



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของบทสรุปภาพรวม ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด รวมถึงผลการวิจัยจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตาม ความจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้า

ตอนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยทั่วไป เป็นคำถามแบบปลายเปิด

โปรดตอบแบบสอบถามตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบพระคุณที่ให้ ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลมากที่สุด

1.1 ชื่อวิสาหกิจชุมชน..... อำเภอ.....

1.2 การกำเนิด/ก่อตั้ง (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

- ☐ จากการทำแผนแม่บทชุมชน
- ☐ จากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ
- ☐ จากการส่งเสริมของหน่วยงานเอกชน
- ☐ จากการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของสมาชิก
- ☐ จากการชักชวนของผู้นำ
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

1.3 ที่มาของทุนในการประกอบกิจการ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

- ☐ จากการระดมทุนของสมาชิก
- ☐ จากเงินสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ
- ☐ จากเงินสนับสนุนหน่วยงานเอกชน
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

1.4 ประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชน

- ☐ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร
- ☐ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า
- ☐ เครื่องประดับ/อัญมณี
- ☐ เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

1.5 ขนาดวิสาหกิจชุมชน

- ☐ จำนวนสมาชิกต่ำกว่า 15 ราย
- ☐ จำนวนสมาชิกตั้งแต่ 15 รายขึ้นไป

1.6 ยอดขายจากการจำหน่ายสินค้าเฉลี่ยบาท/เดือน

1.7 คุณสมบัติของประธานวิสาหกิจชุมชน

- 1.7.1 เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

1.7.2 อายุปี

1.7.3 ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

1.7.4 ประสบการณ์ในการบริหารวิสาหกิจชุมชน ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ใช้ในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้า

คำชี้แจง : 5 หมายถึง ระดับความสำคัญ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความสำคัญ มาก

3 หมายถึง ระดับความสำคัญ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความสำคัญ น้อย

1 หมายถึง ระดับความสำคัญ น้อยที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

กลยุทธ์ในการทำการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการผลิต					
1. มีการวางแผนการผลิตสินค้าบริการ					
2. มีการกำหนดขั้นตอนในกระบวนการผลิต					
3. มีการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ อย่างเหมาะสม					
4. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เพื่อพัฒนาสินค้า					
5. มีการกำหนดจำนวนการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด					
6. มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่เหมาะสมต่อการผลิตสินค้าแต่ละชนิด					
7. มีการกำหนดรูปแบบตัวสินค้าที่ตลาดต้องการให้แก่ฝ่ายผลิต					
8. มีความหลากหลายและการพัฒนารูปแบบสินค้า/ผลิตภัณฑ์					
9. มีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าหรือบริการทุกครั้งก่อนนำออกจำหน่ายหรือให้บริการ					
ด้านการจัดการองค์กร					
1. มีกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน					
2. มีการประชุมกับสมาชิกเพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นชี้แจงและให้ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและวางแผนงานสม่ำเสมอ					

