

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

1. รองศาสตราจารย์ จีราภรณ์ สุธัมมสภา

พณ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 M. Business Systems, Monash University Australia
 วท.ม. (คอมพิวเตอร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 วท.บ. (ฟิสิกส์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2. รองศาสตราจารย์ ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช

MBA (Marketing Management)(หลักสูตรภาษาอังกฤษ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 บธ.ม. การตลาด (Marketing) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 วศ.ม. (อุตสาหกรรม) M.Eng.(IE) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 วศ.บ. (อุตสาหกรรม)
 สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์

วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 บธ.บ. (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 ศษ.บ. (มัธยมศึกษา-วิทยาศาสตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
 วท.บ. (เคมี) วิทยาลัยครูจันทระเกษม
 สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคไทยแลนด์ 4.0

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs
- ตอนที่ 2 ลักษณะองค์กรของผู้ประกอบการ SMEs
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 7Ps ในแต่ละด้าน
- ตอนที่ 4 ปัญหาและความต้องการที่จะพัฒนาด้านการตลาด
- ตอนที่ 5 การตลาดออนไลน์
- ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ ข้อมูลที่ได้รับนั้นจะถูกนำเสนอในภาพรวม และถูกนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษานั้น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ทุกข้อ และขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

หมายเหตุ: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่าน หรือเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () น้อยกว่า 20 ปี () 20 – 30 ปี () 31 – 40 ปี
() 41 – 50 ปี () มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () มัธยม ปวช. อนุปริญญา () ระดับปริญญาตรี
() ระดับปริญญาโท () สูงกว่าระดับปริญญาโท

4. ขนาดของธุรกิจ

- () ขนาดกลาง () ขนาดย่อม

5. รายได้ต่อเดือน

- () น้อยกว่า 50,000 บาท () 50,001 – 100,000 บาท
() 100,001 – 300,000 บาท () 300,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะองค์กรของผู้ประกอบการ SMEs

1. ระยะเวลาในการดำเนินงานในกิจการ

.....

2. ตำแหน่งหรือหน้าที่รับผิดชอบ

.....

3. ประเภทธุรกิจ

.....

4. เงินทุนจดทะเบียน เงินทุนหมุนเวียน

.....

5. จำนวนพนักงาน

.....

ตอนที่ 3 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 7Ps สำหรับกิจการของท่านในปัจจุบัน ในแต่ละด้านอย่างไร มีจุดเด่น หรือประสบปัญหาอย่างไรในช่วงที่ผ่านมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

2. ด้านราคา

.....

.....

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

.....

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

5. ด้านบุคคล (ภายในองค์กร)

.....

.....

6. ด้านกระบวนการ (ภายในองค์กร)

.....
.....

7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)

.....
.....

ตอนที่ 4 ท่านมีความต้องการที่จะพัฒนากลยุทธ์การตลาดของท่านในเรื่องใด

.....
.....

ตอนที่ 5 การตลาดออนไลน์

5.1 ท่านคิดว่าการตลาดออนไลน์มีส่วนสำคัญต่อธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....
.....

5.2 ท่านเลือกใช้สื่อออนไลน์ประเภทใดหรือชนิดใดเพื่อช่วยในการทำการตลาด

.....
.....

5.3 ท่านมีความคาดหวังว่าการทำการตลาดออนไลน์จะสามารถช่วยธุรกิจของท่านในด้านใดบ้าง อย่างไร
(เป้าหมายในการทำการตลาดออนไลน์ของท่าน)

.....
.....

5.4 ท่านมีความต้องการที่จะแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการตลาดออนไลน์ของท่านในเรื่องใดบ้าง

.....
.....

5.5 ปัจจุบันธุรกิจของท่านใช้เทคโนโลยีออนไลน์ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานด้านการตลาดหรือ
ด้านใดบ้าง

.....
.....

