

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). รายงานสรุปประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
จำแนกตามพื้นที่: แม่ฮ่องสอน. เข้าถึงได้จาก : [http://smce.doae.go.th/smce1/
report/report_smce_type.php?type_smce=1&levelSearch=3®ion=&province
=58&hur=&typeDate=1&date_start=&date_end=](http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_type.php?type_smce=1&levelSearch=3®ion=&province=58&hur=&typeDate=1&date_start=&date_end=). [10 มีนาคม 2561].
- จิตาภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบ
สารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์
(Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทิชากร เกสรบัว. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการ
รายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่ม
เกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารวิชาการ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 23(41), 225-247.
- พรณิ ลีกิจวัฒน์. (2553). วิธีการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ ครั้งที่6). กรุงเทพฯ : มินเซอร์ วิส.
- สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีโรจน์. (2557). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย.
วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ, 9(2), 93-102.
- อัศวพงศ์ อันทอง. (2556). ได้ทำการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของ
ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์*, 20(1), 80-93.
- อัจฉรา จันทรฉาย. (2550). คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ BSC: สู่ความเป็นเลิศทาง
ธุรกิจ (Balanced scorecard) (พิมพ์ครั้งที่ 10 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ต
และมูลค่าอีคอมเมิร์ซ ไขว้ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน เข้าถึงได้จาก:
[https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-
of-e-commerce-survey-in-thailand-2017l-press-conference.html](https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017l-press-conference.html). [28 กรกฎาคม
2561].สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง อำเภอแม่ริม, 2557
- สุวิมล ติรภานนท์. (2548). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่
5). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Barringer, R. B., and Ireland, R. D. (2012). *Entrepreneurship successfully launching
new venture* (4th ed.). London: Pearson Education.
- Bennett, R. J. and Smith, C. (2002). *Competitive conditions, competitive advantage
and the location of SMEs. Journal of Small Business and Enterprise
Development*, 9(1), 73-86.
- Berg, B.L., and Lune, H. (2012). *Qualitative research methods for the social
sciences* (8th ed.). New York. NY: Pearson.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bloomberg, L. D., & Volpe, M. (2012). *Completing Your Qualitative Dissertation: A Road Map from Beginning to End* (2nd ed.). Thousand Oakes, CA: SAGE.
- Christian Felzensztein and Eli Gimmon. (2014). Competitive advantage in global markets: the case of the salmon industry in Chile. *European Business Review*, 26(6), 568 – 587.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management (The millenium ed.)**. New Jersey: Prentice Hall International.
- Likert, Rensis. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.) *Attitude Theory and Measurement*, New York : Wiley & Son.
- Morris, M. et al. (2005). “The entrepreneur’s business model: toward a unified perspective.” *Journal of Business Research*, 58: 726-735.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010). “Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers”. Hoboken, NJ: Wiley.
- Porter, E. M. (1998). **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. New York: The Free Press.
- Porter, E. M. (1986). **Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competition**. New York: The Free Press.
- Ryan, J. D., and Hiduke, P. G. (2009). **Small business: An entrepreneur’s business plan** (8th ed.). USA: South-Western.
- Sigalas, C., Economou, V. P., and Georgopoulos, B. N. (2013). **Developing a measure of competitive advantage**. *Journal of Strategy and Management*, 6(4), 320-342.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.
- Wheelen, L. T., and Hunger, J. D. (2004). **Strategic Management and Business Policy** (9th ed.). USA : Pearson Education.



ภาคผนวก



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. ผศ.ดร.เจิมขวัญ รัชชูปานติ | ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 2. ผศ.ดร.พนิดา สัตโยภาส | ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 3. ผศ.ดร.ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ |





ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ที่ ศธ 0533.04.04/พิเศษ

ภาคบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
202 ถนนช้างเผือก อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

18 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจิมขวัญ รัชชศานติ

ด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ดำเนินการทำวิจัยเรื่อง “การสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่”

ในการนี้ผู้วิจัยได้เห็นพิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
นักวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 05-3 -885555 ต่อ 5800



ที่ ศธ 0533.04.04/1173

ภาคบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
202 ถนนช้างเผือก อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

18 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนิดา สัตโยภาส

ด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ดำเนินการทำวิจัยเรื่อง “การสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่”

ในการนี้ผู้วิจัยได้เห็นพิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
นักวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 05-3-885555 ต่อ 5800

ที่ ศธ 0533.04.04/พิเศษ



ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
202 ถนนช้างเผือก อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐

18 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ เต็มสงวนวงศ์

ด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ดำเนินการทำวิจัยเรื่อง “การสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่”

ในการนี้ผู้วิจัยได้เห็นพิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาของแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์)
นักวิจัย

คณะวิทยาการจัดการ

โทร. 05-3 -885555 ต่อ 5800



แบบสอบถาม

พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษาวิจัยการสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามซึ่งมีคุณค่าต่อการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะของผู้ซื้อ

- เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
- อายุ ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25-30 ปี ☐ 31-35 ปี ☐ 36-40 ปี
☐ 41-45 ปี ☐ 46-50 ปี ☐ 51 ปีขึ้นไป
- สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง ☐ หม้าย
- ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
- สถานภาพในครอบครัว ☐ หัวหน้าครอบครัว ☐ แม่บ้าน
☐ สมาชิกในครัวเรือน ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....
- อาชีพ ☐ ข้าราชการ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ประกอบอาชีพส่วนตัว ☐ เกษตรกร ☐ นักเรียน/นักศึกษา
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ☐ ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 10,001-15,000 บาท ☐ 15,001-20,000 บาท ☐ มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

- ท่านนิยมซื้อสินค้าชุมชนจากจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน ☐ ห้างสรรพสินค้า
☐ งานแสดงสินค้า ☐ ร้านค้าทั่วไปที่จำหน่ายสินค้า
☐ ตลาดนัด ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- เหตุผลที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ มีผลดีต่อสุขภาพ ☐ ส่งเสริมธุรกิจชุมชน
☐ ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ ☐ คนในครอบครัวใช้เป็นประจำ
☐ ตามกระแสนิยม ☐ อนุรักษ์ภูมิปัญญา
☐ หาซื้อได้สะดวก ☐ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย
☐ คุณภาพเชื่อถือได้ ☐ ราคาถูกกว่าสินค้าจากที่อื่น
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| ☐ ความน่าเชื่อถือในผู้จำหน่าย | ☐ มีตรารับรองจากหน่วยงานราชการ |
| ☐ มีแหล่งที่มาชัดเจน/มีตราสินค้า | ☐ พิจารณาจากลักษณะภายนอก |
| ☐ มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |
4. การซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่ละครั้งท่านจะจงหรือไม่จำเป็นต้องเป็นชนิดที่ท่านต้องการเท่านั้น
- | |
|---|
| ☐ จะจงซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดที่ต้องการเพียงอย่างเดียว |
| ☐ ไม่จะจงชมดูชนิดอื่นก่อนเมื่อพอใจแล้วจึงซื้อ |
5. ท่านสนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชนประเภทใดบ้างต่อไปนี้
- | |
|---|
| ☐ ของใช้ส่วนตัว โปรดระบุชนิด..... |
| ☐ ของใช้ภายในบ้านโปรดระบุชนิด..... |
| ☐ ของประดับบ้าน โปรดระบุชนิด..... |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... |
6. โดยปกติแล้วท่านซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมื่อไหร่
- | | |
|--|---|
| ☐ ซื้อเมื่อพบเห็นที่น่าสนใจก็ซื้อ | ☐ ซื้อเมื่อต้องการก็จะไปหาซื้อสินค้า |
| ☐ ถ้าต้องการก็ฝากคนอื่นไปซื้อ | ☐ ซื้อเมื่อสินค้านั้น ๆ ลดราคา |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
7. ท่านคิดว่าราคาผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จำหน่ายในปัจจุบันเป็นอย่างไร
- | | |
|----------------------------------|---|
| ☐ ราคาถูก | ☐ ราคาเหมาะสม |
| ☐ ราคาแพง | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
8. ท่านคิดว่า ใครเป็นผู้กำหนดราคาค่าผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชน
- | | |
|--|---|
| ☐ ท่านเป็นผู้กำหนดเอง | ☐ ผู้ขายเป็นผู้กำหนด |
| ☐ ต่อรองราคาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
9. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชนต่อครั้ง
- | | |
|--|--|
| ☐ ไม่เกิน 100 บาท | ☐ 100-500 บาท |
| ☐ 500-1,000 บาท | ☐ มากกว่า 1,000 บาท |
10. ท่านมีจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชนอย่างไร
- | | |
|---|--|
| ☐ ซื้อไปเพื่อใช้เอง | ☐ ซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว |
| ☐ ซื้อไปเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่ | ☐ ซื้อไปเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่าง ๆ |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
11. ท่านทราบ/รู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้าชุมชนจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| ☐ หนังสือสิ่งพิมพ์ | ☐ โทรทัศน์ |
| ☐ วิทยุ | ☐ เพื่อนแนะนำ |
| ☐ สมาชิกในครอบครัว | ☐ วารสาร |
| ☐ พนักงานขาย | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
12. ท่านคิดว่าปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชนมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| ☐ มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ | ☐ คุณภาพไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้ |
| ☐ การคัดเกรดของผลผลิต | ☐ มีผู้จำหน่ายจำนวนน้อย |
| ☐ ราคาเปลี่ยนแปลงเร็ว | ☐ มีขนาดให้เลือกน้อย |
| ☐ การบรรจุหีบห่อไม่น่าสนใจ | ☐ เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน |
| ☐ ความเชื่อมั่นว่ามาจากกลุ่มชุมชนจริง | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

13. ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งท่านได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกจากใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เพื่อนที่มาด้วยกัน
 ☐ พ่อแม่เป็นผู้ตัดสินใจ
☐ ตัวท่านเอง(คิดว่าเหมาะสมก็ซื้อ)
 ☐ พนักงานขาย
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
คำชี้แจง ให้ท่านระบุความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ตามปัจจัยทางการตลาดต่อไปนี้ ว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความสำคัญที่ท่านใช้พิจารณา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 มีความคงทนใช้ได้ในระยะยาว					
1.2 มีความสวยงาม ประณีต					
1.3 มีความหลากหลายในเลือก					
1.4 ใช้เทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย					
1.5 แหล่งผลิตได้มาตรฐาน (มี มผช.)					
1.6 ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ					
1.7 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าซื้อ					
1.8 มีให้เลือกหลายขนาด					
1.9 ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ					
2. ปัจจัยด้านราคา					
2.1 ระบุราคาชัดเจน					
2.2 ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ					
2.3 ราคาคงที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง					
2.4 มีการลดกำหนดราคาตามปริมาณที่ซื้อ					
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ความสะดวกซื้อ)					
3.1 สถานที่จำหน่ายสะดวกในการหาซื้อสินค้า					
3.2 สถานที่วางขายมีระเบียบเรียบร้อย					
3.3 การจัดหมวดหมู่และการวางสะดวกแก่การเลือกซื้อ					
3.4 พื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายกว้างขวางและสะอาด					
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีป้ายโฆษณาเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในสถานที่จำหน่าย					
4.2 ลดราคาในบางโอกาส					
4.3 ให้ความร่วมมือทางสังคม เช่น การตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการส่งเสริมอาชีพ					
4.4 พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้					
4.5 แสดงบทความคุณภาพประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์					
4.6 ได้รับส่วนลดจากการซื้อ					

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ควรได้รับการสนับสนุนด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
2. ควรมีการสนับสนุนก่อให้เกิดค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในสังคม					
3. ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ผลิตเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์					
4. ควรมีการเสริมสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ชุมชน					
5. ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
6. ควรมีการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ง

คำวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเนื้อหาและหลักวิชาการ (IOC) ของแบบสอบถามในการวิจัย
พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

ดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับจุดมุ่งหมาย

Index of Item – Objective Congruence : IOC

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะของผู้ซื้อ

รายการ	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3	IOC
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

รายการ	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3	IOC
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	1	1	1	1
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	1	1	1	1
13	1	1	1	1

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3	IOC
1) ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	1	1	1	1
9				
2) ปัจจัยด้านราคา				
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
3) ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย				
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
4) ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด				
1	1	1	1	1
2	1	0	1	0.67
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	0	1	0.67

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

รายการ	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2	ค่าคะแนน ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3	IOC
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1



ภาคผนวก จ
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.870	.877	23

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
product1	4.7667	.50401	30
product2	4.5667	.56832	30
product3	4.1667	.74664	30
product4	4.1333	.62881	30
product5	3.9000	.60743	30
product6	3.9000	.60743	30
product7	3.8667	.73030	30
product8	4.1667	.83391	30
product9	4.2000	.84690	30
price1	4.2000	.76112	30
price2	4.1333	.77608	30
price3	4.2333	.72793	30
price4	4.2667	.78492	30
place1	4.5333	1.07425	30
place2	4.4000	1.13259	30
place3	4.4333	1.13512	30
place4	4.3000	1.31700	30
promotion1	4.3000	1.14921	30
promotion2	4.0667	.73968	30
promotion3	4.0667	.69149	30
promotion4	4.0667	.82768	30
promotion5	4.2000	.92476	30
promotion6	4.0667	1.04826	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
product1	92.1667	94.902	.633	.863
product2	92.3667	95.826	.470	.865
product3	92.7667	94.530	.433	.866
product4	92.8000	95.476	.448	.866
product5	93.0333	100.171	.069	.874
product6	93.0333	98.999	.166	.872
product7	93.0667	93.099	.549	.862
product8	92.7667	91.495	.576	.861
product9	92.7333	91.857	.542	.862
price1	92.7333	93.444	.500	.864
price2	92.8000	94.303	.429	.866
price3	92.7000	96.907	.275	.870
price4	92.6667	95.333	.354	.868
place1	92.4000	89.972	.503	.863
place2	92.5333	95.016	.230	.874
place3	92.5000	91.914	.375	.869
place4	92.6333	86.516	.536	.863
promotion1	92.6333	87.689	.575	.860
promotion2	92.8667	93.568	.507	.864
promotion3	92.8667	98.051	.208	.871
promotion4	92.8667	89.982	.682	.858
promotion5	92.7333	88.754	.675	.857
promotion6	92.8667	88.051	.621	.859

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
96.9333	101.375	10.06850	23



ประวัตินักวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr.Supareuk Tarapituxwong

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ 053-885-821 ต่อ 5823 มือถือ 089-6315018

Fax. 053-885-556 , E-mail : hongte_t@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาเอก การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี 2558

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2548

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2544

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย :-

หัวหน้าโครงการวิจัย :

(2552). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ การจัดการความรู้ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก บ้านช้าง ต.ขี้เหล็ก อ.แม่อิง จ.เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

(2553). การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

(2555). แนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการการตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของกลุ่มพัฒนสตรีบ้านต้นไฉ้ (คำขาว) ตำบลแม่แตง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

(2015) THE EFFICIENCY DEVELOPMENT OF COFFEE PRODUCTION PROCESS: CASE STUDY OF ORGANIC COFFEE PRODUCER IN BAAN KHUN LAO, WIANG PA PAO DISTRICT, CHIANG RAI.

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

(2552). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ การจัดการความรู้ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก บ้านซาง ต.ขี้เหล็ก อ.แมริม จ.เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

(2553). การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

(2555). แนวทางการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการการตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านต้นไจ้(คำซาว) ตำบลแม่แตง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

(2555). การดำเนินงานของหน่วยงานบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ในประเทศไทย. ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

(2556). การวิจัยและพัฒนาระบบการผลิตกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

(2556). การรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมแม่แตง เพื่อสืบต่อวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้านและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตำบลแม่แตง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

(2015) THE EFFICIENCY DEVELOPMENT OF COFFEE PRODUCTION PROCESS: CASE STUDY OF ORGANIC COFFEE PRODUCER IN BAAN KHUN LAO, WIANG PA PAO DISTRICT, CHIANG RAI.

การเผยแพร่ บทความวิจัย :

การพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (2555).

การนำระบบการบริหารการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมมาใช้กับกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านต้นไจ้(คำซาว) ตำบลแม่แตง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (2555)

การจัดการความรู้ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก บ้านซาง ตำบลขี้เหล็ก อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ (2557)

การประยุกต์ใช้การจัดการความสูญเสียเปล่าในวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก (2558)

กระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านผ้าไหมลายสันกำแพงโดยกลุ่มยูววิจัย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. (2558)

Value stream analysis: an approach to supply chain improvement in organics coffee chains. (2013)

Production Process Improvement Using Value Stream Mapping: A Case Study of Organic Coffee Firms in Thailand. (2015)

2. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวเพ็ญตะวัน พลอาจ

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss.Piangtawan pal-art

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่

หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.เมือง

จ.เชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ 053-885-824 มือถือ 08-1287-2508

Fax. 053-885-809, E-mail: piangtawan@yahoo.co.th

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี 2546

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2542

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย :-

หัวหน้าโครงการวิจัย :-

(2554). การวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อพัฒนาและจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์และบริการวิสาหกิจชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ จ.เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

(2554). การวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อพัฒนาและจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์และบริการวิสาหกิจชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ จ.เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

งานวิจัยที่กำลังทำ :-