

ภาคผนวก

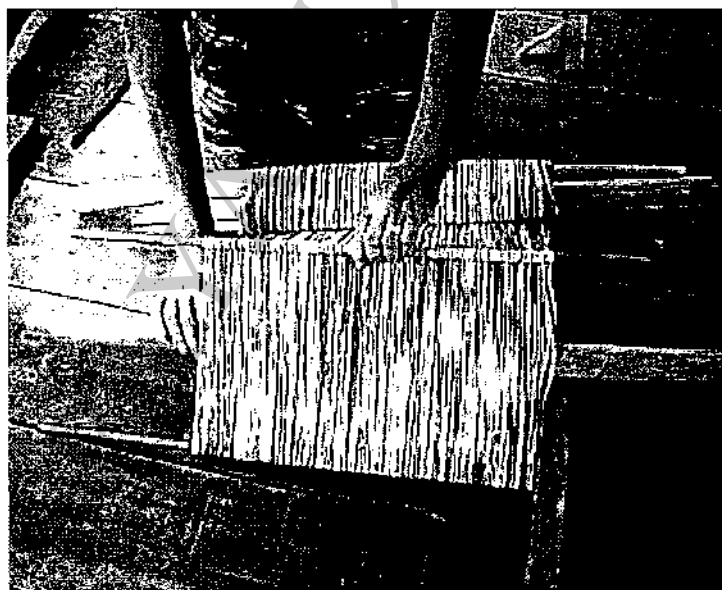
PAYAP UNIVERSITY

ภาคผนวก ก. ภาพแสดงขั้นตอนการทอผ้าด้วยกี่โหวของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด

ขั้นตอนการนำเส้นยืนขึ้นเครื่องทอ (กี่เอว)



ขั้นตอนที่ 1 ถอดไม้ทั้งหมดออกจากทาบะลิง นำไม้เชิงทื่อสอดเข้าไปเพื่อใช้เก็บตะกรอ
แทนไม้ทาลู่ ส่วนไม้อื่น ๆ คงอยู่ตำแหน่งเดิม



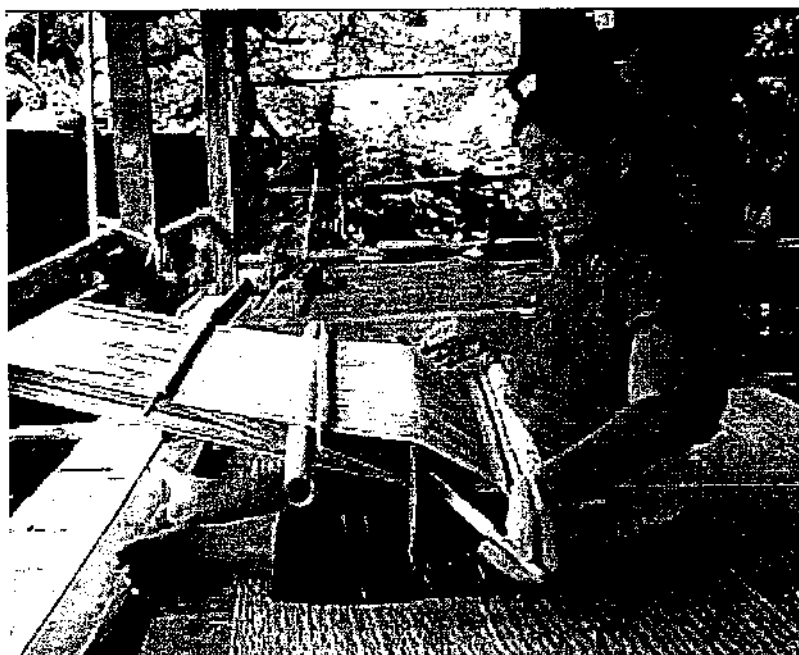
ขั้นตอนที่ 2 นำกลุ่มคู่สลักับบ้าย (ไม้หลักที่ 3 สลักับไม้หลักที่ 4) ยกกลุ่มแล้วสอดนียบ่า
เข้าไป ม้วนเก็บเพื่อเริ่มการทอ



ขั้นตอนที่ 3 นำไม้เชิงที่ผูกยึดกับฝานบ้าน กะให้ระดับความสูงประมาณช่วงอก
ของผู้ทอขณะนั่งราบกับพื้น



ขั้นตอนที่ 4 นำหย่าก่องไฟ ตาครอบแวนด้านหลังของผู้ทอ ผูกครึ่งหัวท้ายกับปลายทั้งสอง
ข้างพร้อมกับดีงเครื่องทอให้ตึงพอประมาณ
ขั้นตอนการทอ



ขั้นตอนที่ 1 เริ่มทอโดยยกแท่งที่ 1 ขึ้นสอดนิ้บ่าขึ้นเป็นมุมฉาก นำลูทู้ย(กระสวย) สอดผ่านเลยไป จากนั้นดึงนิ้บ่าลงกระแทกเส้นฝ้ายพุ่งเข้าหาตัวผู้ทอเพื่อให้ผ้าที่ทอมีความแน่น จากนั้นสลับยกแท่งที่ 2 ขึ้นแล้วทำเหมือนเดิม



ขั้นตอนที่ 2 การทอแยกส่วนที่เป็นคอเสื้อ

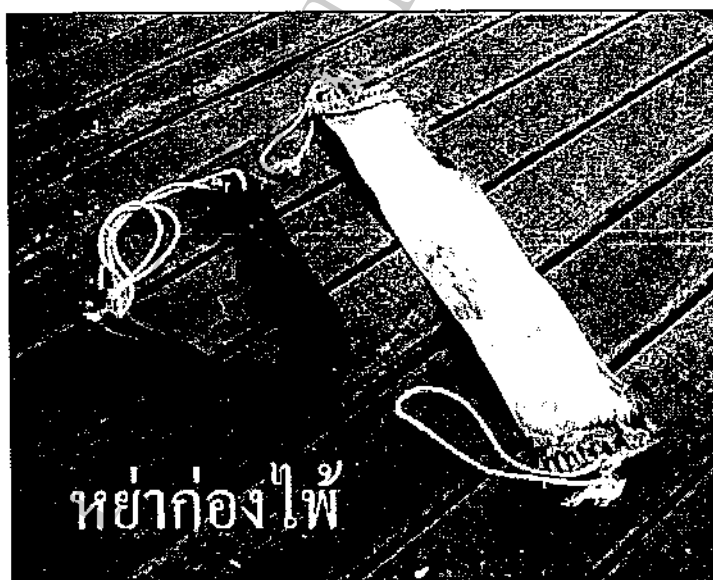
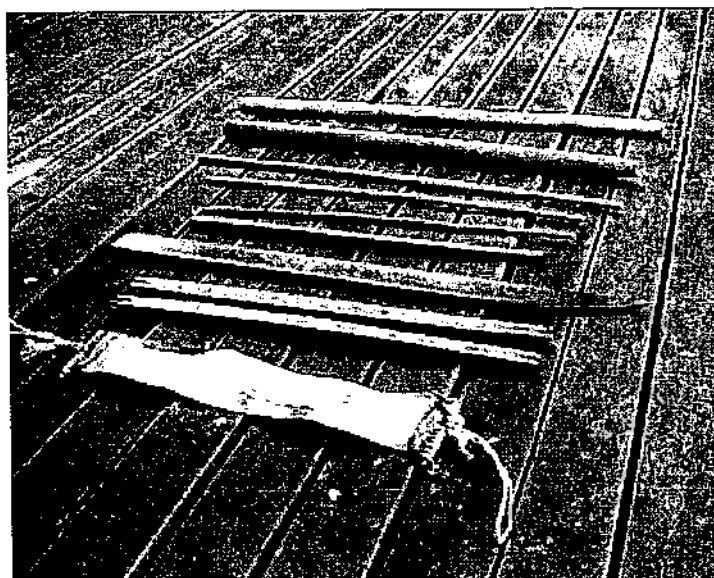


