทรง, รุ่งตะวัน กาญจนภิรมย์สุข, จิรสุดา คุ่มบ้าน, พิษญา วงศ์สุวรรณ, สรัญญา เสริมสร้างสุข, จิราภรณ์ เลียงตะมะ	14.00-14.15
5	การศึกษาผลกระทบการใช้ชีวิตช่วงสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ของนักศึกษา ผู้วิจัย นลธวัช การหวิด, ดร.อารียา จุ้ยจำลอง	14.20-14.35

ห้อง 783 เวลา 13.00 – 17.00 น.		
Session Chair 1: ดร.ธัญย์ ชัยทร		
Co-Chair 2: ดร.บรรดิษฐ์ พระประทานพร		
ผู้ดำเนินการ: ดร.นเรศร์ ศรีมณี		
Oral Presentation		
1	การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการรับคืนสินค้า : กรณีศึกษา บริษัทเอปียี จำกัด ผู้วิจัย ศิริชัย ขจรกลิ่นมาลา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรองทอง หีบโคสูง	13.00-13.15
2	การศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัย บุญญฤทธิ์ ศรีมหันต์, ศาสตราจารย์ เอกอนงค์, ธนะศิษฐ์ อุ่นเสนีย์, ประทีป โกศลดำรงทรัพย์, กฤษดา อยู่เป็นหลัก, วศิน โสภณ, และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง	13.20-13.35
3	การออกแบบตราสินค้าห่อรอบข้างสำรวจ 26 จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัย อาภา วรรณฉวี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ไฉ่ ไทพิทักษ์	13.40-13.55
4	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7PS) ที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าของสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางบินภายในประเทศ ผู้วิจัย ศศกร วรพรจุฑี พอดี สุขพันธ์	14.00-14.15
5	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของคนที่อาศัยในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ผู้วิจัย กัญจน์พร สิงห์สถิตย์, ธิรัตน์ สองสีดา, พวงเพชร สุขประเสริฐ	14.20-14.35

ห้องประชุมชั้น 5 เวลา 13.00 – 17.00 น.		
Session Chair 1: ผศ.ดร.ณัฐณี มีแก้วกฤษ		
Session Chair 2: ดร.สมยศ ตีรพัฒน์นันท์		
ผู้ดำเนินการ: ผศ.นเรศ นิการพันธ์		
Oral Presentation		
1	การสร้างกระบวนการวิถีชีวิตใหม่ ด้วยระบบการจับคู่เจรจาธุรกิจแบบออนไลน์ เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสถานการณ์โควิด – 19 ผู้วิจัย ธิณณิษฐ์ เสนียวาส์ , ธิดาศร เสาวณศิริ , นิธินันท์ พร้อมพาณิชย์ , วรพล อินทนาม และ แววนภา ปรีสงค์	13.00-13.15
2	คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนระดับพรีเมียมของผู้บริโภค ผู้วิจัย วรัญญา นามวงศ์, บรรดิษฐ์ พระประทานพร	13.20-13.35
3	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงโคเนื้อ ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัย สมพงศ์ อินทะมาตย์, สุทัต ภูเกล้าแก้ว, พวงเพชร สุขประเสริฐ	13.40-13.55
4	การศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์เพื่อการพัฒนานวัตกรรมอำเภอบึงทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัย ผศ.ดร.สุทธนอม ตันเจริญ, ผศ.ดร.สุริยา พันธโกศล	14.00-14.15
5	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาทำงานของแรงงานต่างด้าว ในตลาดส้มเมืองรังสิต กรณีศึกษา จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัย สุพรรณิ วงษ์ใจ, ศิริลักษณ์ ปานอุทัย, พวงเพชร สุขประเสริฐ	14.00-14.15

กำหนดการนำเสนอภาคโปสเตอร์ (Poster Presentaion Schedule)

ห้องโถงหน้าห้องประชุมชั้น 15 เวลา 13.00 – 16.00 น.	
Session Chair 1: ดร.ภิญญดา รื่นสุข	
Session Chair 2: อาจารย์ณัฐพนธ์ เกษสาคร	
ผู้ดำเนินการ: ผศ.นเรศ นิภากรพันธ์	
Oral Presentation	
1	การจัดการการตลาดของธุรกิจท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจใหม่ ผู้วิจัย : ธนิตา กิจจารักษ์
2	การจัดการธุรกิจท้องถิ่นที่ขับเคลื่อนสู่โมเดลประเทศไทย 4.0 เพื่อเพิ่มดัชนีความสุขให้กับประชาชน ผู้วิจัย : บุปผา ฐานุตตมานนท์
3	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำหรับวัยทำงานผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผู้วิจัย : ณัฐชา คชกฤษ, พอดิ สุขพันธ์
4	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือผ่านสื่อสังคมเฟซบุ๊ก ผู้วิจัย : ภาวินี ถมทองคำ , พอดิ สุขพันธ์
5	กลยุทธ์ตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าในเฟซบุ๊ก ผู้วิจัย : พรทิพย์ ปานเอี่ยม , รศ.ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์ ,ดร.บรรดิษฐ์ พระประทานพร
6	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน ผู้วิจัย : ศักดิธัช นิลพฤษ, ดร.บรรดิษฐ์ พระประทานพร
7	ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัย : นฤมล สุ่นสวัสดิ์ , นัทรหทัย อีอนอก และฉัตรธาร ล้มอุปถัมภ์
8	ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัย : นัทรหทัย อีอนอก , นฤมล สุ่นสวัสดิ์ และฉัตรธาร ล้มอุปถัมภ์
9	ปัจจัยที่มีผลต่อดุลยภาพไข่ไก่ของไทย ผู้วิจัย : กัมพล เชื้อแถว
10	กลยุทธ์การบริหารองค์กรฝ่าวิกฤตโควิด – 19 ผู้วิจัย : นงนุช อุณอนันต์ และ ธัชพงศ์ เศรษฐบุตร
11	ศึกษาการลดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการจัดซื้อสินค้า (กรณีศึกษา บริษัท เอบีซี) ผู้วิจัย : กิตติพล พรหมทอง, ผศ.นิตยา มณีวงศ์
12	พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้ประกอบการสู่ยุคศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัย : เกษสุดา บุรณศักดิ์สถิตย์
13	A study of revenue and expense accounting and internal accounting control of temples in Bangkok Yai District Bangkok ผู้วิจัย : Supawadee Somsri

