

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

จากสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารปี 2560 พบว่า ธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปได้มีการปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันทางด้านธุรกิจอย่างเข้มข้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้ำและเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ำกลับมารับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น โดยร้านอาหารทั่วไปได้มีการปรับกลยุทธ์ด้วยวิธีการตั้งราคาอาหารควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุน เช่น การจำกัดรายการอาหารเพื่อควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ และการลดจำนวนพนักงานเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายในการจ้างงาน ซึ่งปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการเปิดร้านอาหารตามกระแสนิยม ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้ามาในตลาดธุรกิจร้านอาหารเป็นรายแรกย่อมมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สูงกว่า จากภาพรวมธุรกิจร้านอาหารในปี 2560 พบว่า มูลค่ารวมทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหาร เท่ากับ 390,000 - 397,000 ล้านบาท ซึ่งมีการขยายตัวเท่ากับ 2 - 4% และยังพบว่าร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าทางการตลาด เท่ากับ 271,000 - 275,000 ล้านบาท (ธนาคารกสิกรไทย, 2562: เว็บไซต์)

จากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้คนออกมารับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง และมีการรับประทานอาหารนอกบ้านเฉพาะมื้ออาหารที่จำเป็นหรือวันสำคัญเท่านั้น (ธนาคารกสิกรไทย, 2562: เว็บไซต์) และยังพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมที่เร่งรีบต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการร้านอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นในการนำกลยุทธ์มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและพฤติกรรมของลูกค้ำ โดยการเพิ่มช่องทางในการให้บริการสำหรับลูกค้ำเพื่อเป็นโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายที่หลากหลาย จากข้อมูลสถิติปี 2561 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีการใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอาหารและเครื่องดื่มมากเป็นอันดับ 3 รองจากที่พักและการคมนาคมขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับชื่อเสียงและอัตลักษณ์ของอาหารไทยในระดับโลก (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562: เว็บไซต์)

ตามแผนส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ฉบับที่ 4 ได้มุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีบทบาทในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายประเด็น ได้แก่ การยกระดับนวัตกรรม เทคโนโลยีและการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมแหล่งเงินทุน การส่งเสริมการตลาดสากลและการพัฒนาผู้ประกอบการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ การสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ให้มีมูลค่าสูง การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและการพัฒนารากฐานให้เข้มแข็ง ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกการขับเคลื่อนอย่างมี

ระบบ ได้แก่ การพัฒนาเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพ การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

การส่งเสริมวิสาหกิจให้มีการเติบโตด้านผลประกอบการเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศ ในการส่งเสริมการเติบโตของผลประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องพิจารณาจาก 2 หลักเกณฑ์ ได้แก่ รายได้และกำไรสุทธิ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562ก: เว็บไซต์) กำไรสุทธิและรายได้นับเป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการวัดความสำเร็จของธุรกิจหรือการเติบโตของผลประกอบการ ซึ่งหากกิจการไม่สามารถทำกำไรได้ก็จะส่งผลให้เกิดการปิดตัวของกิจการได้ (เรวัต ตันตยานนท์, 2562: เว็บไซต์) ผู้ประกอบการจึงควรรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ถึงผลกระทบหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของผลประกอบการจะขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้บริโภค สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจและตัวผู้ประกอบการ ดังนั้น ในการพัฒนาผลประกอบการควรมีการประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจมาใช้ในการสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการ (Peer power, 2019: Website)

ในปัจจุบันการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จ อยู่รอด และเติบโตขึ้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้จะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น (ระวิศักดิ์ กิติราช และสมบุญ สาระพัด, 2561: 104) ซึ่งในการพัฒนาผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจองค์กรธุรกิจควรมีการพัฒนาและวัดผลประกอบการทั้งที่เป็นผลประกอบการที่สามารถวัดได้เป็นตัวเงินและผลประกอบการที่ไม่สามารถวัดได้เป็นตัวเงิน และเพื่อให้สอดคล้องต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลประกอบการอย่างต่อเนื่องโดยการให้ความสำคัญกับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พนักงาน สังคม และสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ (ชญารัตน์ ทรัพย์รัตน์ และวิชิต อุ๋อัน, 2560: 120)