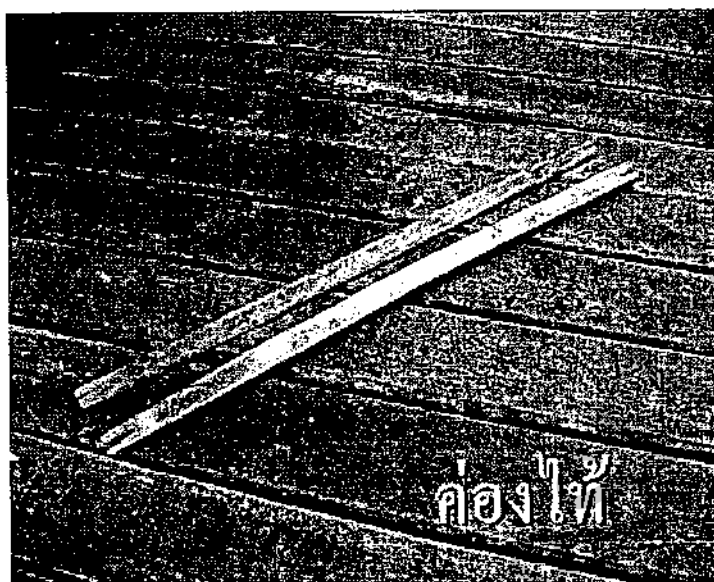
ขั้นตอนที่ 3 ตัดชายเสื้อให้ขาดจากกัน แบ่งด้ายจำนวน 4-6 เส้น

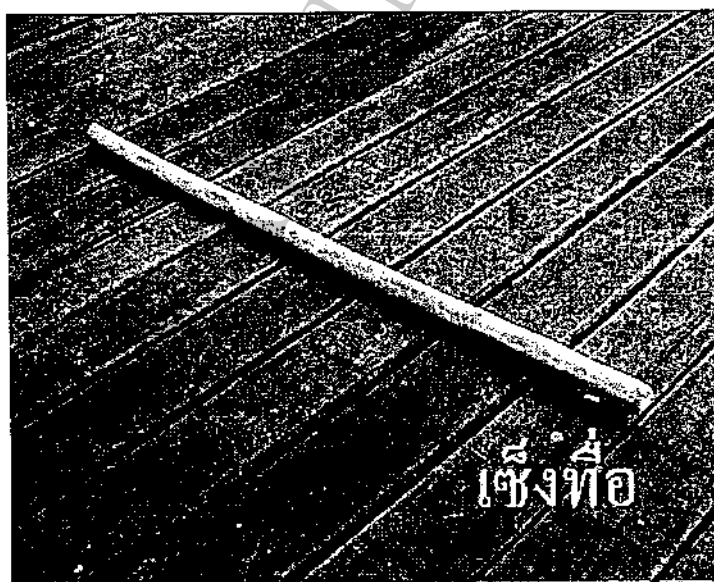
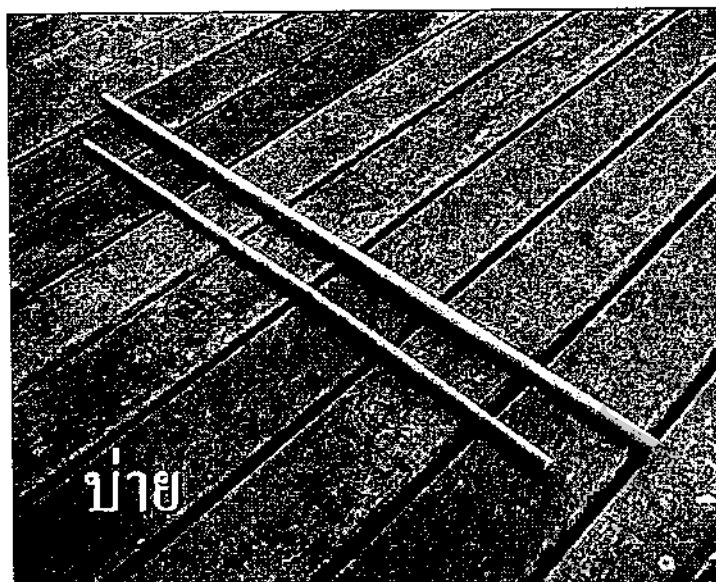


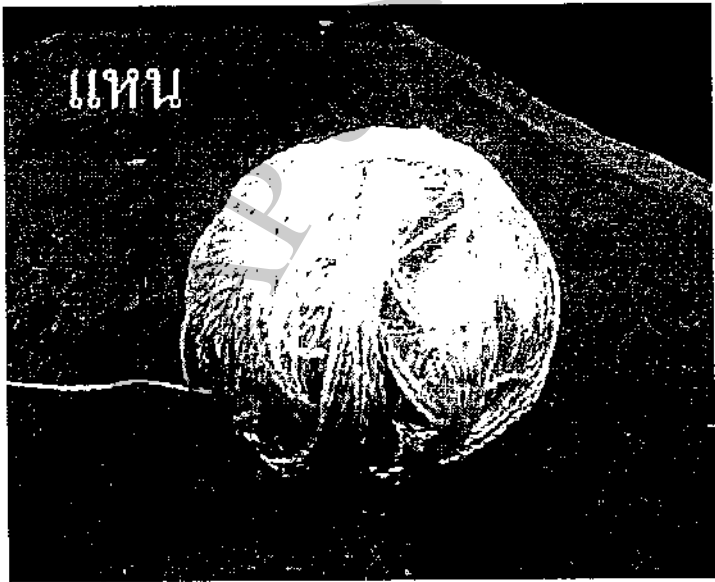
ขั้นตอนที่ 4 ทำการพันให้เป็นเกลียวเพื่อให้เกิดความสวยงาม