5.6 ท่านใช้งบประมาณในการทำการตลาดออนไลน์ของท่านจำนวนเท่าใด หรือคิดว่าเท่าไรจึงจะเหมาะสม

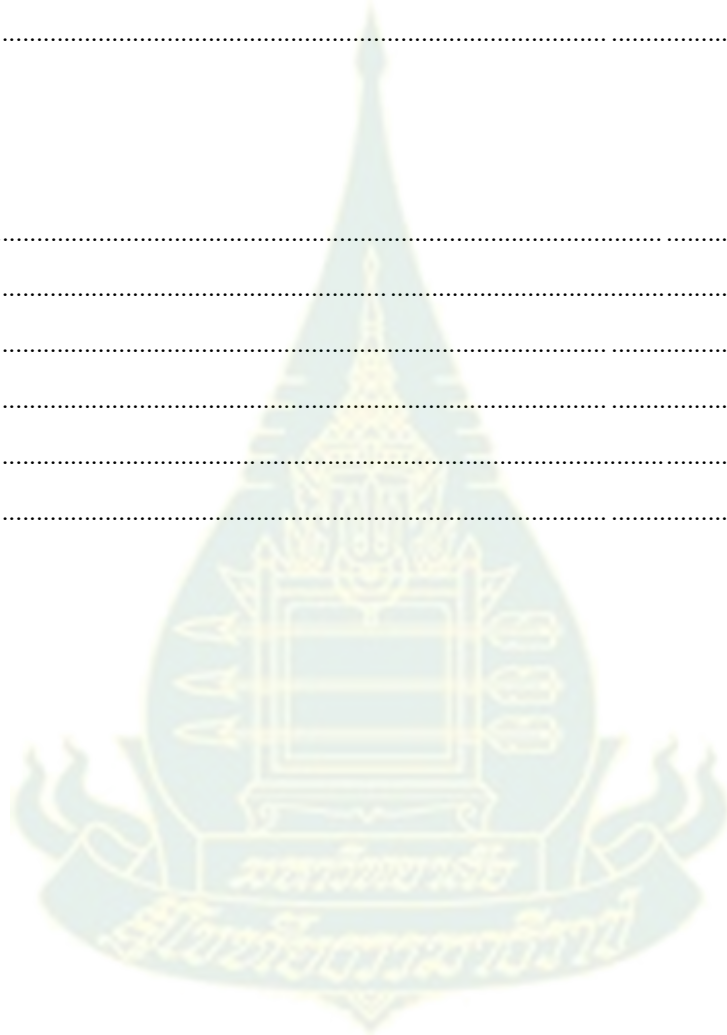
.....
.....

5.7 การนำการตลาดออนไลน์ในมาใช้ในการดำเนินงานในปัจจุบันขององค์กรธุรกิจต่างๆ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านอย่างไร

.....
.....

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....
.....
.....
.....



ภาคผนวก ค
แบบสอบถามเชิงปริมาณ



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี ในยุคไทยแลนด์ 4.0

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี ในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ ข้อมูลที่ได้รับนั้นจะถูกนำเสนอในภาพรวมและถูกนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาเท่านั้น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ทุกข้อ และขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ท่านเคยซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี หรือไม่

เคย

ไม่เคย (ยุติการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณในความร่วมมือ)

หมายเหตุ: SMEs หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีหน้าร้านเพื่อให้บริการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่าน หรือเติมข้อมูลลงในช่องว่าง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 20 ปี

() 20 – 30 ปี

() 31 – 40 ปี

() 41 – 50 ปี

() 51 – 60 ปี

() 61 ปีขึ้นไป

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน (รวมตัวของท่านเองด้วย)

() 1 คน

() 2 คน

() 3 คน

() 4 คน

() 5 คน

() 6 คนขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

() อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() ปริญญาเอก

() อื่นๆ โปรดระบุ

5. อาชีพปัจจุบัน

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| () นักเรียน / นักศึกษา | () ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| () พนักงานบริษัทเอกชน | () ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ |
| () พ่อบ้าน / แม่บ้าน | () รับจ้างอิสระ |
| () ไม่ได้ทำงาน | () เกษียณอายุ |
| () อื่นๆ โปรดระบุ | |

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|-------------------------|-------------------------------|
| () ต่ำกว่า 15,000 บาท | () 15,001 – 25,000 บาท |
| () 25,001 – 35,000 บาท | () 35,001 – 45,000 บาท |
| () 45,001 – 55,000 บาท | () มากกว่า 55,000 บาท ขึ้นไป |