14	The Impacts of Visionary Leadership Styles on Corporate Social Responsibility ผู้วิจัย : Korrakot Vanakornkul
15	การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์สินค้ากระเป๋าลายดาวล้อมเดือน กลุ่มสตรี เจ็ดริ้วพัฒนา อาเภอบางแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัย : รัชนก ปัญญาสุพรรณ , รัตนา บุญอ่วม , และปรียาภรณ์ สืบสวัสดิ์ , ณศณี มีแก้วกุลธร ¹ ชัยวิชญ์ ม่วงหมี่ ² และ นเรศ นิภากรพันธ์ ³
16	The Theory of Hofstede's National Culture in International Business Management ผู้วิจัย : Korrakot Vanakornkul

คำนำ

การประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติด้านวิทยาการจัดการ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2563 “การบริหารจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชน” (The 4th International Multiconference of Management Science 2020: The Management of Innovation for Community Development: The 4th IMMS) จัดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรมทางด้านการจัดการ เพื่อการพัฒนาชุมชนที่มีการพัฒนาขึ้นในปัจจุบัน เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยของอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษาสู่สาธารณชน และเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างสถาบัน

เอกสารเผยแพร่ผลงานวิจัยจากการนำเสนอในการประชุมวิชาการฉบับนี้ครอบคลุมประเด็นปัญหา และแนวโน้มทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การจัดการโลจิสติกส์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการท่องเที่ยว การประชุมในครั้งนี้ได้รับเกียรติจาก Dr. William P. Wall และนายโชติ ตราชู มาบรรยายพิเศษในเรื่องการปรับตัวของธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ได้อย่างยอดเยี่ยม นอกจากนั้นการประชุมครั้งนี้มีนักวิจัยเข้าร่วมนำเสนอระดับนานาชาติจำนวน 9 เรื่อง และระดับชาติจำนวน 22 เรื่อง และมีการนำเสนอภาคโปสเตอร์จำนวน 17 เรื่อง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะคณะกรรมการดำเนินงาน สมาชิกเครือข่ายคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยในความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนผู้ร่วมนำเสนอผลงานที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้การจัดการประชุมครั้งนี้สำเร็จด้วยดี



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณี มีแก้วกฤษ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการ IMMS 2020

สารบัญ	
เครือข่ายการจัดการนานาชาติ (INMS)	I
คณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ IMMS2020	II
ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิชาการและวิจัย (Peer Review)	III
กองบรรณาธิการจัดทำเอกสารเผยแพร่ในงานประชุมวิชาการ (Proceeding)	IV
กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4	V
คำนำ	VI
สารบัญ	VII
A Research Study of the Relationship Between Effectual Communication and Business	1
Development Strategies on the Agriculture in Subak Lepud Area, Baha Village, in Supporting the Sustainable Community Based Tourism	8
Global Marketing Alliance in the Airlines Industry: Towards a Conceptual Framework	20
New Concept of Malaysia: A Study on Framing on News Coverage in Malaysia	28
The effect of Omni channel retailing on purchase intention among young	48
The Effects of Indoor and Outdoor Concerts Toward Spectators' feelings (A CASE STUDY IN TDEJ3- THE POWER OF SHARING AND TDEJ5-CHALLENGE SPACE FESTIVAL)	57
The Filipino Academic Exchange Students' Adaptation in the Social, Academic and Cultural Dynamics: Basis to Avert Culture and Future Shocks	72
The relationship of sharing same goal, innovation, value creation, for sustainability of	87
Young Depression	93
A study of revenue and expense accounting and internal accounting control Of temples in Bangkok Yai District Bangkok	98
The Impacts of Visionary Leadership Styles on Corporate Social Responsibility	103
The Theory of Hofstede's National Culture in International Business Management	107
การศึกษาพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี	122
กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านโซเชียลมีเดีย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ Shopee ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	123
การใช้สื่อสังคมออนไลน์อินสตาแกรมเพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	135
การบูรณาการการเรียนการสอนสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน	148
การพัฒนาผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสาคร: หมีกรอบข้างสำรวจ 26	167
การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการรับคืนสินค้า : กรณีศึกษา บริษัทเอพีซี จำกัด	179
การยกระดับผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแห้งด้วยบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กรณีศึกษา กลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตกะปิ สมุทรสาคร จำกัด	187

การวางแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าน้ำมันแว้ ไร่ภูมินทร์187	198
การศึกษาผลกระทบการใช้ชีวิตช่วงสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ของนักศึกษา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และการศึกษาองค์การ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	208
การศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์เพื่อพัฒนานวัตกรรมอำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี	219
การสร้างกระบวนการวิถีชีวิตใหม่ ด้วยระบบการจับคู่เจรจาธุรกิจแบบออนไลน์ เพื่อลดข้อจำกัดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสถานการณ์โควิด – 19	234
การออกแบบตราสินค้าหมีกรอบช่างสำรวจ 26 จังหวัดสมุทรสาคร	240
คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนระดับพรีเมียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	252
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่วนท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจใหม่	265
แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของสถาบันอุดมศึกษาผ่านการบริหารวิชาการ กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลบ้านกระเช้าขาว	279
บทความวิชาการ เรื่อง การวางแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวประเทศไทยและธุรกิจไมซ์ (MICE) หลังจากได้รับ ผลกระทบจากโรคระบาด COVID 19	288
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ POS: กรณีศึกษา บริษัท ABC	300
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงโคเนื้อ ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี	317
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของคนทำงานที่อาศัย ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร	333
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7PS) ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้า ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางบินภายในประเทศ	354
การจัดการธุรกิจท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจใหม่: โครงการตลาดประชารัฐต้องชม	363
การจัดการการตลาดของธุรกิจท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจใหม่	375
กลยุทธ์การบริหารองค์กรฝ่าวิกฤตโควิด – 19	388
กลยุทธ์ตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าในเฟซบุ๊ก	402
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพล ต่อระดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน	410
ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม	425
การจัดการการตลาดของธุรกิจท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจใหม่	440
การจัดการธุรกิจท้องถิ่นที่ขับเคลื่อนสู่โมเดลประเทศไทย 4.0 เพื่อเพิ่มดัชนีความสุขให้กับประชาชน	445
การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์สินค้ากระเป๋าผ้าลายดาวล้อมเดือน	455
ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพไข่ไก่ของไทย	464
ปัจจัยที่ส่งผลต่อนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	480
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6PS) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย สำหรับวัยทำงานผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ	485