ภาคผนวก ข. ภาพแสดงอุปกรณ์หลักของกีเอา

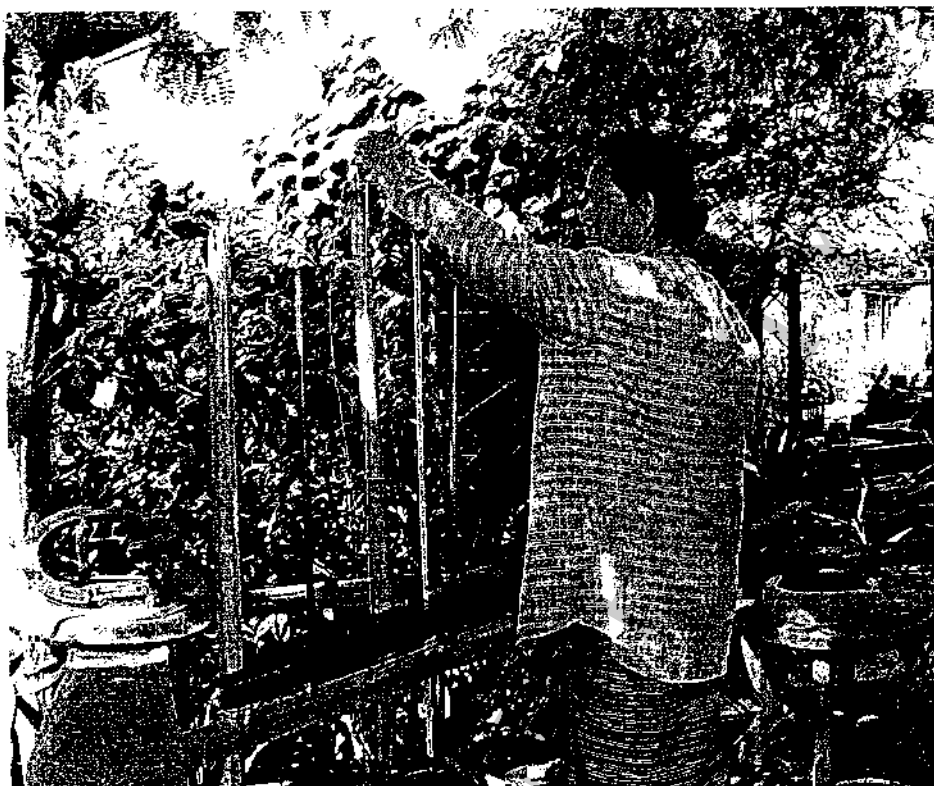




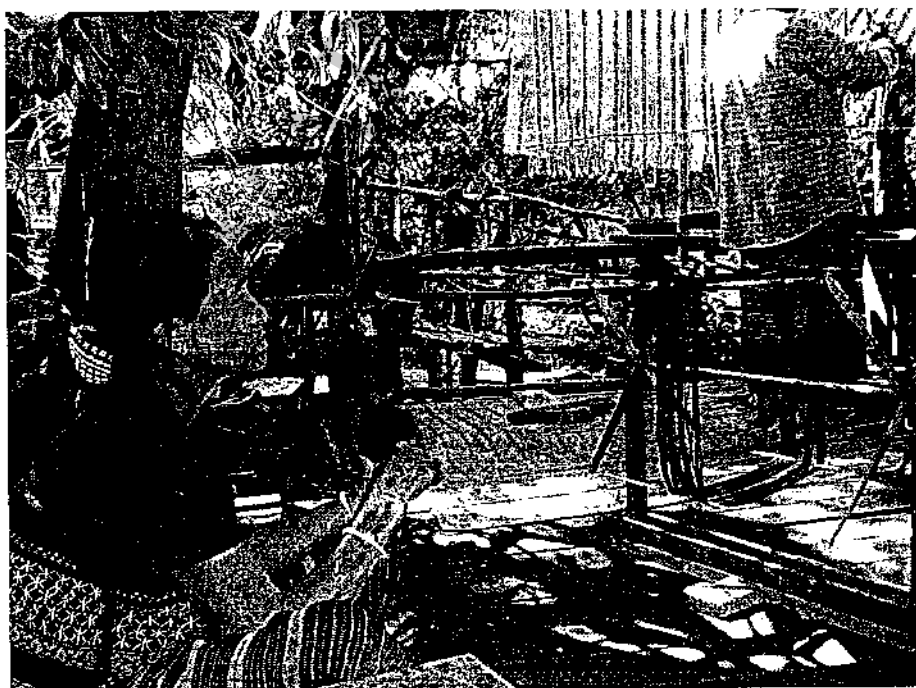




ภาคผนวก ค. ภาพแสดงบรรยากาศการทอผ้าด้วยกี่เอวของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด



การขึ้นเส้นฝ้ายขึ้นโดยทะเบลิง



การเตรียมเส้นด้าย



การเตรียมเส้นด้าย



การทอผ้าด้วยกี่เฮว



การทอเก็บลาย



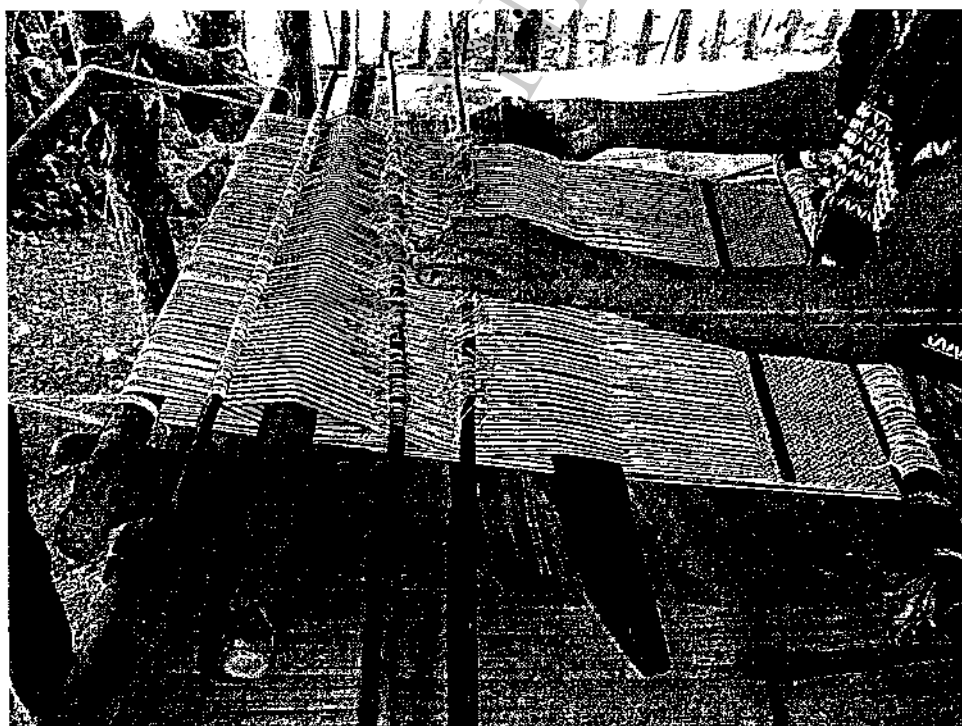
การทอเสื้อดาเซ



เสื้อเก็บลายสตรีแต่งด้วยเมล็ดเต๋อย



ภาพคุณยายชาวกะเหรี่ยงแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่า



การทอผ้าคลุมไหล่



ภาพบรรยากาศศูนย์กลางทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด



ภาพบรรยากาศศูนย์กลางทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด



ภาพศูนย์จำหน่ายผ้าทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด



ภาพภายในศูนย์จำหน่ายผ้าทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด



ภาพการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มฯ



ภาพการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม

ภาคผนวก ง. ภาพแสดงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด



คุณพรทิพา ดอกแก้วนาค
ประธานกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด



คุณจิรภา นิवासกุล ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน 6ว
สำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดลำพูน (ส.ป.ก. ลำพูน)



คุณสรวดี ธรรมชัย ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม 6ว
ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดลำพูน



คุณเสาวลักษณ์ ชมพูทา ตำแหน่งนักพัฒนาชุมชน 6ว
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทา



คุณศลิพร สันธิราษฎร์ ตำแหน่งนักสังคมสงเคราะห์
ศูนย์พัฒนาสังคม หน่วยที่ 52 จังหวัดลำพูน (ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขาฯ เดิม)



คุณราไฟ อบเชย ตำแหน่งเจ้าพนักงานเคหะกิจเกษตร 6
สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ทา



คุณสุเทพ ปัญญาเทพ
ตำแหน่งกำนันตำบลทากาศ และ ประธานสภาวัฒนธรรมตำบลทากาศ



คุณวรุดิ ดอกแก้วนาค
ตำแหน่งรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทากาศ

ภาคผนวก จ. แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการศึกษา
เรื่อง
กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด
ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

แบบสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลบริบทของของกลุ่มอาชีพ และข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1. ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 2. ตำแหน่ง.....
- 3. ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง.....ปี
- 4. ระดับการศึกษา.....
- 5. อาชีพหลัก/อาชีพเสริม.....
- 6. สถานภาพสมรส/ข้อมูลทั่วไปของคู่สมรสและบุตร.....
- 7. ท่านดำรงตำแหน่งอื่น ๆ ในชุมชนหรือในท้องถิ่นหรือไม่(ระบุ)
- 8. ท่านได้รับการถ่ายทอดวิธีการทอผ้ามาอย่างไร.....

ข้อมูลประวัติและวัตถุประสงค์การรวมกลุ่มของกลุ่มอาชีพ

- 1. ประวัติความเป็นมาของการทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด.....
.....
.....
.....
- 2. การรวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพเริ่มต้นตั้งแต่เมื่อไหร่.....
- 3. ใครเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้นำในการรวมกลุ่ม.....
- 4. จำนวนสมาชิกเมื่อเริ่มรวมกลุ่ม.....คน จำนวนสมาชิกปัจจุบัน.....คน
- 5. สมาชิกกลุ่มเป็นคนในหมู่บ้าน/ตำบลเดียวกันหรือไม่.....
.....
- 6. เหตุผลสำคัญในการรวมกลุ่ม.....
.....
.....
.....
- 7. การทอผ้าเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพรองของสมาชิก
อาชีพหลักสัดส่วน.....%
อาชีพรองสัดส่วน.....% อาชีพหลักคือ.....
- 8. บุคคลสำคัญในการสอนกระบวนการทอผ้าคือใคร.....

รูปแบบองค์การ และรูปแบบการจัดการกลุ่ม

- 1. โครงสร้างองค์การของกลุ่มเป็นอย่างไร
.....
.....
.....
.....
.....

2. มีกระบวนการในการคัดเลือกประธานกลุ่มและกรรมการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. ประธานและคณะกรรมการมีวาระดำรงตำแหน่งหรือไม่(ถ้ามีวาระละกี่ปี).....

4. บทบาทหลักของประธานกลุ่ม.....