บ้านดงแคนใหญ่จัดเป็นชุมชนขนาดใหญ่มีประชากรทั้งหมด 3,539 คน คิดเป็น 975 ครัวเรือน มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาท้องถิ่น คือ เป็นตำบลน่าอยู่ด้วยการบริหารจัดการที่ดี ชุมชนเข้มแข็ง การคมนาคมสะดวก เศรษฐกิจมั่นคง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นแหล่งทำการเกษตรอินทรีย์ (เทศบาลตำบลดงแคนใหญ่, 2561ก) จากข้อมูลการรายงานการประกอบอาชีพของคนในชุมชนดงแคนใหญ่ พบว่า มีการประกอบอาชีพต่าง ๆ เช่น อาชีพเกษตรกร อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพการขายไก่ย่างในชื่อผลิตภัณฑ์ไก่ย่างบ้านแคน ซึ่งอาชีพการขายไก่ย่างเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ส่วนใหญ่ให้กับคนในชุมชน โดยปัจจุบันพบว่า มีผู้ประกอบการอาชีพการขายไก่ย่างบ้านแคนประมาณ 30 ราย ซึ่งมียอดขายประมาณ 15-20 ตัวต่อวัน ราคาขายตัวละ 120-130 บาท คิดเป็นรายได้ประมาณ 2,100 บาท ต่อวัน (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2562: เว็บไซต์)

ไถ่อย่างบ้านแคน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดยโสธรที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มสมาชิกในชุมชนซึ่งมีการจำหน่ายภายในท้องถิ่นและจังหวัดอื่น ๆ แต่มีกำลังการผลิตไม่มากนัก (สำนักงานจังหวัดยโสธร, 2562: เว็บไซต์) โดยลักษณะของร้านไถ่อย่างบ้านแคนส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะร้านค้าที่ก่อสร้างเพื่อการใช้งานชั่วคราวหลังคามุงด้วยสังกะสีตั้งเรียงยาวไปตามถนนสายหลักระหว่างจังหวัดอุบลราชธานีกับจังหวัดยโสธร (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2562: เว็บไซต์) ไถ่อย่างบ้านแคนเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียงมานานซึ่งนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางผ่านเส้นทางบ้านแคนใหญ่ส่วนใหญ่จะแวะรับประทานและซื้อกลับบ้านเป็นของฝาก เนื่องจากไถ่อย่างบ้านแคนมีรสชาติที่อร่อยและมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยโสธร, 2562: เว็บไซต์)

จากข้อมูลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน พบว่า ไถ่อย่างบ้านแคนเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้และสร้างอาชีพส่วนใหญ่ให้กับคนในชุมชนและเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน โดยไถ่อย่างบ้านแคนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในระดับท้องถิ่นและเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าที่เดินทางโดยใช้เส้นทางถนนแจ้งสนิท ซึ่งปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนประสบปัญหาในด้านต้นทุนในการผลิตสูงทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ลดลงรวมถึงปัญหาความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบโดยเฉพาะราคาไก่สดที่มีการปรับเปลี่ยนราคาขึ้น-ลงในแต่ละวัน อีกทั้งจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารไถ่อย่างบ้านแคนมีแนวโน้มลดลงทุกปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายและผลประกอบการของผู้ประกอบการ (เทศบาลตำบลแคนใหญ่, 2562: เว็บไซต์)

จากปัญหาและความสำคัญข้างต้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาผลประกอบการของผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งธุรกิจร้านอาหารเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สร้างรายได้และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย ดังนั้นจากความสำคัญและปัญหาข้างต้นจึงเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร ดำเนินการศึกษาวิจัยโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

1.2.2 เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

1.2.3 เพื่อประเมินกลยุทธ์ในการพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

กลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร ในครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของผู้ประกอบการ โดยศึกษาจาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการ 4 ปัจจัย ได้แก่ ต้นทุน ยอดขาย อัตลักษณ์สินค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า

1.3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน จำนวน 12 ราย และผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.2.1 ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน จำนวน 12 ราย ทำการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1) เป็นผู้ประกอบการที่มีร้านค้าตั้งอยู่ในเขตพื้นที่บ้านดงแคนใหญ่ ตำบลดงแคนใหญ่ อำเภอคำชะโนด จังหวัดยโสธร