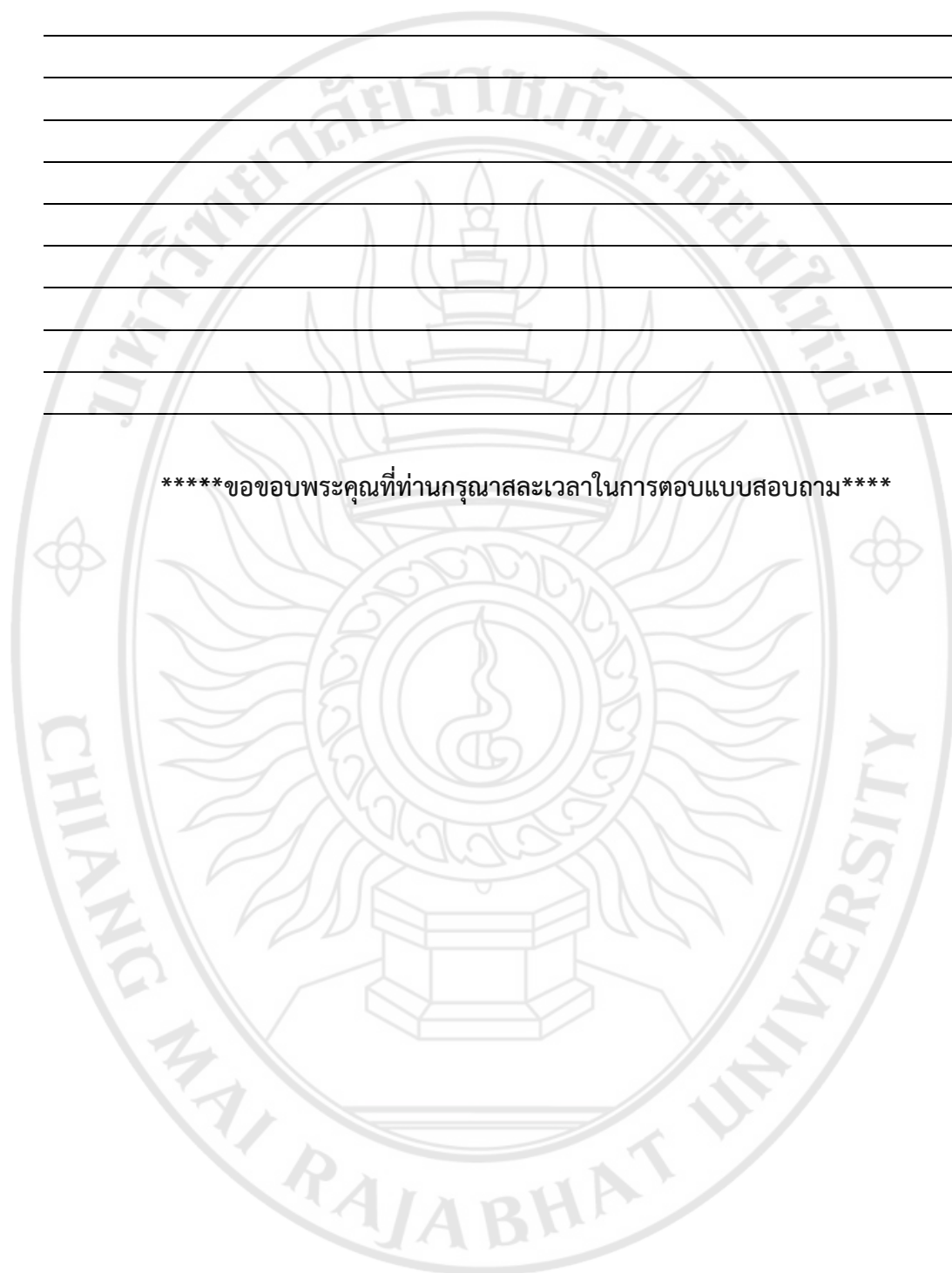
กลยุทธ์ในการทำการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. มีผู้นำที่มีความยุติธรรมมีใจเป็นกลางและเสมอภาค มีความโปร่งใส จริ่งใจต่อการทำงาน ทุ่มเท เสียสละ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีทัศนคติและเจตคติที่ดี					
4. มีผู้นำที่มีความสามารถในการนำกลุ่มและ บริหาร จัดการกลุ่มให้ประสบผลสำเร็จ					
5. มีผู้นำที่เป็นผู้ที่สามารถประสานความร่วมมือกับ หน่วยงานต่างๆ ได้ดี					
ด้านการตลาดและการขาย					
1. มีการวางรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นเอกลักษณ์ ของกลุ่ม					
2. มีแหล่งจำหน่ายและเครือข่ายด้านการตลาดที่ แน่นนอน					
3. มีการประชาสัมพันธ์ ประสานงานกับหน่วยงาน อื่นๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเป็น ประจำ					
4. มีการสร้าง Web Site ของกลุ่มเพื่อประชาสัมพันธ์ สินค้าของกลุ่ม					
5. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
6. มีการวางรูปแบบการส่งเสริมการขายสินค้าของ กลุ่ม เช่น ลดราคา แจก แคม					
7. มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของกลุ่ม					
8. มีความรับผิดชอบต่อกลูกค้าโดยดำเนินงานอย่างมี คุณภาพ ไม่เอาเปรียบและซื่อสัตย์ต่อกลูกค้า					
9. มีเกณฑ์การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้าชัดเจน					
ด้านการบัญชี/การเงิน					
1. มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มอย่าง โปร่งใสและตรวจสอบได้					
2. มีการกำหนดวิธีการจัดสรรรายได้ และ ผลประโยชน์แก่สมาชิกที่แน่นอน					
3. มีการกำหนดแนวทางในการจัดการด้านการเงินที่ ชัดเจน					

กลยุทธ์ในการทำการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. มีผู้รับผิดชอบในการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และมีความถูกต้อง เพื่อให้หน่วยงานอื่นสามารถตรวจสอบได้					
5. มีการเปิดเผยข้อมูลการเงินแก่สมาชิก					
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์					
1. มีการกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงานอย่างชัดเจน					
2. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินงานของกลุ่ม					
3. มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ					
4. มีการสรุปผลการดำเนินงานประจำปีให้สมาชิกทุกคนได้รับทราบ					
5. มีการปรับปรุงการทำงานของสมาชิกให้มีความสัมพันธ์กันระหว่างเนื้องานและความถนัด					
6. มีการพัฒนาทักษะความรู้ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง					
7. มีการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม					
ด้านข่าวสาร/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้					
1. มีปรับปรุงข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนให้ทันสมัยต่อการใช้งานอยู่เสมอ					
2. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกและเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ					
3. มีการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับปรุงการทำงาน					
4. มีการให้คำแนะนำในการดำเนินงานกับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยทั่วไป



*****ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม*****



ภาคผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้ทรงคุณวุฒิ	สังกัด
1. ผศ.ดร.วิยะดา ชัยเวช	อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. ผศ.ดร.เจิมขวัญ รัชชานันติ	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
3. ผศ.ดร.พินดา สัตโยภาส	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	เพียงตะวัน พลอาจ
หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ตำแหน่ง และประวัติการทำงาน พ.ศ. 2546 - ปัจจุบัน	อาจารย์สาขาการจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2546 พ.ศ. 2542	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
ทุนการวิจัยที่ได้รับ พ.ศ. 2554	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
ประสบการณ์งานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ	
พ.ศ. 2554	การวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อพัฒนาและจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์และบริการ วิสาหกิจชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ จ.เชียงใหม่. ทุนสนับสนุนจากสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
พ.ศ. 2558	กลยุทธ์การบริหารผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสันกำแพง เพื่อพัฒนาสู่การคุ้มครอง เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2559	การสร้างเสริมการขยายโอกาสในการทำงาน และจัดการสวัสดิการผู้สูงอายุ ชุมชน ริมเหนือ อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิดความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนอกชุมชน
พ.ศ. 2560	การส่งเสริมการจัดการระบบสวัสดิการผู้สูงอายุพื้นที่อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรธุรกิจภายใต้แนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนอกชุมชน

ประสบการณ์งานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ต่อ)

- พ.ศ. 2560 การสร้างตัวแบบการบริหารวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชน อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่
- พ.ศ. 2561 กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการบริหารวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเหมียง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
- พ.ศ. 2562 การพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการขยะครบวงจรด้วยกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยชุมชนตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (อยู่ระหว่างการทำวิจัย)