.....

.....

.....

.....

5. คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญอย่างไรในด้านการบริหารจัดการและมีรูปแบบการตัดสินใจอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. คณะกรรมการให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมมากน้อยเพียงใด และมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ หรือร่วมแก้ไขปัญหา

.....

.....

.....

.....

7. มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการในตำแหน่งต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

9. มีการประชุมสมาชิกกลุ่มหรือไม่ มีความถี่ในการประชุมกี่ครั้งต่อปี และส่วนใหญ่เป็นการประชุมเรื่องอะไร

.....

.....

.....

10. สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมมากน้อยเพียงใด

.....

.....

11. กลุ่มมีการกำหนดเป้าหมายการทำงานของกลุ่มไว้ล่วงหน้าหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

12. กลุ่มมีการประเมินการทำงานของกลุ่มหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

13. กลุ่มได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกใด ได้รับความช่วยเหลืออย่างไร และในช่วงเวลาใด.....

.....

.....

.....

14. มีปัญหาในการจัดตั้งกลุ่มหรือไม่ อย่างไร และที่ผ่านมาได้แก้ปัญหาอย่างไร

.....

.....

.....

แหล่งเงินทุนและการจัดสรรรายได้

1. เงินลงทุนเริ่มแรกเท่าไร.....
2. แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากไหน และได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนจากหน่วยงานไหนบ้างเป็นจำนวนเงินเท่าใด

.....

.....

.....

3. ปัจจุบันใช้เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มต่อเดือนเท่าไร.....
4. มีวิธีการจัดสรรรายได้ให้แก่สมาชิกอย่างไร.....

.....

.....

สถานการณ์การผลิต

วัตถุดิบ

1. ลักษณะของวัตถุดิบที่ซื้อเป็นอย่างไร(ฝ้าย/เส้นฝ้าย/เส้นฝ้ายย้อมสี ฯลฯ)และกลุ่มมีส่วนในการจัดเตรียมวัตถุดิบเองเพียงใดอย่างไร
2. ซื้อวัตถุดิบจากแหล่งไหนบ้าง/ ทำไมถึงซื้อจากผู้ขายรายนี้มีภาวะวัตถุดิบขาดมือหรือไม่ (ความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ/ศักยภาพของผู้ขายวัตถุดิบ)

ฝ้าย

วัตถุดิบ	ลักษณะ	การนำไปใช้	แหล่งที่มา	วิธีชำระเงิน/รอบเครดิต
ฝ้ายเบอร์.....				
ฝ้ายเบอร์.....				
ฝ้ายเบอร์.....				
ฝ้ายเบอร์.....				
ฝ้ายเบอร์.....				

สีธรรมชาติ

วัตถุดิบ	สี	การนำไปใช้	แหล่งที่มา	วิธีชำระเงิน/รอบ เครดิต

สีเคมี

วัตถุดิบ	ยี่ห้อ	การนำไปใช้	แหล่งที่มา	วิธีชำระเงิน/รอบ เครดิต

วัตถุดิบรอง

วัตถุดิบ	ยี่ห้อ	การนำไปใช้	แหล่งที่มา	วิธีชำระเงิน/รอบ เครดิต
แป้งมัน				
ปลายข้าวเจ้า				
เกลือ				

3. มีการใช้วัสดุอื่น ๆ ในการซ่อมสีหรือไม/อะไร (หากเกิด)

.....

.....

4. ใช้วิธีการสั่งซื้ออย่างไร/รอบระยะเวลาในการสั่งซื้อเป็นอย่างไร/ใช้เกณฑ์ตัดสินใจใดในการ

วัตถุดิบ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	ปริมาณซื้อ (หน่วย/ครั้ง)	ปริมาณซื้อ/ปี (หน่วย/ปี)	วิธีขนส่ง

5. มีเกณฑ์อะไรในการพิจารณาว่าควรจะสั่งซื้อและในปริมาณซื้อต่อครั้งเท่าใด

6. มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มกับผู้ขายวัตถุดิบเกี่ยวกับการปรับปรุงวัตถุดิบ/
มีการแก้ไขปัญหาพร้อมกันเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือไม่อย่างไร

6. มีกระบวนการในการพัฒนาวัตถุดิบให้มีคุณภาพหรือไม่อย่างไร

7. มี(การวางแผน)การกำหนดล่วงหน้าเกี่ยวกับรอบการสั่งซื้อ/จำนวนซื้อต่อครั้งหรือไม่อย่างไร

8. เมื่อวัตถุดิบมาถึงมีการตรวจรับหรือไม่/มีวิธีตรวจอย่างไร

9. เคยได้รับวัตถุดิบที่เสียหายและไม่ได้คุณภาพในการผลิตหรือไม่/กลุ่มมีการจัดการกับ
วัตถุดิบเหล่านั้นอย่างไร

10. มีการเก็บวัตถุดิบ(คงคลัง)สำรองไว้มูลค่าประมาณเท่าใด/สถานที่จัดเก็บที่ไหน/มี
กระบวนการในการตรวจนับและตรวจเช็คคุณภาพวัตถุดิบหรือไม่อย่างไร

11. มีกระบวนการในการกระจายวัตถุดิบไปให้สมาชิกกลุ่มอย่างไร

กระบวนการผลิต

1. ชนิดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีอะไรบ้าง

2. ปริมาณการผลิตต่อปีของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเป็นจำนวนเท่าใด

3. ช่วงเวลาในการผลิตสินค้าแต่ละประเภทเป็นอย่างไร

4. มีการกำหนดปริมาณการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไว้ล่วงหน้าหรือไม่อย่างไร

5. การผลิตของกลุ่มเป็นลักษณะใด(ผลิตตามคำสั่ง/ผลิตตามความสามารถของกลุ่ม คิดเป็นสัดส่วนเท่าใด)
6. กรรมวิธีการผลิตของกลุ่มในปัจจุบันเป็นอย่างไร(ผลิตด้วยมือ/ผลิตด้วยเครื่องจักร/ทั้งสองวิธีร่วมกัน)
7. ผู้ทอทำการผลิตผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการแรกจนถึงกระบวนการสุดท้ายด้วยตนเองหรือไม่ หรือมีการแบ่งกันทำในแต่ละขั้นตอน อย่างไร
8. อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการผลิตมีอะไรบ้าง

9. ขั้นตอนในการผลิตเป็นอย่างไร

10. แรงงานในการผลิต

การเตรียมเส้นด้าย

จำนวนแรงงาน	เพศ	สถานภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มหรือไม่	ลักษณะการจ้าง (รายชิ้น/รายวัน)	อัตราค่าจ้าง

การทอ

จำนวนแรงงาน	เพศ	สถานภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มหรือไม่	ลักษณะการจ้าง (รายชิ้น/รายวัน)	อัตราค่าจ้าง

11. กลุ่มสามารถผลิตสินค้าได้ทันกับความต้องการหรือไม่/ถ้าไม่ทันมีการแก้ไขอย่างไร
12. มีกระบวนการกระจายงานผลิตไปยังสมาชิกกลุ่มอย่างไร
13. มีการจัดการกระบวนการผลิตอย่างไร(แต่ละคนทำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเองหรือไม่อย่างไรหรือมีการแบ่งดำเนินการตามความถนัดในแต่ละขั้นตอน)
14. มีการปรับปรุงวิธีการ/กระบวนการการผลิต(อย่างสม่ำเสมอ)หรือไม่อย่างไร/ใครเป็นบุคคลสำคัญในการปรับปรุง(คนในกลุ่มหรือคนนอกกลุ่ม)/จุดมุ่งหมายในการปรับปรุงคืออะไร (เพื่อลดเวลาในการผลิต/เพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้า/เพื่อลดความผิดพลาด)
15. มีการสอนงานหรือถ่ายทอดความรู้ตลอดจนพัฒนาทักษะต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกกลุ่ม(อยู่

เสมอ)หรือไม่อย่างไร/ใครเป็นผู้ดำเนินการ/วิธีการถ่ายทอด

16. มีการตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าหรือไม่/มีวิธีการอย่างไร/ทำโดยใคร/และจัดการอย่างไรกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ
17. มีกระบวนการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตอย่างไร(น้ำล้างสี)