7. สินค้าและบริการประเภทใดที่ท่านซื้อหรือใช้บริการบ่อยที่สุด 5 อันดับแรก (โปรดเรียงลำดับ 1-5)

- | | |
|--|-------------------------------|
| () อาหารและเครื่องดื่ม | () เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย |
| () ของใช้ ประดับ ตกแต่งภายในบ้าน | () สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร |
| () บริการต่างๆ เช่น นวดแผนไทย, สปา, เสริมความงาม, โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก | |
| () อื่นๆ โปรดระบุ | |

8. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการของท่านมากที่สุด

- | | |
|---|-----------------|
| () ตัวท่านเอง | () บิดา/มารดา |
| () คู่สมรส/คนรัก | () บุตร/ธิดา |
| () เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน | ()ญาติ/พี่น้อง |
| () บุคคลที่อยู่ด้วยขณะที่กำลังจะตัดสินใจซื้อ/ใช้บริการ | |
| () อื่นๆ โปรดระบุ | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ ดังนี้

- | | |
|-----------|--|
| 5 หมายถึง | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับ มากที่สุด |
| 4 หมายถึง | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับ มาก |
| 3 หมายถึง | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับ ปานกลาง |
| 2 หมายถึง | ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับ น้อย |
| 1 หมายถึง | ระดับความเห็นอยู่ในระดับที่ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ |

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 มีความหลากหลายของสินค้าและบริการให้เลือก					
1.2 สินค้ามีความสวยงาม น่าใช้					
1.3 สินค้าและบริการมีคุณภาพดี ทำจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
1.4 สินค้าหรือการให้บริการได้มาตรฐาน (คุณภาพเหมือนกันทุกครั้ง)					
1.5 สินค้าหรือบริการได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐหรือได้รับรางวัลจากการประกวด					
1.6 สินค้าและบริการดีต่อสุขภาพหรือไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค					
1.7 มีการออกแบบสินค้าให้ใช้งานง่าย สะดวกต่อการใช้งาน					
1.8 บรรจุภัณฑ์มีความสะอาด สวยงามและสะดวกตา					
1.9 เป็นสินค้าหรือบริการที่มีความทันสมัย					
2. ด้านราคา					
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ					
2.2 ราคาเหมาะสมกับปริมาณของสินค้าและบริการ					
2.3 มีสินค้าหรือบริการหลากหลายระดับราคาให้เลือก					
2.4 มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
2.5 ถึงแม้จะมีราคาแพงกว่าคู่แข่ง แต่คุณภาพดีกว่า					
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 สถานที่กว้างขวาง สะอาด เดินดูได้สะดวก					
3.2 มีการจัดวางสินค้าและรูปแบบของการให้บริการเป็นหมวดหมู่ สะดวกและง่ายต่อการเลือกซื้อ					
3.3 สะดวกในการเดินทางไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เช่น มีรถประจำทาง มีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ					
3.4 มีช่องทางการสั่งซื้อหลายช่องทาง หาข้อมูลและทำการซื้อได้ง่าย					
3.5 เวลา เปิด-ปิด ที่เหมาะสม แนนอน ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
3.6 มีพนักงานคอยให้บริการด้านข้อมูล ตอบข้อซักถาม อำนวยความสะดวก					
3.7 มีการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ได้รับสินค้าและบริการเป็นไปตามที่ตกลงกัน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง					
4.2 มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น สัมผัสสมาชิก, สะสมแต้ม, ลดเปอร์เซ็นต์					
4.3 มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ คริสมาสต์ สงกรานต์ เป็นต้น					
4.4 มีการส่งเสริมการตลาดโดยออกงานแสดงสินค้าหรืองานมหกรรมสินค้าต่างๆ					
4.4 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ สามารถให้คำแนะนำได้ ทั้งก่อนและหลังการขาย					
5. ด้านบุคคล					
5.1 พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ					
5.2 พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะดูแลเอาใจใส่ ช่วยเหลือลูกค้า					
5.3 พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ					
5.4 พนักงานมีมารยาท มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส					
5.5 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เรียบร้อย					
6. ด้านกระบวนการ					
6.1 มีระบบการให้บริการที่มีความพร้อม สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง					
6.2 มีการตรวจสอบ ปรับปรุง พัฒนาการให้บริการอยู่เสมอ					
6.3 มีรูปแบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือทางออนไลน์ ที่มีความสะดวก ปลอดภัย น่าเชื่อถือ (เช่น Internet Banking, Mobile Banking, Prompt Pay เป็นต้น)					
6.4 มีระบบการจองคิวล่วงหน้าเพื่อรับบริการหรือซื้อสินค้าได้ (ติดต่อทางร้าน, โทรศัพท์, ออนไลน์)					
6.5 มีความจริงใจในการแก้ไขปัญหาให้ทันท่วงทีเมื่อเกิดข้อผิดพลาด					
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
7.1 บรรยากาศและการจัดตกแต่งร้านสวยงาม เหมาะกับรูปแบบของร้าน					
7.2 สถานที่มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ อากาศถ่ายเทสะดวก ไม่อับทึบ					
7.3 มีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอและสะอาด เช่น ห้องน้ำ ถังขยะ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
7.4 รูปแบบและสีสรรของเครื่องแบบพนักงานมีความสุภาพ เป็นเอกลักษณ์					
7.5 สถานที่กว้างขวาง เพียงพอกับการรองรับลูกค้าอย่างเหมาะสมตามสภาพของธุรกิจ					
7.6 อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการมีคุณภาพดีและทำจากวัสดุดีที่มีคุณภาพ					
8. ด้านการตลาดออนไลน์					
8.1 สามารถหาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกและเพียงพอ					
8.2 สินค้าและบริการที่แสดงในสื่อออนไลน์ตรงกับสิ่งที่ได้รับจริง					
8.3 เป็นสินค้าหรือบริการที่มียอดวิว หรือยอดสั่งซื้อจำนวนมาก					
8.4 รูปภาพของสินค้าและการให้บริการที่แสดงบนสื่อออนไลน์มีความสวยงาม ดึงดูด น่าสนใจ					
8.5 สามารถสอบถามราคาของสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ได้					
8.6 การซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์มีคุณภาพดีเท่ากับการซื้อจากในร้านแต่มีราคาถูกกว่า					
8.7 มีการแสดงราคาของสินค้าและบริการที่ชัดเจนบนสื่อออนไลน์					
8.8 การสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ได้อย่างสะดวก					
8.9 การสั่งซื้อทางออนไลน์ มีบริการส่งมอบสินค้าและบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง ได้รับสินค้าหรือบริการตามที่ตกลงกัน					
8.10 มีการใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ					
8.11 มีรายการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษสำหรับการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ เช่น ซื้อ 2 แถม 1, ได้รับคะแนนสะสมเพิ่ม, บริการจัดส่งสินค้าฟรี มีการให้บริการนอกสถานที่ เป็นต้น					
8.12 มีพนักงานที่สามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม ได้รวดเร็วผ่านทางออนไลน์ (เช่น ทางเว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ค เป็นต้น)					
8.13 มีคลิปเพื่อให้คำแนะนำหรือสาธิตวิธีการใช้สินค้าหรือขั้นตอนการรับบริการก่อนการพิจารณาซื้อ					
8.14 มีพนักงานคอยให้บริการหลังการขายเมื่อซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์					
8.15 มีระบบการชำระเงินออนไลน์ ที่มีความสะดวก ปลอดภัย น่าเชื่อถือ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
8.16 สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และทราบระยะเวลาที่สินค้าจะส่งถึงมือลูกค้า ด้วยการเช็คผ่านทางออนไลน์					
8.17 มีรูปแบบสื่อออนไลน์ที่ดี สวยงาม ดึงดูด เข้าใจและใช้งานง่าย					
8.18 ความเสถียรในการใช้งานสื่อออนไลน์ (ไม่มี page error)					
8.19 ภาษาที่ใช้บนสื่อออนไลน์ชัดเจน เข้าใจง่าย กระชับ ถูกต้อง น่าสนใจ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

