



แบบเสนอโครงการวิจัย ประจำปี 2562

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) การพัฒนารูปแบบ Digital marketing สำหรับสินค้าชุมชน กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์
เจ้าทรัพย์กรีนโฮม

(ภาษาอังกฤษ) Digital marketing model of Product Community for Jaosab Green
home Products

หน่วยงาน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

1. ลักษณะโครงการวิจัย

☒ โครงการวิจัยใหม่

☐ โครงการวิจัยต่อเนื่องระยะเวลา ปี ปีนี้เป็นปีที่ รหัสโครงการวิจัย

ความสอดคล้องของโครงการวิจัย

1) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

- ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม

2) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.
2560 – 2564)

- ส่งเสริมการนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัยองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้
ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมโดยความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ

3) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ

- การพัฒนาเทคโนโลยี

4) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

-

ผลงานของโครงการนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เชิงนโยบาย (ระบุ)

☒ เชิงพาณิชย์ (ระบุ) เพื่อนำสรุปผลการวิจัยไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาหลักสูตรบริการวิชาการ
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้า

☐ เชิงวิชาการ (ระบุ)

☐ เชิงพื้นที่ (ระบุ)

☒ เชิงสาธารณะ/สังคม (ระบุ)

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

1) ผู้รับผิดชอบ (คณะผู้วิจัย บทบาทของนักวิจัยแต่ละคนในการทำวิจัย และสัดส่วนที่ทำการวิจัย (%))

รายละเอียดของหัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวสุกัญญา นองกาวิ
(ภาษาอังกฤษ) Miss.Sukanya Nongkawee

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

โทรศัพท์ / E-mail Address 086-2169892 / sukanya.n@cpu.ac.th

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ ผู้วิจัย

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย 1 ปี

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (%) 50%

รายละเอียดของผู้ช่วยนักวิจัย (ถ้ามี)

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นายธนพจน์ แพสุวรรณ
(ภาษาอังกฤษ) Mr. Tanapos Paresuwan

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

โทรศัพท์ / E-mail Address tanapos.p@cpu.ac.th

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ ผู้ช่วยนักวิจัย

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย 1 ปี

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (%) 50%

2) ประเภทการวิจัย การวิจัยประยุกต์

3) สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

4) คำหลัก (Keyword) ของโครงการวิจัย เทคโนโลยีสารสนเทศ สินค้าชุมชน ประสิทธิภาพ

5) ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ในปัจจุบันนี้สินค้าชุมชนเริ่มมีปริมาณลดน้อยลงโดยปัญหาที่พบและเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้าชุมชน คือปัญหาที่สำคัญอันดับแรกเกิดจากความสามัคคีของคนในชุมชนต่อการบริหารจัดการปัญหาสำคัญรองลงมาคือปัญหาทางการตลาดและการส่งเสริมช่องทางการขายสินค้า เนื่องจากภาครัฐบาลขาดพี่เลี้ยงในส่วนนี้จึงทำให้สินค้าในชุมชนเมื่อผลิตออกมาแล้วขายได้แต่ในชุมชนเท่านั้นขาดการกระจายสินค้าและรูปแบบส่งเสริมการขาย และปัญหาที่เกิดจากวัตถุดิบที่เปลี่ยนไปเนื่องจากธรรมชาติและสภาพแวดล้อมและภัยธรรมชาติ นอกจากนี้ปัญหาในภาพรวมของสินค้าชุมชนเกิดจากความไม่เอาใจจริงเอาใจในการพัฒนาของคนในกลุ่มสินค้าชุมชนเอง และสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นนวัตกรรมมีจำนวนน้อยส่วนใหญ่มักจะเกิดจากการลอกเลียนแบบกัน

จากปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัญหาหนึ่งที่มีความสำคัญกับกลุ่มสินค้าชุมชน โดยกลุ่มสินค้าชุมชนขาดการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการขาดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในช่องทางการจัดจำหน่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการพัฒนาสินค้าชุมชนให้สามารถอยู่ในตลาด ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามี

ความสำคัญในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากในสังคมปัจจุบันนี้เป็นสังคมสารสนเทศที่พึ่งพาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการจัดบริการสังคมพื้นฐานในขบวนการพัฒนาสังคม เช่น ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในด้านเศรษฐกิจโดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคการผลิตและบริการ ภาคการบริหารจัดการ การตลาด การส่งเสริมการขาย ภาคการเงินการคลังทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออก อีกทั้งยังประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6) วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบ Digital marketing ที่ใช้ในปัจจุบัน ในการพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อการจำหน่ายสินค้าชุมชน กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์เจ้าทรัพย์กรีนโฮม
2. พัฒนารูปแบบ Digital marketing สำหรับสินค้าชุมชน กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์เจ้าทรัพย์กรีนโฮม

7) ขอบเขตของโครงการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ในประเด็นที่จะศึกษาดังต่อไปนี้

1. สินค้าชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์เจ้าทรัพย์กรีนโฮม
2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
 - 2.1 สัมภาษณ์เจ้าของสินค้าชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์เจ้าทรัพย์กรีนโฮม
 - 2.2 สรุปประเด็นปัญหา
 - 2.3 พัฒนาแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจำหน่ายสินค้าชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์เจ้าทรัพย์กรีนโฮม
 - 2.4 ประเมินผล

8) ทฤษฎี สมมติฐาน (ถ้ามี) กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

ไม่มี

9) การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่ประกอบขึ้นด้วยระบบการจัดเก็บข้อมูล และประมวลผลข้อมูล รวมทั้งระบบสื่อสารโทรคมนาคม และอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศ ที่มีการวางแผนการจัดการและใช้งานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมักถูกเรียกรวมกันเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและกาสื่อสาร (Information and Communication Technology) หรือที่เรามักจะเรียกย่อๆ ว่า ICT ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างฮาร์ดแวร์ (Hardware), ซอฟต์แวร์ (Software) และระบบสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication System) ที่มีความสามารถช่วยในการปฏิบัติงาน เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร การดำเนินการ และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานหรือผลผลิต ตลอดจนช่วยให้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจแก่ผู้บริหาร

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ (ตัวผลิตภัณฑ์) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยมีเกณฑ์จำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ (วรรณพรธน์ ริมผดี, 2554) ประกอบด้วย 1. เกณฑ์อายุใช้งาน แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์คงทนและผลิตภัณฑ์ไม่คงทน 2. เกณฑ์ทางกายภาพ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 3. เกณฑ์ผู้ใช้ แบ่งได้ 3 ประเภท 3 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดุษฎา สลึงค์และณัตยา เอี่ยมคง(2560) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน 2) ถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือบริหารจัดการสินค้าชุมชน 3) พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ 4) ศึกษาผลการใช้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 152 คน กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชน จาก 4 ตำบล คือ ตำบลคลองสาม ตำบลลำไทร ตำบลสามโคก และตำบลลาดหลุมแก้ว จำนวน 80 คน และผู้นำผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตการณ์ และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ วิธีการสังเคราะห์ข้อความหรือสรุปข้อความ และการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วสรุปผลเป็นความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนมีช่องทางการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยผ่านทางเฟซบุ๊ก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 46.05 มีความต้องการจำเป็นที่จะมีเว็บไซต์หรือใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของตนเอง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 81.58 และมีความต้องการในการเข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้าเป็นอย่างมาก จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 88.82

2. กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนที่ได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจมีความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม

3. รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ชุมชนผู้ผลิตสินค้าชุมชน (OTOP Community) 2) การมีส่วนร่วมของสังคม (Participation) 3) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Learn & Share) 4) การผสมผสาน (Integration) และ 5) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology)

4. กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนที่ใช้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ พบว่า ทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงานร่วมกันในชุมชนมากขึ้น การแพร่กระจายของข้อมูลและข่าวสารทำได้ง่ายขึ้น โดยผู้นำชุมชนทำหน้าที่นำความรู้ที่ได้จากการให้คำปรึกษา ไปแนะนำ เผยแพร่สู่คนในชุมชนทั้งภายในและนอกตำบล การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนทำได้ดีขึ้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เทคโนโลยีเฟซบุ๊ก และไลน์ในการติดต่อสื่อสารช่วยบริหารจัดการสินค้าชุมชนได้ง่ายขึ้น

ชลิดา จันทจิราภิวัตน์และศรีนวล พองมณ(2561) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตเทศบาลตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์สามประการได้แก่ (1) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตเทศบาลตำบลแม่สรวย ให้มีประสิทธิภาพ(2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตเทศบาลตำบลแม่สรวย (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตเทศบาลตำบลแม่สรวย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample) เป็นจำนวน 150 คน

10) การสืบค้นจากฐานข้อมูลสิทธิบัตร

ไม่พบในฐานข้อมูลสิทธิบัตร

11) เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

ชลิดา จันทจิราภิวัตน์และคณะ(2561).การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน

เขตเทศบาลตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. การประชุมหาดีใหญ่วิชาการ

ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9.(น.1632-1642).สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ดนุชา สลิวงค์และคณะ(2560). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อ

ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ. สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 10 ฉบับที่ 3. (หน้า 2355-2371). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.

12) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น ด้านวิชาการ ด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ด้านสังคมและชุมชน รวมถึงการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ จดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

- การเผยแพร่ในการประชุมวิชาการระดับชาติ จำนวน 1 บทความ

- เป็นต้นแบบสู่การนำไปพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์

- องค์การภาครัฐ/เอกชน/ชุมชน/รัฐวิสาหกิจมีแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้า

13) แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

- ถ่ายทอดแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้าชุมชน จำนวน 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์

14) วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed-Method Research Methodology) โดยวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายสินค้าชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายสินค้าชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลการใช้แนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายสินค้าชุมชน

15) ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ศึกษาทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง												
ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ												
กำหนดแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ												
ประเมินผลการใช้แนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ												
เขียนรายงานวิจัย												
เขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่												

16) งบประมาณของโครงการวิจัย

รายการ	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าตอบแทน	
1.1 ค่าตอบแทนนักวิจัย (10% ของวงเงินวิจัย ทั้งนี้ไม่เกิน 10,000 บาท)	10,000
1.2 ค่าตอบแทนผู้ช่วยนักวิจัย (ถ้ามี)	5,000
1.3 ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ	3,000
2. หมวดค่าใช้สอย	
2.1 ค่าเผยแพร่ผลงานวิจัย (ควรจะมี)	7,000
2.2 ค่าแปลภาษาอังกฤษ	1,000
2.3 ค่าขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (3,000 บาท)	3,000
2.4 ค่าใช้จ่ายในการจัดอบรม/ถ่ายทอดเทคโนโลยี	40,000
2.5 ค่าจ้างพิมพ์งาน ค่าวิเคราะห์ และค่าอภิปรายผลข้อมูล	10,000
2.6 ค่าเก็บข้อมูล	4,000
3. หมวดค่าวัสดุ	
3.1 ค่าเอกสาร และตำรา	2,000
3.2 ค่าวัสดุสำนักงาน	2,000
3.3 ค่าวัสดุอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3,000
3.4 ค่าวัสดุเชื้อเพลิง (ค่าน้ำมัน)	5,000
3.5 ค่าจัดทำเล่มรายงานวิจัย	5,000
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	100,000

17) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

(ลงนาม).....

หัวหน้าโครงการวิจัย

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

(ลงนาม).....

(ผศ.ดร.กฤษณะ ดาราเรือง)

คณบดีคณะบริหารและการจัดการ

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

เป้าหมาย ผลผลิต ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานโครงการวิจัย

[illegible]

[illegible]