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลกลยุทธ์การตลาดและปัญหาทางการตลาดในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์

รูปแบบผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มมีอะไรบ้าง และผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงและขายได้อย่างต่อเนื่อง
2. กลุ่มมีการพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้าหรือไม่ (ถ้ามี มีวิธีการพยากรณ์อย่างไร เช่น จากยอดขายเดิม จากสถานการณ์ทั่วไป จากคู่แข่ง จากระดับราคาวัตถุดิบ ฯลฯ)
3. ใครคือลูกค้าของกลุ่ม(สัดส่วนลูกค้าแต่ละกลุ่ม)
 - ลูกค้าในพื้นที่ สัดส่วน.....%
 - ลูกค้าต่างจังหวัด/นักท่องเที่ยว สัดส่วน.....%
 - ลูกค้าต่างประเทศ สัดส่วน.....%
4. ลวดลายผ้าที่ผลิตมีอะไรบ้าง เป็นลวดลายโบราณหรือลวดลายประยุกต์
 - สัดส่วนลวดลายโบราณ.....%
 - สัดส่วนลวดลายประยุกต์.....%
5. ใครเป็นผู้ออกแบบลวดลายผ้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์
6. มีวิธีในการออกแบบลวดลายผ้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างไร
 - ตามคู่แข่ง สัดส่วน.....%
 - ตามคำสั่งลูกค้า สัดส่วน.....%
 - ตามคำแนะนำของกลุ่มคนภายนอกกลุ่ม(ใคร) สัดส่วน.....%
 - ตามความคิดและความสามารถของกลุ่ม สัดส่วน.....%
 (ถ้าใช้ทุกวิธี สัดส่วนที่ใช้ในแต่ละวิธีเท่าใด)
7. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการพัฒนาเปลี่ยนรูปแบบอย่างไร (พัฒนาอยู่เสมอ/นาน ๆ ครั้ง/ทำแบบเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง) และพิจารณาจากอะไรว่าถึงเวลาที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์

8. เมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ กลุ่มมีการนำสินค้าไปลองทดสอบขายในตลาดก่อนหรือไม่ (เพื่อทดสอบการยอมรับ ความรู้สึก ความคิดเห็นต่อตัวผลิตภัณฑ์)
9. ท่านคิดว่าของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความเป็นเอกลักษณ์จุดเด่นที่ได้เด่นเหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่อย่างไร
 ตราสัญลักษณ์
10. กลุ่มมีตราสัญลักษณ์หรือโลโก้หรือไม่ (ท่านคิดว่าตราสัญลักษณ์หรือโลโก้มีความสำคัญมากน้อยเพียงใด)
 บรรจุภัณฑ์
11. กลุ่มมีการใช้บรรจุภัณฑ์อย่างไร(Primary packaging/Secondary packaging /Shipping packaging)
12. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีอะไรบ้าง
 ด้านราคา
 วิธีการ/วัตถุประสงค์การตั้งราคา
 1. ราคาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในปัจจุบัน
 2. กลุ่มมีวิธีการการตั้งราคาขายอย่างไร
 - ขายเท่าทุนหรือตั้งราคาต่ำเพื่อเพิ่มยอดขาย
 - ปรับลดราคา หรือเพิ่มส่วนลดเพื่อต้องการเงินสดหมุนเวียน
 - ปรับราคาขึ้นลงเพื่อรักษาระดับกำไรที่ต้องการ
 - ลดราคาสินค้าหรือเพิ่มส่วนลดเพื่อกระตุ้นปริมาณการซื้อ
 - ตั้งราคาเท่ากับคู่แข่ง
 - ตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง
 - ตั้งราคาสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์(ไม่สนใจคู่แข่ง)
 3. มีการปรับเพิ่ม-ลดราคาผลิตภัณฑ์บ่อยแค่ไหน มีสาเหตุสำคัญอะไรที่ต้องปรับ
 4. ใครเป็นผู้กำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
 5. เคยทำการสำรวจราคาสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่/ทำอย่างไร

ส่วนลด

6. กลุ่มมีการให้ส่วนลดกับใครบ้าง อย่างไร(มีการกำหนดอัตราส่วนลดเอาไว้หรือไม่/ถ้าไม่มีการกำหนดไว้ใครเป็นคนตัดสินใจให้ส่วนลด)
7. รูปแบบการให้ส่วนลด
 - ซื้อมากลดมาก(อย่างไร)
 - ส่วนลดการค้า/ส่วนลดตามหน้าที่(อย่างไร)
 - ส่วนลดเงินสด(เพื่อปรับสภาพคล่อง)
 - ส่วนลดตามฤดูกาล(อย่างไร)
 - ส่วนยอมให้สำหรับการส่งเสริมการตลาด เช่น ไปออกงานแสดงสินค้ามีการลดราคาเป็นพิเศษหรือไม่(อย่างไร)
 - ส่วนยอมให้สำหรับการเป็นนายหน้า(ในรูปเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย) (อย่างไร)
 - อื่น ๆ (อย่างไร)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มมีลักษณะอย่างไร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละเท่าใด

ผู้ผลิต -----		%
ผู้ผลิต ----- ผู้ขายปลีก -----	ผู้บริโภคร	%
ผู้ผลิต ----- ผู้ขายส่ง ----- ผู้ขายปลีก -----		%
ผู้ผลิต ----- ผู้ขายส่ง ----- ผู้ขายส่ง ----- ผู้ขายปลีก -----		%
อื่น ๆ (อย่างไร)		%

2. ทำไมถึงเลือกช่องทางหลัก(ช่องทางที่มีสัดส่วน%มากที่สุด)
3. คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายมีส่วนในการให้ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหรือไม่ (เป็นข้อมูลเกี่ยวกับอะไร)
4. คนกลางมีขั้นตอนการสั่งสินค้า การรับสินค้า และการขนส่งสินค้าอย่างไร
5. คนกลางมีอำนาจต่อรองกับกลุ่มมากน้อยเพียงใด
6. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(โดยเฉพาะช่องทางหลัก)ในปัจจุบันหรือไม่อย่างไร

การส่งเสริมการตลาด

1. กลุ่มมีการดำเนินการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางหรือไม่อย่างไร (ลด แจกตัวอย่าง ให้ของแถม ให้รางวัล อื่น ๆ (อย่างไร)
2. กลุ่มมีการดำเนินการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคหรือไม่อย่างไร (ลด แจกตัวอย่าง ให้ของแถม ให้รางวัล อื่น ๆ (อย่างไร)
3. กลุ่มมีวิธีการในการรักษาลูกค้ารายเดิมอย่างไร
4. กลุ่มมีวิธีการหาลูกค้ารายใหม่อย่างไร
5. กลุ่มมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือไม่ โดยวิธีใด
6. กลุ่มมีการกำหนดงบประมาณสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือไม่ งบประมาณมาจากแหล่งใด
7. กลุ่มคิดว่าวิธีการส่งเสริมการตลาดวิธีใดที่ดีที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

1. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งในปัจจุบัน

1.1 จำนวนผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันกับกลุ่มฯ

ระบุจำนวนคู่แข่ง และคู่แข่งสำคัญ.....

.....

1.2 รูปแบบสินค้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

สรุป

1.3 ลวดลายผ้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

1.4 คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

1.5 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีความเป็นเอกลักษณ์หรือไม่

อย่างไร.....

1.6 ท่านคิดว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมของกลุ่มฯ มีความแตกต่างทางพื้นฐานความรู้ด้านการ
ทอดผ้าด้วยกี่เอว รวมทั้ง การสร้างลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์

อย่างไร.....

1.7 ท่านคิดว่าผู้แข่งขันทุกรายจะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ
ของรัฐที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเท่าเทียมกับที่กลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดได้รับหรือไม่

อย่างไร.....

