

ภาคผนวก

PAYAP UNIVERSITY

## ภาคผนวก ก

### รายนามผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบโครงสร้างและคุณภาพเครื่องมือ

1. รศ. จำเนียร บุญมาก สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. ดร.ศรีสุดา แซ่ลี สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ
3. ดร.ฐิติ ฐิติจำเริญพร ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยพายัพ

### ประวัตินักวิจัย

ชื่อ นาย ศุภณิศร์ นามสกุล เต็มสงวนวงศ์

ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ประวัติการศึกษา (ควรระบุวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป พร้อมสถานศึกษาและปีที่สำเร็จการศึกษา)

วทบ. (วิทยาศาสตร์) จากมหาวิทยาลัยมหิดล ปี 1995

บธม. (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยพายัพ ปี 1999

บธด. (การตลาดระหว่างประเทศ) จากมหาวิทยาลัย Ateneo De Davao ปี 2008

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

ประสบการณ์ ผลงานทางวิชาการ รางวัลหรือทุนการศึกษาเฉพาะที่สำคัญ (ถ้ามี)

หนังสือและเอกสารประกอบการสอน :

1. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ และคณะ (2547). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ McGraw-Hill.
2. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2547). เอกสารประกอบการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อป๋ปีเซ็นต์เตอร์
3. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2547). เอกสารประกอบการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่. วุฒิก่อป๋ปีเซ็นต์เตอร์
4. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2550). เอกสารประกอบการสอนวิชาการตลาดทางการกีฬา สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อป๋ปีเซ็นต์เตอร์

5. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2551). เอกสารประกอบการสอนวิชานโยบายผลิตภัณฑ์และราคา สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์
6. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2554). เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิจัยการตลาด สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์
7. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2554). เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิจัยการตลาด สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์
8. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2555). เอกสารประกอบการสอนวิชาสถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์
9. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2555). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการการค้าปลีกและการค้าส่ง สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่.

วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์

10. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2555). เอกสารประกอบการสอนวิชาการตลาดทางตรง สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์
11. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2556). เอกสารประกอบการสอนวิชาการระบบสารสนเทศทางการตลาด สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่.

วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์

12. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาการตลาดธุรกิจขนาดย่อม สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่. วุฒิก่อปปี้เซ็นเตอร์

#### บทความ :

- การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ e - Marketing (เว็บไซต์สาขาการตลาด)
- การตลาดบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ M - Commerce (เว็บไซต์สาขาการตลาด)
- กระแสการศึกษา กระแสดิตเทรนด์ (วารสารพายัพ)
- ภาพลักษณ์ตราสินค้า (วารสารพายัพ)
- จุดประกายสินค้าทางการกีฬา (วารสารพายัพ)
- การบริหารความจงรักภักดีของลูกค้า (วารสารพายัพ)
- โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (วารสารพายัพ)
- ระบบการล้าเสี่ยงกับความสำเร็จต่อองค์กรธุรกิจ (วารสารพายัพ)

#### งานแปล :

- Principle of Marketing : McGraw-Hill ., 2006

#### งานวิจัย :

1. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (หัวหน้าโครงการ) การวิเคราะห์สถานภาพและกลยุทธ์การตลาดมหาวิทยาลัยเอกชน กรุงเทพมหานคร (ทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยพายัพ,2548)
2. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) Spa Goer Behavior in Chiangmai (ทุนสนับสนุนสถาบันพัฒนา SMEs เครือข่ายมหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2549)

3. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) Political Economic on the Perimeter : State policy and Trade on Thailand's border with Myanmar and Lao PDR – A comparative Study of Mae Sai-Tachilek and Chiang Khong-Houixai Boundary Areas (Co-researcher)  
(ทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยพายัพ,2549)
4. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ / ผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2548 (ทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยพายัพ,2550)
5. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ / ผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2552 (ทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยพายัพ,2552)
6. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (หัวหน้าโครงการ) กลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เทศบาลสันทรายหลวง จังหวัดเชียงใหม่ (ทุนสนับสนุนมหาวิทยาลัยพายัพ,2554)
7. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) การจัดการความรู้ทางการตลาดสินค้ากลุ่มผ้าบ้านดงเจริญชัย อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ (ทุนสนับสนุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ,2555)
8. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (หัวหน้าโครงการ) ความร่วมมือแบบทวิภาคีระหว่างไทย - อินเดีย (ITFTA) (ทุนสนับสนุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ,2555)
9. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (ผู้ร่วมโครงการ) การวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อพัฒนาและจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์และบริการวิสาหกิจชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดเชียงใหม่ (ทุนสนับสนุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ,2555)

#### Conferences and Proceeding :

1. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2550. การวิเคราะห์สถานภาพและกลยุทธ์การตลาดมหาวิทยาลัยเอกชน กรุงเทพมหานคร.วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ,ปีที่ 3 ฉบับที่ 1, หน้า 46-52.
2. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2550. Spa Goer Behavior in Chiangmai.วารสารอุตสาหกรรมสาร.ปีที่ 32 ฉบับที่ 64, หน้า 7-12.
3. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2552. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ / ผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2548.รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.มหาวิทยาลัยพายัพ.
4. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2553. Strategic Distribution Potentiality toward Firm's Success: Food Industries in the North Region of Thailand. Proceeding Conference. IIBD&LEWI,HongKong Baptist University,HongKong.
5. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2553. Comparing Universities' Perception of What Their Students Expect and Students' Expectations". Proceeding Conference. TLHE, University of Singapore,Singapore.
6. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2553. Analyzing Statuses and Improving Marketing Strategies of Private Universities In Bangkok. Proceeding Conference. สออ. ประเทศไทย ครั้งที่ 21 จังหวัดเชียงใหม่ และ ASAIHL,Universiti Sains Malaysia,Malaysia.
7. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2554. INFLUENCE OF VIEWPOINTS, JOB SATISFACTION ON IT WORKERS TURNOVER: A STUDY OF NORTHERN REGION OF THAILAND. Proceeding Conference. 2nd International Conference RMUTL,Thailand.

8. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2554. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ / ผู้ใช้บัณฑิต นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2552.รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.มหาวิทยาลัยพายัพ.
9. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2555. Marketing Strategies of the Top Private University in Metropolitan of Thailand. Proceeding Conference. TCOBS 1st symposium University of Thailand Chamber of Commerce,Thailand.
11. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2555. Linking Between Key factors Fostering Students' Supportive Behavioral Intentions Toward University. Proceeding Conference. ASAIHL 2009,Thailand.
12. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์.2556. The Business Achievement Factors of 5 Star OTOP Product Champion (OPC) Entrepreneur within Chiangmai Province : Case Amphur Sansai. Proceeding Conference. UNRN 2012,Thailand.

#### Journal Publication

1. "Strategic Distribution Potentiality toward Firm's Success: Food Industries in the North Region of Thailand" *Journal of Business and Retail Management Research Vol.3,Issue.1 October 2008 ISSN 1751-8202.*
2. "Comparing Universities' perception of what their Students expect and students' expectations" *Journal of Business and Retail Management Research Vol.3,Issue.2 April 2009 ISSN 1751-8205.*
3. "The Marketing Strategies of OTOP Sansai Luang Municipality Amphur Sansai, Chiangmai" *APHEIT Journal Vol.16, No.1 May 2010 ISSN 0858-9216.*

#### โปสเตอร์

- "การวิเคราะห์สถานภาพและ พัฒนากลยุทธ์การบริหารด้านการตลาดของมหาวิทยาลัยเอกชน กรุงเทพมหานคร" สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลครั้งที่ 1 2551 : จ.ตรัง

#### ความถนัด/สนใจ/เชี่ยวชาญ ทางวิชาชีพ

- การวิจัยทางการตลาด
- กลยุทธ์ทางการตลาด
- เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

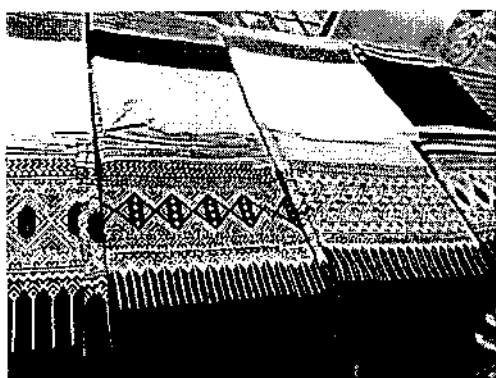
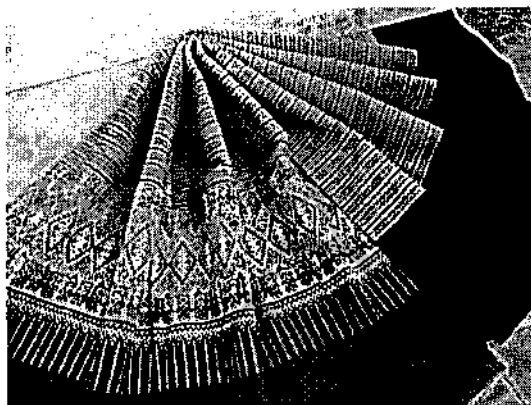
ภาคผนวก ข

รูปภาพผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรสุดยอด OTOP Product Champion (OPC) ระดับ 5 ดาวของ  
จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2555

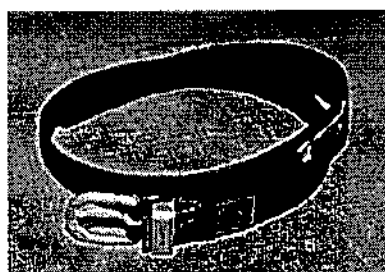
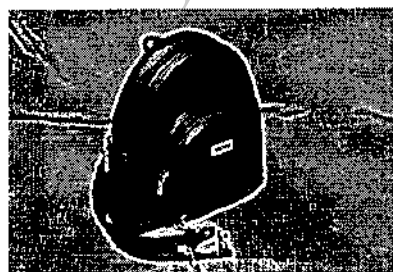
1. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มตัดเย็บผ้าไทยบ้านสันมะนาว



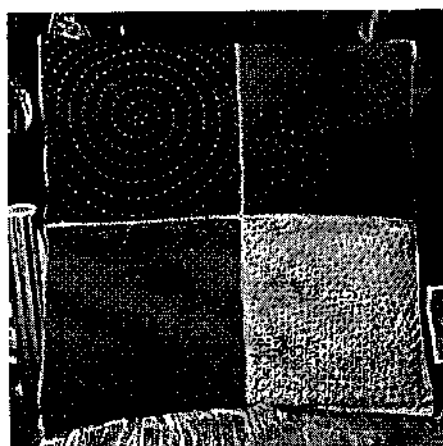
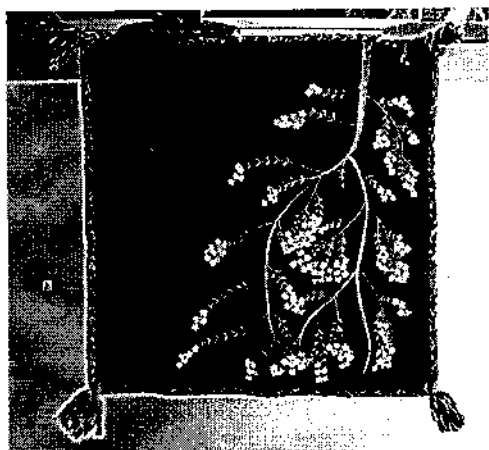
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันกำแพงปลา



3. ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง กลุ่มเครื่องหนังบ้านสันกลาง



4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

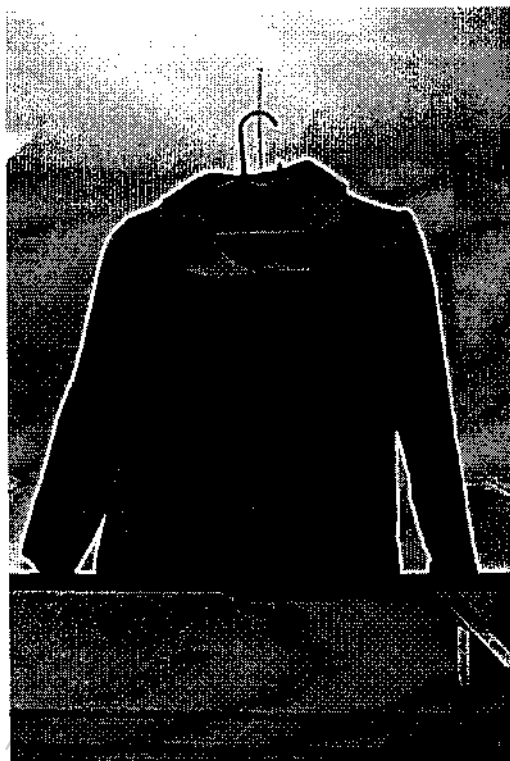




5. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ วิสาหกิจชุมชนเปิงใจ



6. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสุภิญญาผ้าฝ้าย

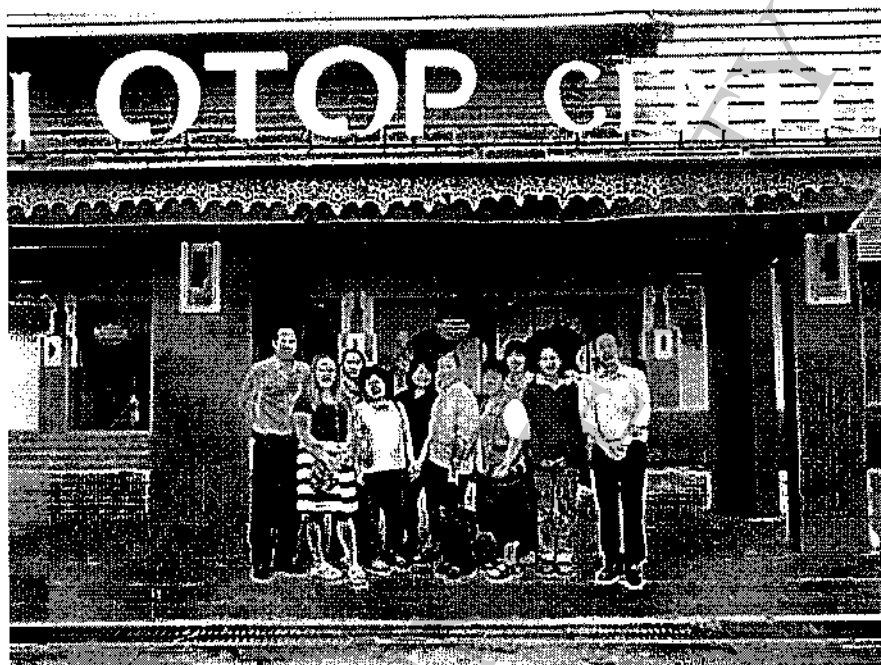


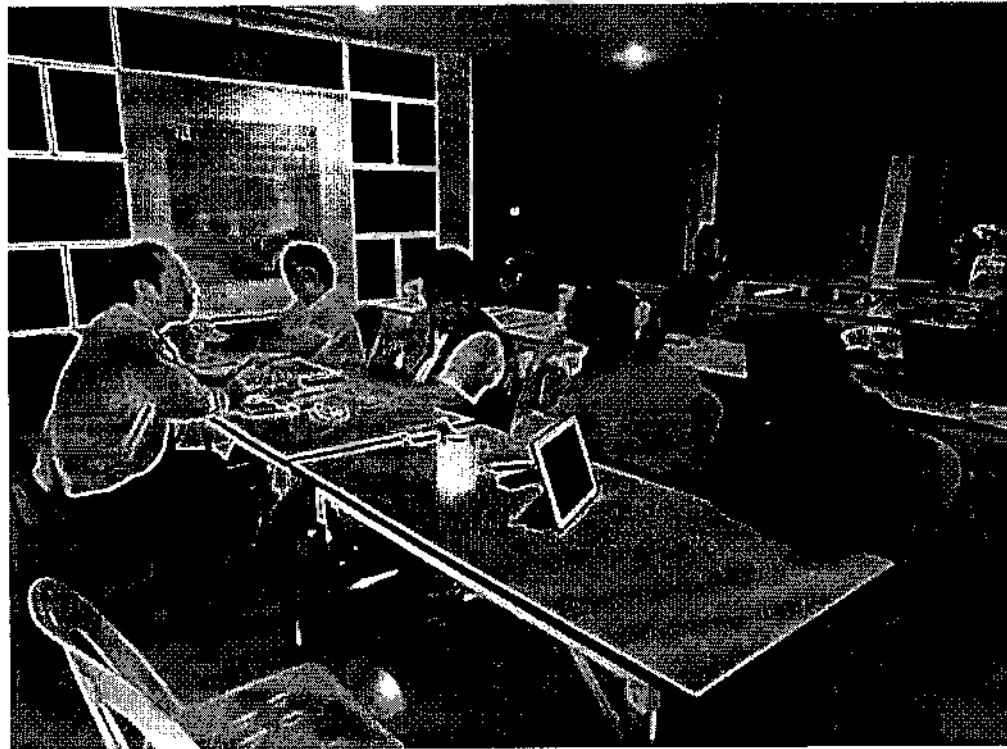
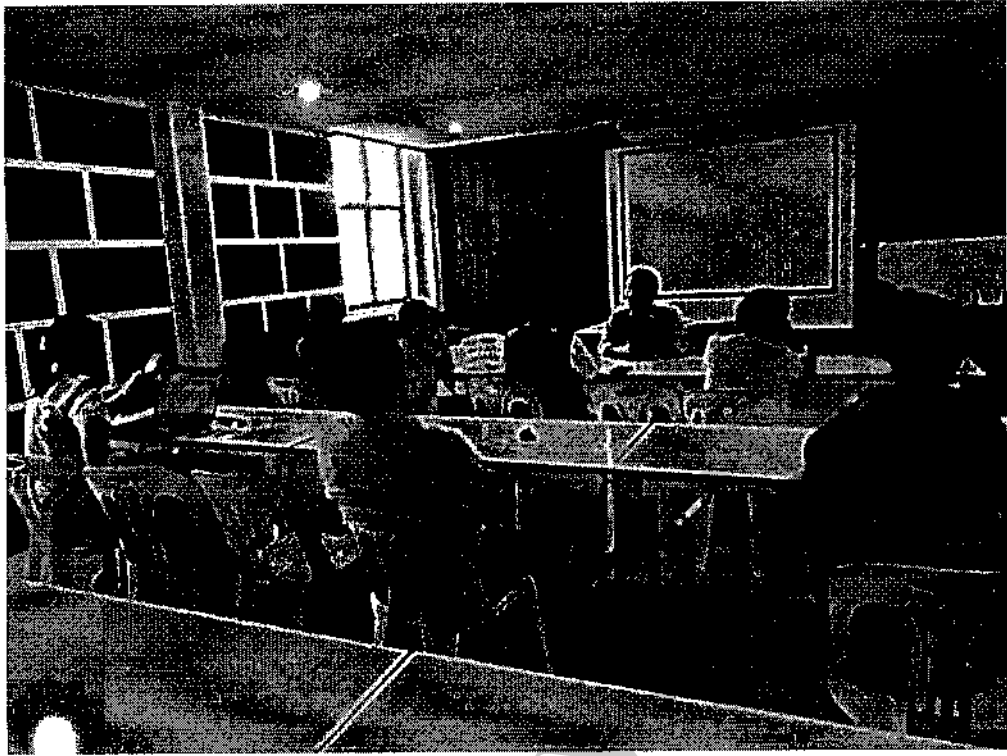
7. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ นพรัตน์สิ่งทอ



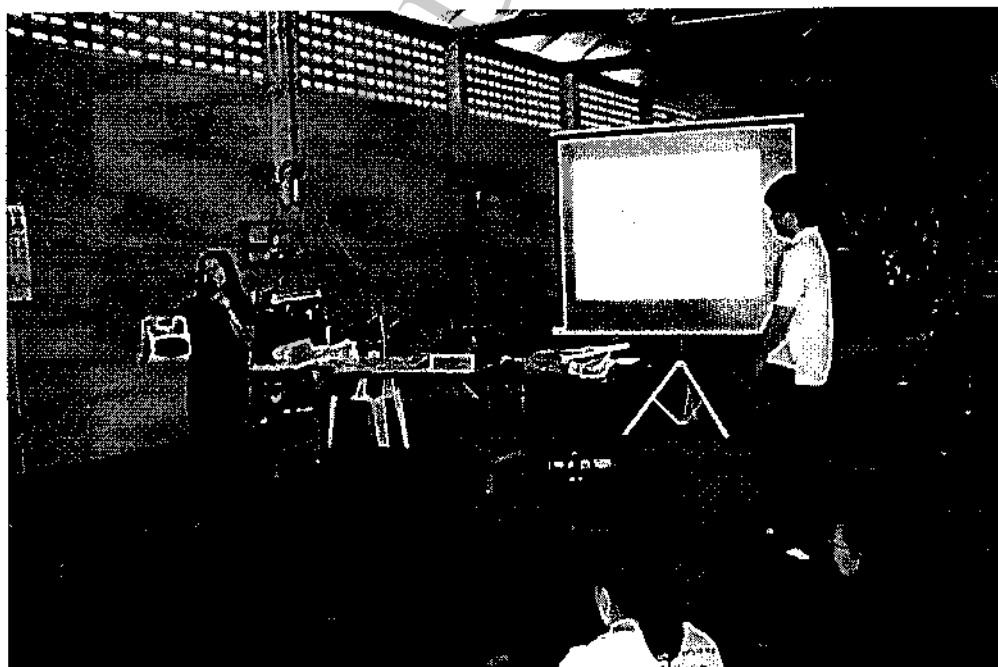
## ภาคผนวก ค

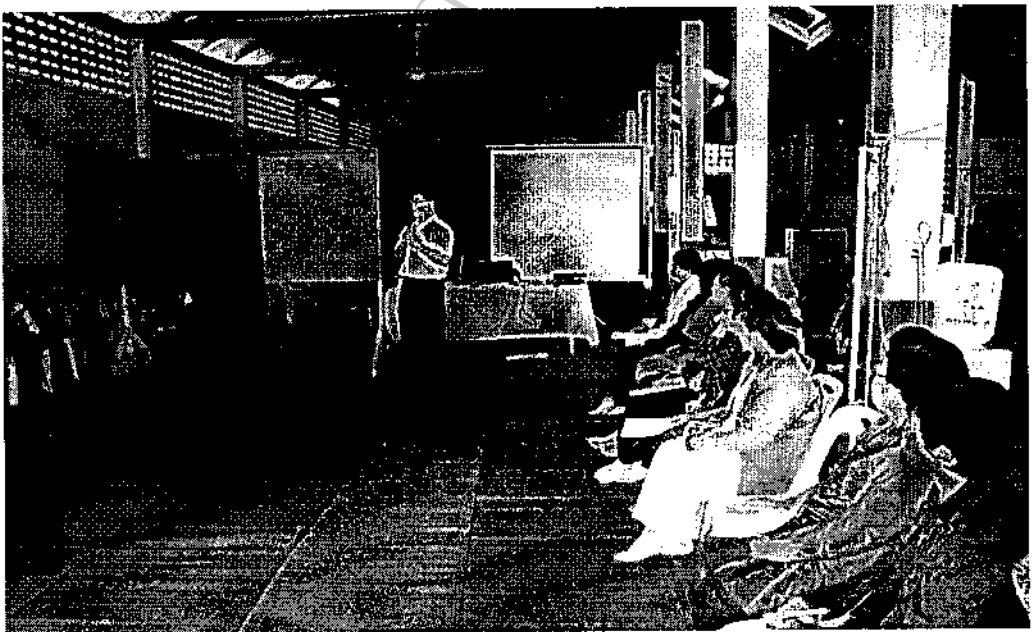
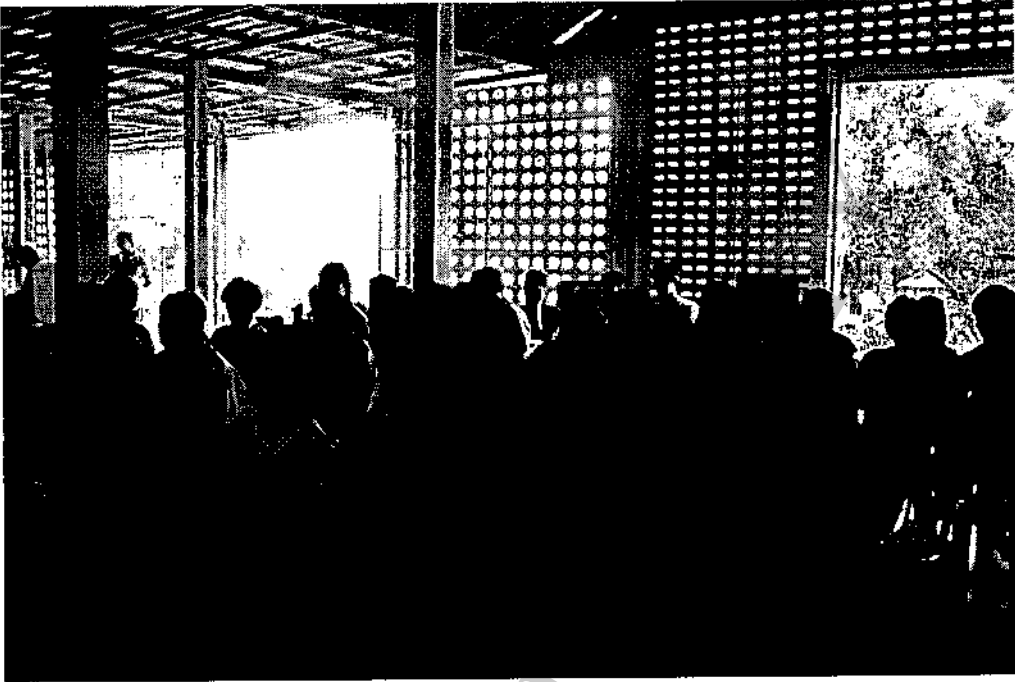
ภาพกิจกรรมการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ระดับ 5 ดาว  
ณ OTOP CENTER อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่





ภาพกิจกรรมการจัดเวทีสาธารณะเพื่อถ่ายทอดผลการวิจัยให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP  
ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ระดับ 1-4 ดาว ณ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่





## แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคสินค้า OTOP

เรื่อง “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดสินค้าระดับ 5 ดาวของจังหวัดเชียงใหม่ : กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย”

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การตลาดของสินค้า OPC จังหวัดเชียงใหม่
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน คือ
  - ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
  - ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะสำหรับสินค้า OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
3. แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น สำหรับข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยจะเสนอผลการวิเคราะห์ และอภิปรายผลในภาพรวม ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่าน กิจการ หรือผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายสินค้า OPC ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย



กรุณาตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง
2. อายุ  
( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 20 - 30 ปี ( ) 3. 31 - 40 ปี  
( ) 4. 41 - 50 ปี ( ) 5. 51 - 60 ปี ( ) 6. 61 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ  
( ) 1. นักเรียน/นักศึกษา ( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 3. ครู/อาจารย์  
( ) 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) 5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน ( ) 6. รัฐวิสาหกิจ/ราชการ  
( ) 7. รับจ้างทั่วไป ( ) 8. เกษตรกร ( ) 9. ไม่ได้ทำงาน  
( ) 10. อื่นๆ ระบุ.....
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,000 - 10,000 บาท ( ) 3. 10,001 - 15,000 บาท  
( ) 4. 15,001 - 20,000 บาท ( ) 5. 20,001 บาทขึ้นไป
5. ขนาดครอบครัวที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน  
( ) 1. อยู่คนเดียว ( ) 2. 2 - 3 คน ( ) 3. 4 - 5 คน  
( ) 4. มากกว่า 5 คน ( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. สภาพภาพครอบครัว  
( ) 1. โสด ( ) 2. แต่งงานแล้วยังไม่มียุตร  
( ) 3. แต่งงานแล้วมีบุตรเล็ก (อายุต่ำกว่า 6 ขวบ) ( ) 4. แต่งงานแล้วมีบุตรโต (6 ขวบขึ้นไป)  
( ) 5. แต่งงานแล้วแยกกันอยู่ ( ) 6. อยู่ร่วมกันยังไม่แต่งงาน  
( ) 7. หย่าร้าง/หม้าย ( ) 8. อื่นๆ ระบุ.....
7. ระดับการศึกษาสูงสุด  
( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษาต้น  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. . ( ) 4. อนุปริญญา/ ปวส.  
( ) 5.ปริญญาตรี ( ) 6. ปริญญาโท  
( ) 7. ปริญญาเอก ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2** ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

8. ท่านซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย โดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อปี

- ( ) 1. 1-2 ครั้งต่อปี
- ( ) 2. 3-4 ครั้งต่อปี
- ( ) 3. มากกว่า 4 ครั้งต่อปี
- ( ) 4. ทุกครั้งที่มีการจัดบูธสินค้าโอท็อป
- ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย รูปแบบใด **มากที่สุด**

- ( ) 1. เสื้อสำเร็จรูป
- ( ) 2. กางเกง /กระโปรง สำเร็จรูป
- ( ) 3. ผ้าทอสำเร็จรูป
- ( ) 4. เครื่องใช้ภายในบ้านจากวัสดุผ้า
- ( ) 5. ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย โดยเฉลี่ยครั้งละเท่าใด

- ( ) 1. ต่ำกว่า 500 บาท
- ( ) 2. 500 – 1,000 บาท
- ( ) 3. 1,001 – 1,500 บาท
- ( ) 4. มากกว่า 1,501 บาท
- ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. เหตุผลใดบ้างที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

( ให้เรียงลำดับเหตุผล 1, 2, 3, 4 และ 5 โดยหมายเลข 1 = เหตุผลที่ 1 , 2 = เหตุผลที่ 2 , 3 = เหตุผลที่ 3, 4 = เหตุผลที่ 4 และ 5= เหตุผลที่ 5)

- ( ) 1. คุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ
- ( ) 2. ราคาไม่แพง ต้นทุนต่ำ
- ( ) 3. หาซื้อง่าย
- ( ) 4. ต้องการสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิต
- ( ) 5. สินค้ามีชื่อเสียง
- ( ) 6. สินค้าผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ มีความปลอดภัย
- ( ) 7. มีส่วนลดให้
- ( ) 8. สินค้ามีความทนทาน
- ( ) 9. สินค้ามีความประณีต สวยงาม
- ( ) 10. อยากทดลองซื้อมาใช้
- ( ) 11. พนักงานให้บริการดี
- ( ) 12. มีเพื่อนแนะนำให้ใช้
- ( ) 13. สินค้าได้มาตรฐาน
- ( ) 14. สินค้ามีความทันสมัย น่าแฟชั่น
- ( ) 15. ตกแต่งร้านสวยงาม
- ( ) 16. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับ
- ( ) 17. สถานที่จัดรถสะดวก
- ( ) 18. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านเคยเลือกซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จากแหล่งจำหน่ายใดบ้าง

(เลือกตอบได้หลายข้อ)

- ( ) 1. การขายโดยตรงจากผู้ผลิต
- ( ) 2. บูธโอท็อปตามงานจัดแสดงสินค้า
- ( ) 3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- ( ) 4. ร้านขายของฝากในจังหวัด/สถานีนขนส่งผู้โดยสาร
- ( ) 5. ร้านค้าตามจุดการท่องเที่ยว
- ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ใครที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของท่านมากที่สุด
- ( ) 1. เพื่อนสนิท ( ) 2. แฟน/คนรัก ( ) 3. บุคคลที่เคยใช้สินค้า  
 ( ) 4. บุคคลในครอบครัว ( ) 5. เพื่อนร่วมงาน ( ) 6. ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน  
 ( ) 7. พนักงานขาย ( ) 8. บุคคลที่นับถือ

ตอนที่ 3 ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยในแต่ละข้อต่อไปนี้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย อย่างไร ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยพิจารณา	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความคงทน มีอายุการใช้งานนาน					
2. ความประณีต สวยงามของตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์					
3.ปลอดภัย ใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิต					
4. ความสะดวกต่อการใช้งานและการเก็บรักษา					
5. ได้รับมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ อาทิ อย. มอก. มผช. ฉผช จำนวนระดับของดาว เป็นต้น					
6. มีให้เลือกหลายขนาด หลายรูปแบบตามความต้องการ					
7. มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย					
8. ความมีชื่อเสียงของสินค้า					
9. รายละเอียดของสินค้า ระบุถึงประโยชน์วิธีการใช้และการเก็บรักษา					
10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ปัจจัยพิจารณา	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
2. คิดป้ายราคาไว้อย่างชัดเจน					
3. ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทอื่น					
4. ราคาเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของสินค้า					
5. ราคาสูงแต่มีการให้บริการดี					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1. ขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
2. จำนวนสินค้าแต่ละร้านมีเพียงพอกับความต้องการ					
3. หาซื้อง่ายตามร้านขายสินค้าทั่วไป					
4. ขายผ่านพ่อค้าหลายคน ทำให้สะดวกต่อการหาซื้อ					
5. มีการให้บริการขนส่งถึงที่บ้าน					
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีสินค้าทดลองใช้					
2. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
3. มีส่วนลดปริมาณ / เงินสด เมื่อลูกค้าซื้อปริมาณมาก					
4. มีการสะสมคูโปง สะสมแต้มปี สำหรับลูกค้า					
5. ต่อรองราคาสินค้าได้ง่าย					
6. มีพนักงานขายสินค้าคอยให้บริการกับลูกค้า					

ปัจจัยพิจารณา	ระดับความสำคัญ/ระดับความคิดเห็น				
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด
7. มีการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เสมอ เช่น มีการช่วยเหลือ ของขวัญ โปรโมชั่นพิเศษกับลูกค้าประจำ เป็นต้น					
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
โดยรวมแล้วท่านมีความคิดเห็นว่าคุณ มีพัฒนาสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่อง แต่งกาย ในแต่ละด้าน มากน้อยเพียงใด					
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
2. ด้านราคา					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับสินค้าโอท็อปประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP 5 ดาว

เรื่อง “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดสินค้าระดับ 5 ดาวของจังหวัดเชียงใหม่ : กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์การตลาดสินค้า OPC จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งปัญหา อุปสรรค
2. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวม

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการร่วมเวทีสนทนากลุ่ม

ตอนที่ 1 รูปแบบกลยุทธ์การตลาด

1. แนวคิดในการออกแบบสินค้าเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสำหรับสินค้าของท่านเป็นอย่างไร

.....  
.....

2. สินค้าของท่านมีข้อดีหรือจุดเด่นเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออย่างไร

.....  
.....

3. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดสำหรับสินค้า อย่างไร

.....  
.....

4. ท่านมีวิธีการบริหารผลิตภัณฑ์อย่างไร (ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก และเอกลักษณ์ตราสินค้า)

.....  
.....

5. ท่านใช้หลักเกณฑ์กำหนดราคาอย่างไร (วัตถุประสงค์ นโยบาย กลยุทธ์ราคา)

.....  
.....

6. ท่านมีวิธีการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างไร (ระดับช่องทาง คนกลาง การขนส่ง และคลังสินค้า)

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

8. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างไร (การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และอื่น ๆ)

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

ตอนที่ 2 ปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด

1. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์

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

2. ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคา

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

3. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมช่องทางการจัดจำหน่าย

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

4. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

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

5. ปัญหาอื่น ๆ (ด้านการตลาด)

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