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6PS) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือผ่านสื่อสังคมเฟชบุ๊ก	495
พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้ประกอบการสู่ศตวรรษที่ 21	504
ศึกษาการลดความสูญเปล่าในกระบวนการจัดซื้อสินค้า (กรณีศึกษา บริษัท เอบีซี)	510

A Research Study of the Relationship Between Effectual Communication and Business Growth

By

Miss Rutchel Refuerzo Morados

Lecture in International Business Management Program

Siam Technology College

&

Mr. Nanda Lal Banik

Acting Director, International Business Management Program

Siam Technology College

Abstract

Communication is the course of communicating, creating and interpreting facts, ideas, feelings, and opinions about organizational effectiveness, work performance, and performance. A manager must be an effective communicator and no organization can succeed or progress, build up reputation without effective communication skills. Poor communication structure may lead to mismanagement and adverse business outcomes. This paper seeks to address the fact that the success of any business lies in proper and effective communication. It also puts across the fact that excellent communication is essential in the progress and survival of a business.

Keywords: Communication, business growth, relationship, organization

Introduction

Imagine a world without communication! You have a brilliant idea with you but don't possess the power of communication. You have a strong desire for something, but cannot express your desires. Life would be dull, blank and the world would not be worth living. Such is the power of communication

In definition, communication is how we transmit information and understand information from one person to another or from one unit to another to get a predictable response from the receiver. Through the process, two or more people exchange ideas and achieve the desired output. The manager is tasked with the responsibility to establish and maintain. It creates channels where messages can be conveyed to the subordinates and take appropriate actions.

Good communications are well-thought-out as a learned skill. Many people are born with the physical ability to talk, but it is important to learn to speak well to communicate effectively. Listening, speaking, and the ability to understand nonverbal and verbal meanings are the skills we develop in various ways. It is important to point out information has little use until it is conveyed to the person who is intended to receive it.

Communication therefore is the process of propagating, transmitting, or passing information from one person to the other or from one place to the other. In other words, communication is the process of creating, transmitting and interpreting ideas, facts, opinions and feelings. It is a process that is essentially a sharing one, a mutual interchange between two or more persons. In addition, communication is the exchange of information, ideas, etc between managers in the business world.

Theoretical Framework

Communication is the essence of life. It is a necessity. To express themselves, human beings need to communicate. An individual has to communicate to express his feelings, pass on information to the other human beings and share his thoughts and feelings.

S. F Scudder who proposed the communication theory states that all living beings existing on the planet communicate although the way of communication is different (S.F Scudder, 1980). The universal law of communication theory says that all living beings whether they are plants, animals, human beings communicate through sound, speech, visible changes, body movements, gestures or in the best possible way to make the others aware of their thoughts, feelings, problems, happiness or any other information. Another model of communication which is supported by a large number of people claims that communication is simply the process of transferring information from the sender to the recipient where the recipient decodes the information and acts accordingly.

Communication theory can be more understood through the following viewpoints; mechanistic, critical, psychological, social, and systemic. The mechanistic view point says that communication is simply the transmission of information from the first party to the second party. The first party being the sender and the second party being the receiver. According to the psychological view point, communication is simply not the flow of information from the sender

to the receiver but actually the thoughts, feelings of the sender which he tries to share with the recipients. It also includes the reactions, feelings of the receiver after he decodes the information. Meanwhile, the systemic view point recognizes that communication is actually a new and a different message which is created when various individuals interpret it in their own way and then reinterpret it and draw their own conclusion. Whilst the critical view point points out that communication is simply a way with the help of which an individual expresses his power and authority among other individuals. Communication as a result of interaction between the sender and the receiver is the social view point claim. It simply says that communication is directly dependent on the content of the speech. "How one communicates" is the basis of the social view point (Prachi Juneja, MSG).

To summarize the communication theory proposes that to survive, every living entity, needs to communicate with others and also among themselves. Communication is a dire need of survival.

Communication in Business

Business communication is made up of six basic elements. These are the message, sender, receiver, channels, symbols, and feedback. The message is the subject-matter and is passed or transmitted to another group of individuals or parties (Nabi, Foyso, and Adnan, 6). It might be order, opinion, suggestion, feeling, attitude, or a view. The sender makes contact bypassing the information and understanding it to the other person. The receiver is the person who the message was meant for. Channels are the medium through which information is passed. They may include television, radio, telephone, letter, or email. The sender selects the medium after considering numerous factors. The symbols are actions, words, and signs conveyed by the sender when communicating with the receiver. After the receiver decodes the meaning of the message, he/she responds appropriately.

There are four types of business communication. These include internal upward, internal downward, internal lateral, and the external type of business communication. The internal upward form of internal communication takes place where the communication emanates from a subordinate to a manager. A good leader has to enable information flow upward to have a true understanding of that company operation. Internal downward communication comes from a superior to subordinate(s). Internal lateral communication takes place among the employees or the workers and the workplace. The external form of communication is any communication happening with external prospects, customers, vendors, or partners.

As seen earlier, communication is important in any business setup. One should have the ability to explain the company's policies to clients and customers and answer the question about the company's services and products. It is essential to communicate until you attain closure on the conversation. Closure implies that you and the individual have discussed all issues and whether the person may agree or not, they have listened to you in a non-defensive environment and a non-threatening manner.

While the business is disconnected from the environment, it has some methods of communicating with the setting. Any aspect outside the system belongs to the environment and not in the system itself. The environment applies some significant influence on the behavior of the organization. However, the business can do nothing to control the environment (Thornton,

121). A business environment consists of the number of opponents in the market places and strategies they employ. It also includes competition in prices and qualities. The business environment also involves the strength of the internal currency of the business' countries of setup. It also entails the structure of personal and company taxation.

Organizations should ensure they are well informed of the business environment, and this is possible through the use of communication. The participants have to interact internally, strategies developed, and maintained and policies formulated. The employees should also be rewarded and motivated, and decisions have to be made.

The Importance of Communication for Managers

Effective communication is the key to successful management. The most productive managers are those who understand communication and its use in the organization or company setting. Communication is the tool that allows managers to fulfil each management function - to plan, to organize, to lead, and to control. Managers must effectively communicate their vision to the rest of the organization (Radovic Markovic, M. and Omolaja M, 2009). They must allow and encourage free-flowing communication both up and down the hierarchy, as well as between departments and colleagues. They must clearly communicate the company's goals to employees and through that communication, inspire employees to trust in their leadership and to perform at the highest levels possible.

Communication allows managers to share goals with shareholders both inside and outside the organization. It permits managers to stimulate behavior changes in employees and suppliers. It warrants managers to inspire loyalty from employees and customers. It sanctions managers to convince employees and unions to abandon counterproductive practices. It enables managers to persuade leaders to provide financing and it permits managers to calm angry customers and to impress new ones. Hence, managers must be effective communicators to function.

But what makes managers successful communicators? Managers must understand what communication is and how communication works, on both an interpersonal and an organizational level. They must grasp what barriers can impede communication so that they can overcome such impediments and improve communication throughout the organization.

It is rightly said that the success of an organization depends on the transparency between the team members and clear understanding of ideas between them. How does anyone have clear understanding of ideas? The answer is effective communication.

Why is Good Communication in Business Significant?

Business owners often get mired down in the details of running a business on the operations side. After all, without creating, selling and delivering products or services there are no revenues to support the business. Having excellent communication skills will help business leaders and their teams manage every business operation smoothly.

Effective Brand Messaging

When you look at your target market, you need to consider how they speak. A group of Millennials will use different language and phrasing, mixing in a lot of slang that those in the Baby Boomer demographic would never use. How you communicate your brand in advertising and promotional literature will either put you in favor with your market or keep you on the fringe.

Indisputable Team Relationships

Helping team members learn to communicate in professional and respectful ways builds a positive atmosphere. Friendships build as people are more likely to communicate about work and weekend activities. As your team gets to know each other better, they become stronger as a unit, helping to build team morale. Positive team morale is good for department productivity.

Creativity and Innovation Promotion

According to Kimberlee Leonard (Small business; March 2019), positive communication environments provide security for people to share ideas, without being judged. By giving employees a platform in which they can share ideas with one another, creativity and innovation emerge. In this scenario, employees are more likely to share what isn't working in an operation procedure or to discuss new ideas for sales promotions. This all starts when someone feels as if he / she is able to communicate ideas to co-workers or leadership, and that his voice is valuable.

Avert Dissension

If people are good communicators, they listen well and don't overreact. This helps reduce and prevent dispute in the workplace, which otherwise, could create problems. Co-workers can work out a disagreement and still be respectful, and potentially could remain friends. Preventing conflict escalation goes beyond your co-workers. Employees who are able to listen to customer issues and communicate solutions without becoming defensive, accusatory or otherwise negative, are good ambassadors for the company. When consumer conflicts are positively resolved, consumer loyalty grows stronger.

How Does Good Communication Benefit the Company or Organization?

Good communication has many advantages to the business setup. Firstly, it improves the employee's engagement. Recent research indicated that leadership communication is the highest internal communication factor. It correlates statistically how the employees are engaged. The internal communication teams play an important role in coaching, supporting, and reminding the leaders of the communication's importance.

Secondly, good communication reduces email overload. In many companies, email is used in most forms of communication. These range from information requests, status reports communication with the suppliers and customers, task assignment, meeting invites, and birthday wishes (Schäfer et al. 37). Businesses that use the modern tool for employee communications and engagement eliminate the issue of email overload.

Thirdly, good communication eradicates communication silos. Accumulation of irrelevant content leads to information silos. It means that information important to an employee is at risk of getting lost. Proper business communication is important in eliminating the challenge.

Fourthly, good communication leads to an increase in an employee's productivity. Information overload makes the employees spend too much time searching for the content needed to do their job. Most employees use 2.5 hours of searching for information.

Fifthly, good communication leads to effective brand messaging. When one is looking at their target, you are required to think through how they speak. The way one speaks their brand in promotional and advertising literature will result in either putting the business in favor or infringe. Besides, good communication prevents conflicts (Pearson, 118). Good communicators listen properly and do not overact—this aid with reducing and preventing conflicts in the workplace, which would else create problems.

Lastly, good communication in business enables relationship building. The current business world depends on relationships in very many ways. Whether one is recruiting a brilliant, new manager or discussing a new contract with a seller, relationships are the centers of success. Communication is the root of strong relations.

Conclusion

Business communication as a field has grown immensely in scope and depth over the last few decades. Concomitant with the rise of the corporation and the managerial way of doing business, it has become the norm for management theorists to define how, what and why an organization should be the way it is.

It is pertinent to note that business communication is indeed relevant and important for corporations all over the world. Good communication leads to the growth of a business. It is a result of the above-discussed facts. It is evident where good communications enhance good relations in a business set up by reducing conflicts. The fact that good communications lead to an increase in employees' productivity brings a positive impact to a business as it can transact increased units. Possessing or developing excellent communication skills will help business leaders and their teams in every facet of business operation and would lead to a bigger chance of succeeding. Therefore, businesses have to adopt good communication methods to see them grow.

References

- Nabi, N. M., K. M. Foysol, and S. M. Adnan. "The role and impact of business communication on employee performances and job satisfaction: A case study on Karmasangsthan bank limited, Bangladesh." *Arabian Journal of Business and Management Review* 7.301 (2017): 2-50.
- Pearson, Ron. "Business ethics as communication ethics: Public relations practice and the idea of dialogue." *Public relations theory*. Routledge, 2017. 111-131.
- Schäfer, Sebastian, et al. "Talk to Your Crowd: Principles for Effective Communication in Crowdsourcing A few key principles for communicating with solvers can help contest sponsors maintain and grow their base of participants." *Research-Technology Management* 60.4 (2017): 33-42.
- Thornton, Gail S. "Internal communications flourishes at the grassroots: the growing importance of managers in employee engagement." *Strategic Employee Communication*. Palgrave Macmillan, Cham, 2019. 107-120.
- Kimberlee Leonard and Jayne Thompson. Importance of Good Communication in Business
LLB, LLM; Updated March 07, 2019
- Prachi Juneja. Management Study Guide Content Team. ISO 2001:2015 Certified Education
Provider.

Development Strategies on the Agriculture in Subak Lepud Area, Baha Village, in Supporting the Sustainable Community Based Tourism

I Ketut Sumantra^{*}, I Ketut Widnyana, I Made Wahyu Wijaya

^{*} ketut.sumantra@unmas.ac.id

Post Graduate Program on Regional Planning Development and Environmental Management, University of Mahasaraswati, Denpasar, Indonesia

Abstract

A massive tourism development is more concerned with economic growth rather than environment sustainability. In the other side, the opportunity to promote the agriculture, as one of economic growth contributors through product-based agriculture in tourism sector is not optimized. Integrating the agriculture with current tourism attraction is an alternative to attain a sustainable development, especially in tourism sector. The research aims to define the agriculture potential in Subak Lepud, Baha Village and determine the best strategies to integrating with tourism. The data was collected through field observation and direct interview and SWOT was used to analyze the data. Accordingly, the strategies in consolidating the agriculture and tourism, such as: 1) Development of tourism attraction through agriculture and certain ritual in the Subak, 2) Expanding the market by promoting the local wisdom, agricultural product, and unique attraction that managed by the subak community, 3) Improving the empowerment of the Subak's member by providing additional revenue from the tourism, and 4) Providing the reward and punishment system that is controlled by the local rule, especially in land use management, human resources enhancement, and protect the sustainability of the agricultural space and Subak itself.

Keywords: Sustainable agriculture, integration, tourism, subak

Introduction

Tourism is stated as the biggest revenue contributor in the country and has high priority on the government's concern. As well as a very well-known Bali Island, the government reveals that Bali still needs improvement and development in tourism sector, especially in the rural areas. This issue comes up as the result of a massive tourism development is more concerned with economic growth rather than environment sustainability and society [1], farming land changing and slightly influence the existence of Subak system [2]. Decreasing agricultural land area indirectly affects food availability, and increasing dependence on food imports [3], decreased biodiversity, reduced green open space, and damage to the environment and local culture [4]. The rise of population and the need of land are influencing the land use for a long term. To provide such food it is necessary to preserve sustainable food cropland in urban areas

through approaches that can synergize social, cultural, environmental and economic aspects [7], revise the Urban Spatial Planning to protect the rice fields [10] and increase the contribution of research on land use by various divisions adopted by local wisdom [9,10]. In Indonesia, the existence of farming area is massively decreasing. In 2018 the available land was 7,1 million hectares while a year before (2017) was 7,75 million hectares [5]. Also, the land data in Bali shown that during the period of 2015 to 2017 was decreasing about 2.077 hectares [6].

The promotion of agriculture product for tourism sector was not developed well yet. Practice shows that there are other entities interested in the agriculture and tourism sector while firms are focusing their activity less on agriculture. Furthermore, the links between agriculture and rural tourism vary, this difference being due to the role of the community in these areas [11]. In other side, the need of local agriculture product is tremendous rather than import product. Besides, the issue of environment health and food security is very conscious in tourism sector, since the massive use of inorganic fertilizer and pesticide [12]. Sustainable tourism is concerning to Agrotourism. Agrotourism is a marriage between two major industries. It is a collection of Agricultural-based attractions, events and services that include experiences like farm visits and tours, farmer's market, agriculture festivals and fairs, country vacation farms, guest ranches and market gardens [13]. Integrating the agriculture with current tourism attraction is an alternative to attain a sustainable development, especially in tourism sector. Alternative tourism is a tourism product which is created to keep the environment sustainability and the local culture [14]. This model is running the tourism with agriculture by collaborating the tourist attractions with agriculture product and it is called agritourism. This concept promotes the tourism attraction of farming activities in the paddy fields. It is not only the activities, but also the agriculture product is used as tourism attraction with agritourism concept [15,16]. Agritourism is an activity that links the economic, social and environmental components of sustainability, strongly related to local communities and their attitudes towards tourism [17].

Sustainable agriculture aims to balance economic, environmental, and social aspects, as well as creating a resilient agricultural system in the long run [18]. This concept has not given equal attention to cultural and spiritual services, let alone

integrated into environmental management. The integration of socio-economic, environmental, cultural, and spiritual values is Balinese local wisdom which is used as a Subak philosophy called Tri Hita Karana [1]. Tri Hita Karana is the concept of a balanced and harmonious relationship of three elements, namely the relationship between humans and God (parahyangan), the relationship between humans and humans (pawongan), and the relationship between humans and the environment (palemahan) [2]. Subak is not just water management, but a religious and cultural fortress against globalization and other threats to the local wisdom including land-use change [19]. Therefore, the study of spirituality aspects as the core of the dynamic balance of ecological, economic, and social pillars can make a significant contribution to sustainable agricultural development by national cultural identity.

Subak Lebud as the object of this research is located in Baha Village and has added value as agriculture-based tourism place through its history, sociology, and geographical space [12]. Subak Lebud offers a walking track along the river and *Mapeed Gebogan* attraction. It has very good location since it near to others well-known tourism places, such as Taman Ayun, Bedugul, Ubud and also Sangeh. Besides, this area also provides a fishing area.

The planning of creating the Subak Lepud as a tourism place was using community-based approach. It has three main cores, such as community-based, local resources-based and sustainability. There are two goals which is going to be reached: society capacity and prosperity. The society capacity is developed by an empowerment the community to get involved in whole production with an equity, security, sustainability, cooperation, and simultaneous [20, 21]. Tourism development in rural areas aims to solve key business objective outside motivation and satisfaction of tourism and economic issues related to the decrease of population in the area caused by migration of rural population to urban centers. By increasing the practice of profitable in villages seeks to stop labor and return migration from urban to areas of origin, increasing the stability of the active population, improve living conditions, protect and conserve the environment as a factor of recreation and rehabilitation creative potential of the individual, creating conditions for carrying out other economic activities, industrial, commercial, rural areas [21]. Responding to the issue, it has been described

in this research regarding local resources in supporting the tourism activities and the strategies to collaborate the agriculture and tourism as an integration sustainable development in Subak Lepud.

Research Methods

This research was located in Subak Lepud, Baha Village, Mengwi Sub District with paddy field characteristic. It is surrounded by some villages such as Sobangan Village in the north side, Desa Dauh Yeh Chani in the east part, Desa Gulingan in the south and Werdi bhuana in the west area.

Qualitative data was used in this research including the descriptive analysis about the strength, weakness, opportunities and the threat regarding Subak Lepud development. Field observation and deep interview were used in collecting the data. Interview was conducted to the community leader and related stakeholders that were included during the development process. In other side, SWOT analysis was used to define the strategies in developing and empowering Subak Lepud as venue of agritourism. A qualitative descriptive was conducted to explain critically about the issue according literature studies.

An integrated matrix was build to analyze the proper strategies according to the existing data and current issue. The matrix includes internal and external strategies and competitive profile to decide the planning strategies. Supported by SWOT analysis, this matrix is clearly explain the opportunities and external threat which is assessed with the own strength and the weakness.

Results and Discussion

The Resources Potential of Subak Lepud in Baha Village

1. Natural Tourism Attraction

Baha Village has a large paddy fields characteristic and traditional agriculture practices. The beautiful scenery and agriculture become the alternative that can be proposed for the tourism development also with the tracking as the main attraction. The track has 2,3 kilometers length surrounding about 373 hectares of paddy fields

and it offers an amazing scenery of paddy fields and the local farmers activities. It has a rice terrace, plowing the paddy fields, and planting the paddies are the attractions which is provided by Subak Lepud. The tracking will start from the Subak museum and going around the paddy fields and end up in the Agritourism Park or vice versa. At the Subak Hall, the visitors will enjoy some traditional art performance and culinary provided by the local community.

2. Cultural Tourism Attraction

a. The Subak Museum

The land use in Baha Village is characterized by paddy fields area at the most and keeping the traditional irrigation system, called Subak. Its community has a gathering hall named Subak Lepud Hall for gathering event, discussion, or agriculture related ceremonials. Subak Lepud Hall has been declared as Subak Museum as one of the tourist's attraction in Baha Village. It exhibits completely any agricultural instruments, performance stage, resting hall, and rice storage. Besides, there are worshipping place and meeting room as the main hall. Currently, Subak Museum is used to transiting point, welcoming spot and meeting point for the visitors who are coming to Baha Village.

b. Traditional Housing

Baha Village is known as one of the historical places during the colonial period in Bali. It has a typical entrance in each house as a traditional architectural identity which become an interesting housing attraction. One of the housing rule was the house owner has to provide a 1 meter free space in front of their house for street uses. There is a very unique house that is still using the traditional material with traditional Balinese architecture. The owner is Mr. Murna, a painter and get a lot of visitors in his house.

c. Traditional Arts

As a tourism village, Baha has many traditional arts and authentic handicraft as souvenirs. They have a Legong performance and a famous Balinese dance called Kecak Dance. In term of handicraft, they have wood carving, traditional woven, and Balinese Hindus worshipping stuffs. There are also some home industries

that create metal handicraft. The market was expanded to the international market but still need any support and training to improving their business.

Development Strategies in Integrating Agriculture and Tourism in Subak Lepud

According to the research, a matric which is containing strength and weakness as internal factors, and opportunities and threat as external factors has been composed.

Table 1. Identification of IFAS in developing integrated agriculture with tourism in Subak Lepud.

No	Strength	Portion	Rating	Score
1	Providing a solid foundation and clear purposes	0,06	4	0,24
2	Agreement of the local stakeholders in supporting the development of Subak Lepud as a tourism place	0,09	4	0,36
3	Subak as a main role of the farmer association that has legality in manage the agriculture stuffs	0,06	4	0,24
4	The organization are running democratically and has their own regulation	0,06	3	0,18
5	Support from the local government in terms of regulation, policy and funding to the Subak	0,07	4	0,28
6	Offering a beautiful landscape scenery	0,07	4	0,28
7	Accessible location	0,08	4	0,32
8	Organic farming skilled farmers	0,06	3	0,18
9	Having a various farming patterns and sufficient water resources	0,03	3	0,09
No	Weakness	Portion	Rating	Score
1	The social characteristic of Subak is higher than the business orientation. It makes the agriculture product marketing is still low.	0,06	4	0,24
2	There is no tourism stakeholder who handles the tourism side	0,06	3	0,18
3	The lack of information regarding the tourism development for the local community	0,06	2	0,12
4	The high number of working fields out of agriculture	0,06	3	0,18
5	The low of awareness of the society in seeing the potential of Subak Lepud as tourism place	0,06	3	0,18
6	The dynamic land changing of the land owner	0,03	3	0,09
7	The low practice of integrated farming system	0,03	2	0,12
8	Production process become the most important rather than administration and financial management	0,06	3	0,15
Total internal factor		1,00		3,4

Based on the **Table 1**, the most important strength factor, subsequently: Agreement of the local stakeholders in supporting the development of Subak Lepud as a tourism place (0,36), accessible location (0,32), support from the local government in terms of regulation, policy and funding to the Subak and offering a beautiful landscape

scenery with 0,28 respectively. Meanwhile, on the weakness side, the data shown 4 dominant factors: the social characteristic of Subak is higher than the business orientation. It makes the agriculture product marketing is still low (0,24), there is no tourism stakeholder who handles the tourism side (0,18), the high number of working fields out of agriculture (0,18), and the low of awareness of the society in seeing the potential of Subak Lepud as tourism place (0,18).

Table 2. Identification of EFAS in developing integrated agriculture with tourism in Subak Lepud..

No	Opportunities	Portion	Rating	Score
1	The market availability of tourists, hotel and restaurant	0,08	4	0,32
2	The higher price for the product from farming diversification	0,07	3	0,21
3	Funding donor for agriculture is the main program from the government in supporting agriculture economy	0,06	3	0,18
4	Support from the government as agriculture development is in line with the cultural tourism development.	0,09	4	0,36
5	Support from the government for the sustainability of Subak	0,10	4	0,40
6	Accessible location and nearby the capital	0,10	3	0,30
7	Subak itself is expecting the integration between the agriculture and tourism	0,09	4	0,36
8	The integration between agriculture, livestock and fishery have to be developed to reach the CLS (Crop and Life Stock System)	0,09	2	0,18
No	Threats	Portion	Rating	Score
1	The movement of the socio-agricultural society to the industrial-based society that lowering the interest in working on agriculture.	0,06	2	0,12
2	The needs of financial aid in facing high land taxes	0,05	2	0,10
3	Population growth and land use changing	0,05	3	0,15
4	Private agricultural business that developed very well and running over the local	0,05	2	0,10
5	The workers mostly come from outside the Subak association	0,05	3	0,15
6	The similarity of the tourism product with the other areas	0,06	3	0,18
	Total external factor	1,00		3,11

Table 2 shown that, Subak Lepud has four main opportunity elements, such as Support from the government for the sustainability of Subak (0,40), support from the government as agriculture development is in line with the cultural tourism development. (0,36), subak itself is expecting the integration between the agriculture and tourism, accessible location and nearby the capital (0,30). On the threat side, the similarity of the

tourism product with the other areas is placed on the most thread (0,18), followed by population growth and land use changing (0,15), the workers mostly come from outside the Subak association (0,15), and the movement of the socio-agricultural society to the industrial-based society that lowering the interest in working on agriculture (0,12).

The total score of internal factors was 3,40 meanwhile the external factor was 3,11, which mean the strategic position of Subak Lepud was in the 1st quadrant. It explained that the development strategic was through vertical integration by keeping the strength and optimizing the opportunities. This strategy suggested to develop the Subak Lepud as tourism place by provision more tourism facilities, strengthening the role of Subak in managing the tourism place itself, and raising the economical benefit for the Subak and its members. Subak activities, Subak philosophy, and Subak rituals can be used as tourist attractions. In addition, Subak that has beautiful natural scenery and fresh air conditions can be developed as an agro-ecotourism area [22,22,34]. Promoting various agricultural product and services also will be another strategy in developing the product and service market. The marketing should be improved in order to expand the business and the target market. In the other side, featuring the third parties, such as hotels, villas, and travel agencies is a good step for build up the promotion.

Referring the result of internal and external scoring, the SWOT analysis have shown four alternatives strategies: SO (strengths-opportunities) strategy, WO (weakness-opportunities) strategy, ST (strengths-threats) strategy, and WT (weakness-threat) strategy. The matric of SWOT analysis is shown below.

Table 3. Matric of alternative strategies in integrating agriculture and tourism based on the SWOT analysis

Internal Factors	Strength (S)			Weakness (W)		
	Factors		Score	Factors		Score
	1	Agreement of the local stakeholders in supporting the development of Subak Lepud as a tourism place	0,36	1	The social characteristic of Subak is higher than the business orientation. It makes the agriculture product marketing is still low.	0,24
	2	Support from the local government in terms of regulation, policy and funding to the Subak	0,28	2	There is no tourism stakeholder who handles the tourism side	0,18

		3	Offering a beautiful landscape scenery	0,28	3	The high number of working fields out of agriculture	0,18
		4	Accessible location	0,32	4	The low of awareness of the society in seeing the potential of Subak Lepud as tourism place	0,18
External Factors							
Opportunities (O)			SO Strategy		WO Strategy		
Factors		Score					
1	The market availability of tourists, hotel and restaurant	0,32	1. Expanding the business by showing the local wise of Subak (system, regulation or the benefit) and integrating the agriculture and tourism (S1, S4, O1, O2 dan O4) 2. Build up a cooperation with the local government for integrating the agriculture potential, landscape attraction, and local wise of subak with the tourism (S1, S3, O3, O4).		1. Build up management system for the Subak with business orientation to create more job opportunities and decrease the land changing potential (W1, W2, W3, O1, O2, O4) 2. Collaboration with the government improving the supporting infrastructure in Subak to gain the awareness and empowerment (W3,W4, O2, O3)		
2	Support from the government as agriculture development is in line with the cultural tourism development.	0,36					
3	Support from the government for the sustainability of Subak	0,40					
4	Subak itself is expecting the integration between the agriculture and tourism	0,36					
Threats (T)			ST Strategy		WT Strategy		
Factors		Score					
1	The movement of the socio-agricultural society to the industrial-based society that lowering the interest in working on agriculture.	0,12	1. Practicing the regulation applied in Subak regarding the business and land use (S1, S3, T1, T2) 2. Developing tourism attractions, selection of local plants that marketable, in order to creating jobs for Subak members (S2, S4, T3, T4)		1. Collaboration with the government improving the local wise of Subak in enhancing the agriculture product and tourism attraction. Also, making a business division at the Subak organization (W1, W2, T1, T3). 2. Strictly selective on developing the facilities to decrease the land changing level (W2, W4, T2, T3)		
2	Population growth and land use changing	0,15					
3	The workers mostly come from outside the Subak association	0,15					
4	The similarity of the tourism product with the other areas	0,18					

The SO strategy was built up by combining the strength and opportunities points through: Expanding the business by showing the local wise of Subak (system, regulation or the benefit) and integrating the agriculture and tourism, build up a cooperation with

the local government for integrating the agriculture potential, landscape attraction, and local wise of subak with the tourism. WO strategy was shown by the existence of opportunities and weakness, such as: build up management system for the Subak with business orientation to create more job opportunities and decrease the land changing potential and together with the government improving the supporting infrastructure in Subak to gain the awareness and empowerment.

The ST strategy was built up by using the strength to tackle the threat by doing: Practicing the regulation applied in Subak regarding the business and land use and developing tourism attractions, selection of local plants that marketable, in order to creating jobs for Subak members. The WT strategy was more into defensive practice and decrease the threat. This strategy included: Together with the government improving the local wise of Subak in enhancing the agriculture product and tourism attraction. Also, making a business division at the Subak organization, strictly selective on developing the facilities to decrease the land changing level.

Conclusion

In conclusion, a proper strategy is needed in developing the integration between agriculture and tourism in Subak Lepud. According to the results, there are four strategies that can be summarized as follows:

1. Featuring the agriculture and ritual in Subak as tourism attraction development through a collaboration with the local government and third parties. It aims to decrease the change of land use and the working transformation that threatening the existence of Subak.
2. Expanding the business by showing the local wise of Subak (system, regulation or the benefit) and also initiating a collaboration with other stakeholders
3. Improving the local wise of Subak in enhancing the agriculture product and tourism attraction. Also, making a business division at the Subak organization
4. Provision of tourism facilities for the visitors in order to accelerate the empowerment of Subak's member and giving additional income from the tourism. This aims to keep the sustainability of the agriculture and the existence of Subak.

Acknowledge

We thank to the DRPM Dikti Depdikbud for the research funding through the scheme of PPDM empowerment grant in 2020.

References

- 1) Sardiana. 2018. The Study of Development of Urban Farming Agrotourism Subak-Irrigation-Based in Sanur Tourism Area, Denpasar City, Bali. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*. 06: 33-40
- 2) Windia, Wayan. 2013. Penguatan Budaya Subak Melalui Pemberdayaan Petani. *Jurnal Kajian Bali*. 03(02): 137-158.
- 3) Adnyana, M., N. Puja, DM.Athagama. 2017. Evaluation and Determination Of Sustainable Land Agriculture for Prevention of Land Conversion in Bangli Regency. *Ecotrophic : Journal of Environmental Science*. 11 (01): 76-80.
- 4) Primdahl, J.; Kristensen, L.S.; Busck, A.G. 2013. The farmer and landscape management: Different roles, different policy approaches. *Geography Compass*, 7, 300-314
- 5) Central Statistics Agency of Indonesia. Statistik Indonesia Tahun 2017. Jakarta: BPS 2018.
- 6) Statistics of Bali Province. Bali Dalam Angka 2010.
- 7) Iqbal, M.; Sumaryanto, S. Strategi Pengendalian Alih Fungsi Lahan Pertanian Bertumpu pada Partisipasi Masyarakat. *Analisis Kebijakan Pertanian* 2016, 5, 167-182.
- 8) Battisti, L.; Gullino, P.; Larcher, F. 2018. Using the ecosystem services' approach for addressing peri-urban farming in Turin Metropolitan Area. *Acta Hortic.* in press.
- 9) Norken, I.N.; Suputra, I.K.; Arsana, I. Water Resources Management of Subak Irrigation System in Bali, 2015. *Applied Mechanics and Materials*, 776, 139-144.
- 10) Lanya, I.; Subadiyasa, N.; Sardiana, K.; Adi, G.R. Planning of Agro-Tourism Development, Specific Location in Green Open Space Sarbagita Area, Bali Province. 2017. In *Proceedings of IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Bogor, Indonesia, 9–11 October. p. 012038.
- 11) Zoto, Stela, Qirici, Eleina, Polena, Esmeralda. 2013. Agrotourism - A Sustainable Development for Rural Area of Korca. *European Academic Research*. 1 (2): 209-223.
- 12) Sumantra Ketut, AA Ketut Sudiana, Made Tamba, 2018. The Feasibility Planning Study in Baha Tourism Village, Mengwi District. Research Report. Postgraduate Cooperation of Mahasaraswati University Denpasar with Badung Regency Tourism Office.
- 13) Thongma, Weerapon, Waiapha, Yutthakarn, Leelapattana, Winitra, Thongma, Radaporn. 2015. Sustainable Tourism Management Networking Cooperation of Pyongyang Sub-District, Maerim District, Chiang Mai Province, Thailand. *International Journal of Agriculture Travel and Tourism*, 6 (1):15-26.
- 14) Smith & Eadington. 1992. *Tourism and Alternative*. Philadelphia University of Pennsylvania Press.

- 15) Sumantra, Ketut, Anik Yuesti, AA Ketut Sudiana. 2017. Development of Agrotourism to Support Community-Based Tourism toward Sustainable Agriculture. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 11(13): 93-99.
- 16) Sumantra, Ketut, Anik Yuesti 2018. Evaluation of Salak Sibatana Agrotourism to Support Community-Based Tourism Using Logic Model. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 09(01): 20206-20212.
- 17) Ciolac, Ramona, Adamov, Tabita, Iancu, Tiberiu, Popescu, Gabriela, Lile Ramona, Rujescu, Ciprian, and Marin, Diana. 2019. Agritourism-A Sustainable Development Factor for Improving the 'Health' of Rural Settlements. Case Study Apuseni Mountains Area. *Sustainability* 11. 1467.
- 18) Rose, D.C.; Sutherland, W.J.; Barnes, A.P.; Borthwick, F.; Ffoulkes, C.; Hall, C.; Moorby, J.M.; Nicholas-Davies, P.; Twining, S.; Dicks, L.V. 2019. Integrated farm management for sustainable agriculture: Lessons for knowledge exchange and policy. *Land Use Policy*. 81, 834-842.
- 19) Roth, D. Environmental sustainability and legal plurality in irrigation: the Balinese Subak 2014. *Current Opinion in Environmental Sustainability*. 11, 1-9.
- 20) Oakley, Peter. 1991. *Project with People: The Practice of Participation in Rural Development*.
- 21) Dragulanescu, Irina-Virginia, Drutu, Maricica. 2012. Rural Tourism for Local Economic Development. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 02 (01): 196-203.
- 22) Yamashita, S. 2013. The Balinese Subak as World cultural heritage: In the context of tourism. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 3(2), 39-68.
- 23) Sriartha, I. P., & Giyarsih, S. R. 2015. Spatial zonation model of local irrigation system sustainability (a case of Subak system in Bali). *Indonesian Journal of Geography*, 47(2), 142-150.
- 24) Budiasa, I. W., Setiawan, B. I., Kato, H., Sekino, N., & Kubota, J. 2015. The role of the Subak system and tourism on land use changes within the Saba watershed, Northern Bali, Indonesia. *J. ISSAAS*, 21(2), 31-47.