1.8 โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมผ้าทอกะเหรี่ยงเป็นลักษณะใด

- ☐ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อมากมาย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลลัพธ์ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะ
คล้ายคลึงกัน
- ☐ ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อมากมาย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลลัพธ์ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะแตกต่าง
กันในการรู้สึกของลูกค้า ไม่มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ☐ ตลาดผู้ขายน้อยราย คือ มีผู้ผลิตน้อยรายแต่ละรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่
ผลลัพธ์อาจคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันก็ได้ การเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่
เป็นไปได้ยาก
- ☐ ตลาดผูกขาด มีผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่เพียงผู้เดียว ผลลัพธ์มีเอกลักษณ์ไม่มี
คู่แข่ง

1.9 ข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรมนี้

ประเด็นข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
มูลค่าสินทรัพย์เฉพาะทางสูง				
ต้นทุนคงที่ของการออกไปจากอุตสาหกรรมสูง				
ความรู้สึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมสูง				
ศักดิ์ศรีและอารมณืด้านอื่นๆ				
ข้อจำกัดทางสังคมและกฎหมาย				

2. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งขันในอนาคต

2.1 ระดับการผลิตครั้งละมากๆ มีผลต่อการลดต้นทุนหรือไม่
เป็นอย่างไร.....

2.2 ระดับการได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน
เป็นอย่างไร.....

2.3 ระดับความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน
เป็นอย่างไร.....

2.4 ต้องการเงินลงทุนในการประกอบการสูงต่ำเพียงใด
เป็นอย่างไร.....

2.5 ระดับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ประกอบการคนอื่น
เป็นอย่างไร.....

2.6 ความยากง่ายในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการราย
อื่นเป็นอย่างไร.....

2.7 ข้อเสียเปรียบได้เปรียบด้านต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ

ประเด็นข้อเสียเปรียบได้เปรียบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
มีเทคโนโลยีที่ทำให้ลดต้นทุน				
สามารถการเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายต้นทุนต่ำ				
ตำแหน่งที่ตั้งของทำให้สามารถลดต้นทุน				
เงินช่วยเหลือจากรัฐบาล				
การลดต้นทุนจากการผลิตหลายๆ ครั้ง				

2.8 นโยบายรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร.....

2.9 ระดับราคาสินค้าของผู้ประกอบการปัจจุบันสามารถหยุดการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่อย่างไร.....

2.10 ต้องการองค์ความรู้ที่ซับซ้อนมากน้อยเพียงใดในการประกอบการอย่างไร.....

2.11 การตอบโต้การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ถูกคาดไว้ว่าจะรุนแรงมากน้อยเพียงใด โดยการพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ประกอบ

- 1) ประวัติการตอบโต้การเข้ามาของอุตสาหกรรมนี้
- 2) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีทรัพยากรพร้อมที่จะตอบโต้การเข้ามา
- 3) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีความผูกพันสูงต่ออุตสาหกรรมหรือมีสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ

อย่างไร.....

3. สภาวะจากผลิตภัณฑ์ทดแทน

3.1 จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทดแทน

อย่างไร.....
.....

3.2 ศักยภาพความสามารถในการทดแทนที่สมบูรณ์

อย่างไร.....
.....

3.3 ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Switching Cost)

อย่างไร.....
.....

3.4 ท่านคิดว่าค่าความนิยมและความภักดีในผลิตภัณฑ์เดิม หรือผู้ซื้อมีความโน้มเอียงที่จะชอบซื้อสินค้าหรือบริการทดแทนมากกว่าสินค้านี้หรือไม่ อย่างไร.....

.....
.....

3.5 แนวโน้มที่ผลิตภัณฑ์ทดแทนจะมีการเพิ่มคุณค่ามากขึ้นเพียงใดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยง.....

.....
.....

3.6 ผลิตภัณฑ์ทดแทนผลิตโดยอุตสาหกรรมที่มีกำไรดีหรือไม่

อย่างไร.....
.....

4. อิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ

4.1 จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ระบุจำนวนหรือแหล่งวัตถุดิบสำคัญ.....
.....

4.2 การรวมตัวของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....
.....

4.3 ปริมาณวัตถุดิบ(ฝ้าย)

อย่างไร.....
.....

4.4 จำนวนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

4.5 ศักยภาพในการทดแทนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

4.6 ข้อแตกต่างระหว่างวัตถุดิบของผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายต่างๆ

อย่างไร.....

4.7 ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....

4.8 ปริมาณวัตถุดิบที่ซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการมาน้อยเพียงใด

เท่าใด.....

4.9 วัตถุดิบ(ฝ้าย)มีผลต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์มาน้อยเพียงใด

อย่างไร.....

4.10 ท่านคิดว่ามีโอกาสมาน้อยเพียงใดที่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะขยายไปข้างหน้าโดยการต่อสู้
แข่งกับกลุ่ม

อย่างไร.....

4.11 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้จำหน่ายวัตถุดิบทุกรายหรือไม่

อย่างไร.....

4.12 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือไม่อย่างไร.....

5. อิทธิพลจากผู้ซื้อ (ตลาด)

5.1 จำนวนผู้ซื้อ(เทียบกับจำนวนผู้ประกอบการข้อ 1.1)

เป็นอย่างไร.....

5.2 สัดส่วนยอดขายของผู้ซื้อแต่ละรายต่อยอดขายทั้งหมดเป็นอย่างไร

ระบุ.....

5.3 ความยุ่งยากในการเปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่นเทียบกับความยุ่งยากที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น เป็นอย่างไร.....

สรุป

- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากกว่า ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากเท่ากับ ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากน้อยกว่า ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น

5.4 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้ซื้อทุกรายหรือไม่
อย่างไร.....

5.5 มีโอกาสอย่างน้อยเพียงใดที่ผู้ซื้อจะมีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ผลิตเอง
อย่างไร.....

5.6 ผู้ซื้อมีความอ่อนไหวต่อราคามากน้อยเพียงใด
อย่างไร.....

5.7 ผู้ซื้อสามารถที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากผู้ซื้อรายอื่นหลายแหล่งในเวลาเดียวกัน
อย่างไร.....

5.8 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อหรือไม่อย่างไร.....

แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการศึกษา
เรื่อง
กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด
ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ ข้อมูลทั่วไปของของผู้ให้สัมภาษณ์ และข้อมูลบริบทของของชุมชน

ข้อมูลทั่วไปของของผู้ให้สัมภาษณ์

- 9. ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....
- 10. ตำแหน่ง.....
- 11. ท่านดำรงตำแหน่งอื่น ๆ ในชุมชนหรือในท้องถิ่นหรือไม่(ระบุ)

ข้อมูลบริบทของของชุมชน

- 12. ประวัติความเป็นมาของชุมชนกะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดเป็นอย่างไร.....
- 13. วิถีชีวิตของชาวบ้านในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตมากน้อยเพียงใด อย่างไร.....
- 14. ปัจจุบันประชากรในหมู่บ้านแม่ขนาดมีจำนวนเท่าใด การนับถือศาสนา การประกอบอาชีพหลักและอาชีพเสริม.....

15. ในอดีตชาวกะเหรี่ยงมีวิธีการถ่ายทอดการทอผ้าให้ลูกหลานอย่างไร และในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหรือไปหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

16. ท่านคิดว่าการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านในการทอผ้าส่งผลต่อความเป็นอยู่ให้ชุมชนอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ที่มีต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดและปัญหาอุปสรรคทางการตลาดของกลุ่ม ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

1. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งในปัจจุบัน

1.1 จำนวนผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันกับกลุ่มฯ

ระบุจำนวนคู่แข่ง และคู่แข่งสำคัญ.....

.....

1.2 รูปแบบสินค้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

สรุป

1.10 ลวดลายผ้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

1.11 คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

แตกต่างอย่างไร.....

.....

1.12 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีความเป็นเอกลักษณ์หรือไม่

อย่างไร.....

1.13 ท่านคิดว่าคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมของกลุ่มฯ มีความแตกต่างทางพื้นฐานความรู้ด้านการ
ทอดผ้าด้วยกี่เฮว รวมทั้ง การสร้างลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์

อย่างไร.....

1.14 ท่านคิดว่าผู้แข่งขันทุกรายจะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ
ของรัฐที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเท่าเทียมกับที่กลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดได้รับหรือไม่

อย่างไร.....