2) เป็นผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคนตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

1.3.2.2 ผู้ประเมินกลยุทธ์ จำนวน 3 ท่าน ทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการศึกษาด้านการบริหารธุรกิจและการวิเคราะห์ผลประกอบการทางธุรกิจ

2) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ

1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.3.3.1 ต้นทุน

1.3.3.2 ยอดขาย

1.3.3.3 อัตลักษณ์ของสินค้า

1.3.3.4 ความจงรักภักดีของลูกค้า

1.3.4 ขอบเขตพื้นที่วิจัย

บ้านดงแคนใหญ่ ตำบลดงแคนใหญ่ อำเภอคำชะโนด จังหวัดยโสธร

1.3.5 ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เริ่มตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 – เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถรับรู้ถึงปัญหาในการดำเนินธุรกิจของตนเอง สามารถนำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาผลประกอบการของตนเองได้

1.4.2 หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแผนเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ผลประกอบการ หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคนที่ประกอบด้วย 2 ผลลัพธ์ คือ ผลลัพธ์ที่สามารถวัดได้เป็นตัวเงิน ได้แก่ ยอดขาย ต้นทุน และผลลัพธ์ที่ไม่สามารถวัดได้เป็นตัวเงิน ได้แก่ ความจงรักภักดีของลูกค้า และอัตลักษณ์สินค้า

1.5.1.1 ยอดขาย หมายถึง จำนวนเงินที่ได้จากการขายไถ่อย่างบ้านแคน จำนวนตัวของไถ่อย่างบ้านแคนที่สามารถจำหน่ายได้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

1.5.1.2 ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อการผลิตไถ่อย่างบ้านแคน ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5.1.3 ความจงรักภักดีของลูกค้า หมายถึง ทศนคติเชิงบวกและความพึงพอใจของลูกค้าในมุมมองของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน โดยเกิดขึ้นจากการซื้อไถ่อย่างบ้านแคนหรือการได้รับบริการจากผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนที่จะทำให้เกิดการจดจำและการกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต

1.5.1.4 อัตลักษณ์สินค้า หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวที่บ่งชี้ถึงไถ่อย่างบ้านแคน เช่น ลักษณะทางกายภาพและรสชาติของไถ่อย่างบ้านแคน

1.5.2 กลยุทธ์ หมายถึง รูปแบบหรือแบบแผนในการพัฒนาผลประกอบการของผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน

1.5.3 การวิเคราะห์ SWOT หมายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส

1.5.4 สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบเชิงบวกและส่งผลกระทบเชิงลบในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน เช่น ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม

1.5.5 สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบเชิงบวกและส่งผลกระทบเชิงลบในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน เช่น สภาพแวดล้อมภายในร้าน ต้นทุน ความจงรักภักดีของลูกค้า อัตลักษณ์สินค้า ยอดขาย

1.5.6 การวิเคราะห์ TOWS หมายถึง เทคนิคหรือวิธีการวางแผนเพื่อการสร้างกลยุทธ์ซึ่งวิเคราะห์ได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน

1.5.7 ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคน อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

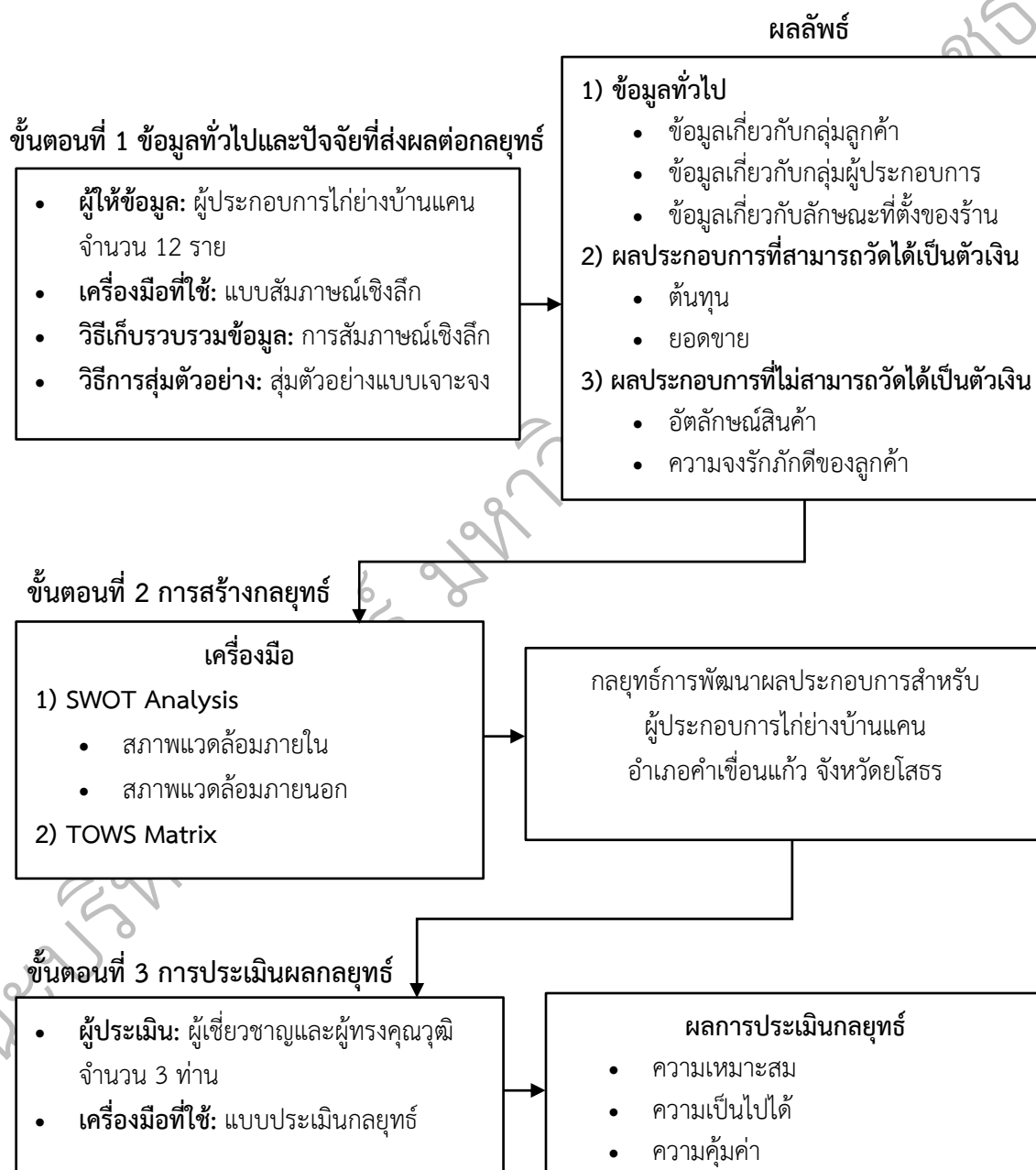
1.5.8 การประเมินผลกลยุทธ์ หมายถึง การประเมินกลยุทธ์การพัฒนาผลประกอบการสำหรับผู้ประกอบการไถ่อย่างบ้านแคนในเบื้องต้นก่อนการนำไปใช้จริงในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยยึดหลักการของการประเมิน 3 หลักการ คือ ความเหมาะสมของกลยุทธ์ ความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ และความคุ้มค่าของกลยุทธ์

1.5.8.1 ความเหมาะสมของกลยุทธ์ หมายถึง กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์ย่อยและกิจกรรมต่าง ๆ มีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจการขายไถ่อย่างบ้านแคน

1.5.8.2 ความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ หมายถึง กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์ย่อยและกิจกรรมต่าง ๆ มีแนวโน้มที่สามารถดำเนินการได้ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจไถ่อย่างบ้านแคน

1.5.8.3 ความคุ้มค่าของกลยุทธ์ หมายถึง กลยุทธ์หลัก กลยุทธ์ย่อยและกิจกรรมต่าง ๆ หากได้ดำเนินการแล้วจะสามารถให้ผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจคืนกลับมายังผู้ประกอบการได้อย่างบ้าน แคนตามงบลงทุนและระยะเวลาที่ใช้

1.6 แผนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1.1 การดำเนินการวิจัย