1.15 โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมผ้าทอกะเหรี่ยงเป็นลักษณะใด

- ☐ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อทุกราย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะ
คล้ายคลึงกัน
- ☐ ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อทุกราย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะแตกต่าง
กันในการรู้ลึกของลูกค้า ไม่มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ☐ ตลาดผู้ขายน้อยราย คือ มีผู้ผลิตน้อยรายแต่ละรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่
ผลิตภัณฑ์อาจคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันก็ได้ การเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่
เป็นไปได้ยาก
- ☐ ตลาดผูกขาด มีผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่เพียงผู้เดียว ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ไม่มี
คู่แข่ง

1.16 ข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรมนี้

ประเด็นข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย
มูลค่าสินทรัพย์เฉพาะทางสูง				
ต้นทุนคงที่ของการออกไปจากอุตสาหกรรมสูง				
ความรู้ลึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมสูง				
ศักดิ์ศรีและอารมณ์ด้านอื่นๆ				
ข้อจำกัดทางสังคมและกฎหมาย				

3. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งขันในอนาคต

2.2 ระดับการผลิตครั้งละมากๆ มีผลต่อการลดต้นทุนหรือไม่

เป็นอย่างไร.....

2.6 ระดับการได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

เป็นอย่างไร.....

2.7 ระดับความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

เป็นอย่างไร.....

2.8 ต้องการเงินลงทุนในการประกอบการสูงต่ำเพียงใด

เป็นอย่างไร.....

2.9 ระดับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ประกอบการรายอื่น

เป็นอย่างไร.....

2.6 ความยากง่ายในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการราย

อื่นเป็นอย่างไร.....

3.7 ข้อเสียเปรียบได้เปรียบด้านต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ

ประเด็นข้อเสียเปรียบได้เปรียบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
มีเทคโนโลยีที่ทำให้ลดต้นทุน				
สามารถการเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายต้นทุนต่ำ				
ตำแหน่งที่ตั้งของทำให้สามารถลดต้นทุน				
เงินช่วยเหลือจากรัฐบาล				
การลดต้นทุนจากการผลิตหลายๆ ครั้ง				

2.8 นโยบายรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไร.....

2.9 ระดับราคาสินค้าของผู้ประกอบการปัจจุบันสามารถหยุดการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

อย่างไร.....

2.10 ต้องการองค์ความรู้ที่ซับซ้อนมากน้อยเพียงใดในการประกอบการ

อย่างไร.....

2.11 การตอบโต้การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ถูกคาดไว้ว่าจะรุนแรงมากน้อยเพียงใด โดยการพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ประกอบ

- 4) ประวัติการตอบโต้การเข้ามาของอุตสาหกรรมนี้
- 5) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีทรัพยากรพร้อมที่จะตอบโต้การเข้ามา
- 6) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีความผูกพันสูงต่ออุตสาหกรรมหรือมีสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ

อย่างไร.....

3. สภาวะจากผลิตภัณฑ์ทดแทน

3.1 จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทดแทน

อย่างไร.....

.....

3.3 ศักยภาพความสามารถในการทดแทนที่สมบูรณ์

อย่างไร.....

.....

3.3 ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Switching Cost)

อย่างไร.....

.....

3.5 ท่านคิดว่าค่าความนิยมและความภักดีในผลิตภัณฑ์เดิม หรือผู้ซื้อมีความโน้มเอียงที่จะชอบซื้อสินค้าหรือบริการทดแทนมากกว่าสินค้านี้หรือไม่ อย่างไร.....

.....

3.5 แนวโน้มที่ผลิตภัณฑ์ทดแทนจะมีการเพิ่มคุณค่ามากขึ้นเพียงใดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยง.....

.....

3.6 ผลิตภัณฑ์ทดแทนผลิตโดยอุตสาหกรรมที่มีกำไรดีหรือไม่

อย่างไร.....

4. อิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ

4.1 จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ระบุจำนวนหรือแหล่งวัตถุดิบสำคัญ.....

.....

4.6 การรวมตัวของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....

.....

4.7 ปริมาณวัตถุดิบ(ฝ้าย)

อย่างไร.....

.....

4.8 จำนวนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

4.9 ศักยภาพในการทดแทนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

4.10 ข้อแตกต่างระหว่างวัตถุดิบของผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายต่างๆ

อย่างไร.....

4.11 ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....

4.12 ปริมาณวัตถุดิบที่ซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการมากนักน้อยเพียงใด

เท่าใด.....

4.13 วัตถุดิบ(ฝ้าย)มีผลต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์มากนักน้อยเพียงใด

อย่างไร.....

4.14 ท่านคิดว่ามีโอกาสมากน้อยเพียงใดที่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะขยายไปข้างหน้าโดยการทอดผ้า
แข่งกับกลุ่ม

อย่างไร.....

4.15 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้จำหน่ายวัตถุดิบทุกรายหรือไม่

อย่างไร.....

4.16 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือไม่อย่างไร.....

5. อิทธิพลจากผู้ซื้อ (ตลาด)

5.1 จำนวนผู้ซื้อ(เทียบกับจำนวนผู้ประกอบการข้อ 1.1)

เป็นอย่างไร.....

5.2 สัดส่วนยอดขายของผู้ซื้อแต่ละรายต่อยอดขายทั้งหมดเป็นอย่างไร

ระบุ.....

5.3 ความยุ่งยากในการเปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่นเทียบกับความยุ่งยากที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น เป็นอย่างไร.....

สรุป

- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากกว่า ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากเท่ากันกับ ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากน้อยกว่า ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น

5.4 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้ซื้อทุกรายหรือไม่

อย่างไร.....

5.5 มีโอกาสอย่างน้อยเพียงใดที่ผู้ซื้อจะมีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ผลิตเอง

อย่างไร.....

5.6 ผู้ซื้อมีความอ่อนไหวต่อราคามากน้อยเพียงใด

อย่างไร.....

5.7 ผู้ซื้อสามารถที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากผู้ซื้อรายอื่นหลายแหล่งในเวลาเดียวกัน

อย่างไร.....

5.8 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อหรือไม่อย่างไร.....

แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการศึกษา
เรื่อง
กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด
ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1. ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....
 - 2. ตำแหน่ง.....
 - 3. ที่ผ่านมานหน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดอย่างไร
-
-
-
-
-

ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง ที่มีต่อการดำเนินกล
ยุทธ์การตลาดและปัญหาอุปสรรคทางการตลาดของกลุ่ม ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง
ทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสภาวะการแข่งขันใน
อุตสาหกรรม

- 1. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งในปัจจุบัน
- 1.1 จำนวนผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันกับกลุ่มฯ
- ระบุจำนวนคู่แข่ง และคู่แข่งสำคัญ.....
-
- 1.2 รูปแบบสินค้าของกลุ่มฯมีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น
- แตกต่างอย่างไร.....
-
- สรุป
- 1.3 ลวดลายผ้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น
- แตกต่างอย่างไร.....

1.4 คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯ มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น
แตกต่างกันอย่างไร.....

1.5 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีความเป็นเอกลักษณ์หรือไม่
อย่างไร.....

1.6 ท่านคิดว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมของกลุ่มฯ มีความแตกต่างทางพื้นฐานความรู้ด้านการ
ทอดผ้าด้วยกี่เอว รวมทั้ง การสร้างลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์
อย่างไร.....

1.7 ท่านคิดว่าคู่แข่งทุกรายจะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ
ของรัฐที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเท่าเทียมกับที่กลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนานได้รับหรือไม่
อย่างไร.....

1.8 โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมผ้าทอกะเหรี่ยงเป็นลักษณะใด

- ☐ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อทุกราย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลผลิตที่ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะ
คล้ายคลึงกัน
- ☐ ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด คือ มีผู้ผลิตและผู้ซื้อทุกราย ผู้ซื้อและผู้ขายรู้ข้อมูล
เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ผลผลิตที่ระหว่างผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะแตกต่าง
กันในการรู้สึกของลูกค้า ไม่มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ☐ ตลาดผู้ขายน้อยราย คือ มีผู้ผลิตน้อยรายแต่ละรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่
ผลผลิตที่อาจคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันก็ได้ การเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่
เป็นไปได้ยาก
- ☐ ตลาดผูกขาด มีผู้ผลิตหรือผู้ขายแต่เพียงผู้เดียว ผลผลิตที่มีเอกลักษณ์ไม่มี
คู่แข่ง

1.9 ข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรมนี้

ประเด็นข้อกีดขวางการออกไปจากอุตสาหกรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
มูลค่าสินทรัพย์เฉพาะทางสูง				
ต้นทุนคงที่ของการออกไปจากอุตสาหกรรมสูง				
ความรู้สึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมสูง				
ศักดิ์ศรีและอารมณ์ด้านอื่นๆ				
ข้อจำกัดทางสังคมและกฎหมาย				

2. สภาวะการแข่งขันคู่แข่งขันในอนาคต

2.1 ระดับการผลิตครั้งละมากๆ มีผลต่อการลดต้นทุนหรือไม่

เป็นอย่างไร.....

.....

2.2 ระดับการได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

เป็นอย่างไร.....

.....

2.3 ระดับความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

เป็นอย่างไร.....

.....

2.4 ต้องการเงินลงทุนในการประกอบการสูงต่ำเพียงใด

เป็นอย่างไร.....

.....

2.5 ระดับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ประกอบการคนอื่น

เป็นอย่างไร.....

.....

2.6 ความยากง่ายในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการรายอื่นเป็นอย่างไร.....

.....

2.7 ข้อเสียเปรียบได้เปรียบด้านต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ

ประเด็นข้อเสียเปรียบได้เปรียบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย
มีเทคโนโลยีที่ทำให้ลดต้นทุน				
สามารถการเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายต้นทุนต่ำ				
ตำแหน่งที่ตั้งของทำให้สามารถลดต้นทุน				
เงินช่วยเหลือจากรัฐบาล				
การลดต้นทุนจากการผลิตหลายๆ ครั้ง				

2.8 นโยบายรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร.....

2.9 ระดับราคาสินค้าของผู้ประกอบการปัจจุบันสามารถหยุดการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่อย่างไร.....

2.10 ต้องการองค์ความรู้ที่ซับซ้อนมากน้อยเพียงใดในการประกอบการอย่างไร.....

2.11 การตอบโต้การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ถูกคาดไว้ว่าจะรุนแรงมากน้อยเพียงใด โดยการพิจารณาในประเด็นต่อไปนี้ประกอบ

- 7) ประวัติการตอบโต้การเข้ามาของอุตสาหกรรมนี้
- 8) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีทรัพยากรพร้อมที่จะตอบโต้การเข้ามา
- 9) ผู้ประกอบการเดิมรายสำคัญที่มีความผูกพันสูงต่ออุตสาหกรรมหรือมีสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ

อย่างไร.....

3. สภาวะจากผลิตภัณฑ์ทดแทน

3.1 จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทดแทน

อย่างไร.....

3.2 ศักยภาพความสามารถในการทดแทนที่สมบูรณ์

อย่างไร.....

3.3 ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทน (Switching Cost)

อย่างไร.....

3.4 ท่านคิดว่าค่าความนิยมและความภักดีในผลิตภัณฑ์เดิม หรือผู้ซื้อที่มีความโน้มเอียงที่จะชอบซื้อสินค้าหรือบริการทดแทนมากกว่าสินค้านี้หรือไม่ อย่างไร.....

3.5 แนวโน้มที่ผลิตภัณฑ์ทดแทนจะมีการเพิ่มคุณค่ามากขึ้นเพียงใดเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ผ้าหอกะเหรี่ยง.....

3.6 ผลิตภัณฑ์ทดแทนผลิตโดยอุตสาหกรรมที่มีกำไรดีหรือไม่

อย่างไร.....

4. อิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ

4.1 จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ระบุจำนวนหรือแหล่งวัตถุดิบสำคัญ.....

4.2 การรวมตัวของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....

4.3 ปริมาณวัตถุดิบ(ฝ้าย)

อย่างไร.....

4.4 จำนวนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

.....

4.5 ศักยภาพในการทดแทนของผลิตภัณฑ์วัตถุดิบทดแทนฝ้าย

อย่างไร.....

.....

4.6 ข้อแตกต่างระหว่างวัตถุดิบของผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายต่างๆ

อย่างไร.....

.....

4.7 ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

อย่างไร.....

.....

4.8 ปริมาณวัตถุดิบที่ซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด

เท่าใด.....

4.9 วัตถุดิบ(ฝ้าย)มีผลต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด

อย่างไร.....

.....

4.10 ท่านคิดว่ามีโอกาสมากน้อยเพียงใดที่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะขยายไปข้างหน้าโดยการทอดผ้า แข่งกับกลุ่ม

อย่างไร.....

.....

4.11 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้จำหน่ายวัตถุดิบทุกรายหรือไม่

อย่างไร.....

.....

4.13 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือไม่อย่างไร.....

.....

5. อิทธิพลจากผู้ซื้อ (ตลาด)

5.1 จำนวนผู้ซื้อ(เทียบกับจำนวนผู้ประกอบการข้อ 1.1)

เป็นอย่างไร.....

.....

5.2 สัดส่วนยอดขายของผู้ซื้อแต่ละรายต่อยอดขายทั้งหมดเป็นอย่างไร

ระบุ.....

.....

5.3 ความยุ่งยากในการเปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่นเทียบกับความยุ่งยากที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น เป็นอย่างไร.....

.....

สรุป

- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากกว่า ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากเท่ากันกับ ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น
- ☐ เปลี่ยนไปขายแก่ผู้ซื้อรายอื่น ยุ่งยากน้อยกว่า ที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากคู่แข่งรายอื่น

5.4 ข้อมูลข่าวสารแพร่ทั่วถึงกันระหว่างผู้แข่งขันทุกรายและผู้ซื้อทุกรายหรือไม่

อย่างไร.....

.....

5.5 มีโอกาสมากน้อยเพียงใดที่ผู้ซื้อจะมีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ผลิตเอง

อย่างไร.....

.....

5.6 ผู้ซื้อมีความอ่อนไหวต่อราคามากน้อยเพียงใด

อย่างไร.....

.....

5.7 ผู้ซื้อสามารถที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ได้จากผู้ซื้อรายอื่นหลายแหล่งในเวลาเดียวกัน

อย่างไร.....

.....

5.8 มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อหรือไม่อย่างไร.....

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบความเที่ยงของแบบสัมภาษณ์

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. ดร.ยุวลักษณ์ จิระกิตาการ | ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 2. ดร. รุติกุล ไชยวรรณ | คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดระหว่าง
ประเทศ หลักสูตรปริญญาโทนานาชาติ
มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิระ บุรีคำ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยพายัพ |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้อ่านงานวิจัย (Reader)

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. ดร.สมคิด แก้วทิพย์ | รักษาการหัวหน้าสกว.ภาค |
| 2. ดร. รุติกุล ไชยวรรณ | คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดระหว่าง
ประเทศ หลักสูตรปริญญาโทนานาชาติ
มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 3. อาจารย์รุจพร ประชาเดชสุวัฒน์ | อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยพายัพ |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้วิจารณ์งานวิจัย

- | | |
|------------------------------------|---|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพิน สันติธำมาช | รองคณบดีฝ่ายพัฒนาคุณภาพนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
|------------------------------------|---|

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ นางพรรณนุช นามสกุล ชัยปันชนะ

ประวัติการศึกษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2537

บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยพายัพ พ.ศ. 2531

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ผู้ช่วยคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยพายัพ จ. เชียงใหม่

ประสบการณ์และผลงานทางวิชาการ

ประสบการณ์ด้านการสอน

มีประสบการณ์การสอนในสาขาวิชาการจัดการ 20 ปี

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1. หัวหน้าโครงการ

1. โครงการวิจัยการสำรวจการใช้ดัชนีวัดผลสำเร็จองค์การ กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

2. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายหัตถกรรมจากเส้นใยพืชจังหวัดพะเยา

3. นักวิจัยร่วม

1. โครงการการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Mapping) ภาคเหนือตอนบน

2. การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านสันกว๊าน อ.เมือง จ.พะเยา

3. โครงการวิจัยและพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษา บ้านไร่ป่าคา ตำบลท่าตุ้ม อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

ความถนัดและความสนใจทางวิชาชีพ

ความถนัดและความสนใจทางวิชาชีพสาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาการตลาด