

บรรณานุกรม

กุนทลี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุณหนันท์. **Customer Market Focus**. กรุงเทพมหานคร : อินโนกราฟฟิกส์, 2547.

จารี โสภ 2546. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านป่าเหมือด หมู่ 9 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

นุริยะห์ ตาละ 2552. แนวทางพัฒนาทักษะฝีมือการปักผ้าคลุมผมสตรีของกลุ่มพัฒนาผ้าคลุมปูดยุค ตำบลปูดยุค อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พิชิต สุขเจริญพงษ์. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2546.

พิสมัย หล่ออริวัฒน์ 2551. แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการผลิตผลจากถั่วเหลือง ด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานบ้านสันติชล ตำบลเวียงใต้ อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. การวางแผนการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ภัณฑิรา นันทพงษ์ 2547. การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม การผลิต การตลาดและกระบวนการเรียนรู้ของเกษตรกรในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ต.แม่แฝกใหม่ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เรวัตร ธรรมมาภิรมย์. 2546. สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาดอกไม้ประดิษฐ์ จังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่, กรุงเทพมหานคร : ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์, 2541.

อภิชัย พันธเสน และปัทมาวดี โพชนุกูล ชูชุกิ. 2546. การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน . สถาบันเพิ่ม ผลิตผลแห่งชาติ.

Phillip Kotler. (2546). การจัดการการตลาด (แปลจาก Marketing Management โดยชนวรรณแสงสุวรรณ อิลลา พงศ์ยี่หล้า อุไรวรรณ เข้มนิยม ยุทธนา ธรรมเจริญ และ ขงยุทธ พูพงศ์ศิริพันธ์). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2546.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Phillip Kotler. 2004. **Marketing Management**. Eleven Edition. USA : Pearson Education Inc.,

Roberta S. Russell and Bernard W. Taylor III. **Operations Management**. Fourth Edition. USA : Prentice Hall, Inc.,

Thomas L. Wheelen and David J. Hunger, **Strategic Management and Business Policy**. Nigh Edition. USA : Pearson Education Inc., 2004.

<http://kanjanapisek.or.th>





ภาคผนวก

แบบประเมินศักยภาพทางการตลาดของกลุ่มและการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. สถานที่เข้าสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ชื่อสถานที่

.....

2. วิธีการสัมภาษณ์

☐ สัมภาษณ์เชิงลึก

☐ สัมภาษณ์กลุ่มย่อย

3. ระดับผู้ให้สัมภาษณ์

☐ ประธานกลุ่ม

☐ คณะบริหาร

☐ สมาชิกกลุ่ม

ข้อมูลเฉพาะสอบถามผู้นำกลุ่ม

1. ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่ม

1.1 ชื่อ

กลุ่ม.....

1.2 สถานที่ตั้งของ

กลุ่ม.....

1.3 ประวัติในการเริ่มก่อตั้ง

กลุ่ม.....

1.4 อาชีพหลักของกลุ่มสมาชิก (ให้ระบุจากส่วนใหญ่ไปหาส่วนน้อย)

1.5 สาเหตุในการจัดตั้งกลุ่ม (สามารถระบุได้มากกว่า 1 สาเหตุ)

2. การจัดองค์กรและการจัดการของธุรกิจ

2.1 โครงสร้างของธุรกิจ(ผังโครงสร้างองค์กร)

2.2 ลักษณะการตัดสินใจในกลุ่ม (ผู้นำกลุ่มหรือสมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ระบุ
ขั้นตอน)

.....

.....

.....

.....

2.3 กฎระเบียบของกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

2.4 การจ่ายผลตอบแทนของบุคลากรภายในกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

2.5 ปัญหาในการบริหารบุคลากรภายในของกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

3. แหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุนระยะสั้น

.....

.....

.....

แหล่งเงินทุนระยะยาว

.....

.....

.....

4. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานใดบ้าง.....

.....

.....

.....

ลักษณะของการได้รับการสนับสนุน.....

.....

.....

5. ประเภทลูกค้ากลุ่ม (ให้ระบุรายละเอียดในการซื้อของลูกค้าแต่ละประเภท เช่น ปริมาณในการซื้อ, ความบ่อยในการซื้อ, วิธีการสั่งซื้อ ฯลฯ)

5.1 กลุ่มลูกค้าที่ใช้สินค้าโดยตรง

.....

.....

.....

5.2 กลุ่มลูกค้าคนกลาง

.....

.....

.....

ส่วนที่ 1 การประเมินตนเองด้านสภาพปัญหาและความต้องการในการดำเนินงานของกลุ่ม

1. การมีส่วนร่วมของสมาชิกด้านการเรียนรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม

1.1 หลักการและกระบวนการในการจัดการธุรกิจของกลุ่ม (กระบวนการจัดการเป็นอย่างไรและสมาชิกส่วนร่วมอย่างไร ระบุขั้นตอน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2 แนวความคิดในการสร้างสรรค์แผนงานและโครงการ (กลุ่มมีเทคนิคอย่างไร ระบุรายละเอียด)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.3 ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการสร้าง พัฒนาแผนและโครงการ (ระบุเป็นข้อ ๆ)

- 1).....
- 2).....
- 3).....
- 4).....
- 5).....

2. ผลจากการจัดตั้งกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้มีการนำผลโครงการไปใช้ขยายผลได้อย่างไรบ้าง (เช่น ชุมชนมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ หรือสังคม อย่างไร)

.....

.....

.....

.....

.....

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT) ของกลุ่ม

ข้อเด่นของโครงการ (จุดแข็ง)	1).....
	
	2).....
	
	3).....
	
	4).....
	
	5).....
	

ข้อบกพร่องของกลุ่ม (จุดอ่อน)	1)..... 2)..... 3)..... 4)..... 5).....
ปัจจัยภายนอกที่เป็น โอกาสให้กลุ่ม ประสบความสำเร็จ (โอกาส)	1)..... 2)..... 3)..... 4)..... 5).....
ปัจจัยภายนอกที่เป็น อุปสรรค มีผลให้กลุ่ม ไม่ประสบความสำเร็จ (อุปสรรค)	1)..... 2)..... 3)..... 4)..... 5).....

4. การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของรัฐกิจ

- การเข้าและออกจากการทำธุรกิจยากหรือง่ายอย่างไร ?

.....

.....

.....

- สภาพการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้ปัจจุบันเป็นอย่างไร ?

.....

.....

.....

- ผลกระทบจากสินค้าทดแทนมีมากน้อยอย่างไร ?

.....

.....

.....

- ลูกค้ามีอำนาจต่อรองอย่างไร ?

.....

.....

.....

- ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอำนาจต่อรองอย่างไร ?

.....

.....

.....

- มีผลกระทบจากกลุ่มต่าง ๆ เช่นรัฐบาล ชุมชน หรือไม่อย่างไร ?

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่ากลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่ จะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

.....

.....

.....

6. การใช้ประโยชน์จากการจัดตั้งกลุ่ม (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยโดยระบุตัวเลขและระบุข้อมูลเพิ่มเติม)

- ☐ ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรของชุมชน
- ☐ เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ/แหล่งท่องเที่ยว
- ☐ สร้างอัตลักษณ์ของชุมชน
- ☐ อนุรักษ์ภูมิปัญญาและประโยชน์ของชุมชน
- ☐ เป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน
- ☐ อื่น ๆ

7. แนวทางในการพัฒนากลุ่มชุมชนควรเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ทำให้แตกต่างจากที่อื่น โดย
- ☐ เผยแพร่ให้ภายนอกชุมชนได้รู้จักยิ่งขึ้นโดย
- ☐ สร้างการรับรองมาตรฐานโดย
- ☐ ลดต้นทุนการผลิตโดยการ
- ☐ สร้างมูลค่าเพิ่มจากการอนุรักษ์ เช่น
- ☐ เพิ่มกำลังการผลิตโดยการ
- ☐ เพิ่มทุนดำเนินการ โดยการ
- ☐ อื่น ๆ

8. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ต้องการการพัฒนาด้านใดบ้าง / อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ โครงสร้างพื้นฐาน
- ☐ เทคโนโลยีการผลิต
- ☐ การบริหารจัดการ
- ☐ การตลาด
- ☐ การเงินการลงทุน
- ☐ การรับรองมาตรฐาน/คุณภาพ
- ☐ ความรู้ในการผลิต
- ☐ อื่น ๆ

9. โอกาสในการเชื่อมโยงเครือข่าย ต่าง ๆ (ระบุแหล่งพร้อมบอกลักษณะการเชื่อมโยง)

- ☐ ไม่มีโอกาสเชื่อมโยงเครือข่าย เนื่องจาก
- ☐ เครือข่ายระดับหมู่บ้าน/ ตำบล.....
- ☐ เครือข่ายระดับอำเภอ
- ☐ เครือข่ายระดับจังหวัด
- ☐ อื่น ๆ

ส่วนที่ 2 การประเมินตนเองด้านการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

ผู้บริโภคนสุดท้าย (ซื้อไปใช้เอง)

1. คุณลักษณะของลูกค้าของกลุ่ม (ให้ระบุคุณลักษณะของลูกค้าในแต่ละด้านโดยละเอียด)

- คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ/วัย, ระดับการศึกษา, รายได้, อาชีพ ฯลฯ)

.....

- คุณลักษณะด้านภูมิศาสตร์ (พื้นที่อยู่อาศัย, ภาว เป็นต้น)

.....

- คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ(เช่นเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง/ไม่กลัวความเสี่ยง เป็นต้น)

.....

2. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ (โปรดระบุรายละเอียดแต่ละด้าน)

- ช่วงเวลาในการซื้อซ้ำของผู้บริโภคนานหรือไม่ว่าไร

.....

- ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างไร

.....

- ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งของผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

3. ปัจจัยด้านสถานการณ์ในการซื้อของผู้บริโภค

- ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าจากกลุ่มพึงพอใจอย่างไรและกลับมาซื้อซ้ำหรือไม่

.....

.....

- การเลือกซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเพราะเกิดความพึงพอใจหรือซื้อเพราะความ

จำเป็นต้องใช้

.....

.....

- ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าของกลุ่ม โดยได้รับ/ไม่ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่นอย่างไร

.....

.....

- ในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งผู้บริโภคต้องการข้อมูลสินค้าจากผู้ขายหรือไม่อย่างไร

.....

.....

4. ส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อสินค้าประเภทใด

- ☐ ของใช้ส่วนตัว โพรดระบุชนิด.....
- ☐ ของใช้ภายในบ้าน โพรดระบุชนิด.....
- ☐ ของประดับบ้าน โพรดระบุชนิด.....
- ☐ อื่น ๆ โพรดระบุ.....

5. ส่วนใหญ่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อวัตถุประสงค์ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ซื้อไปเพื่อใช้เอง
- ☐ ซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว
- ☐ ซื้อไปเป็นของฝากในโอกาสพิเศษต่าง ๆ
- ☐ ซื้อไปเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่
- ☐ อื่น ๆ โพรดระบุ.....

6. ส่วนใหญ่แล้วลูกค้าจะมีโอกาสซื้อสินค้าของกลุ่มจากที่ใด

- ☐ เมื่อกลุ่มนำสินค้าไปจำหน่ายในงานต่าง ๆ ระบุงาน.....
- ☐ ลูกค้าสั่งซื้อทางโทรศัพท์
- ☐ ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ตั้งของกลุ่ม
- ☐ อื่น ๆ โพรดระบุ.....

7. ท่านคิดว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากทางกลุ่มเพราะเหตุใด

- ☐ ชื่นชอบในคุณภาพของสินค้าจากทางกลุ่ม
- ☐ ชื่นชอบในความหลากหลายของสินค้า
- ☐ ต้องการอุดหนุนสินค้าของชุมชน เป็นการส่งเสริมอาชีพ
- ☐ สินค้าของทางกลุ่มมีราคาถูกและเหมาะสม
- ☐ อื่น ๆ โพรดระบุ.....

8. วิธีการแบ่งส่วนตลาดที่ทางกลุ่มเลือกใช้ (บอกแนวคิดในการแบ่งลูกค้าที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์
จำพวกเดียวกับของทางกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ออกเป็นกลุ่ม เช่น จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้
 เป็นต้น)

.....

9. จากการแบ่งส่วนตลาดออกเป็นกลุ่ม ๆ แล้วทางกลุ่มของท่านเลือกกลุ่มใดบ้าง

.....

10. การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ (เปรียบเทียบกับคู่แข่งของกลุ่ม โดยกำหนดปัจจัยที่คิดว่ากลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เปรียบกลุ่มอื่น)

ปัจจัยด้าน.....

ปัจจัยด้าน.....

กลุ่มลูกค้าคนกลาง(ซื้อไปขายต่อ)

1. สินค้าที่ลูกค้าคนกลางซื้อไปจำหน่ายต่อเป็นสินค้าประเภทใดบ้าง (ให้ระบุจากมากไปหาน้อย)

.....

2. ในการซื้อแต่ละครั้งลูกค้าคนกลางจะซื้อในปริมาณเท่าใด(ให้ระบุเป็นจำนวนเงินโดยประมาณต่อครั้ง).....

.....

3. บ่อยครั้งเพียงใดที่ลูกค้าคนกลางจะมาสั่งซื้อสินค้า (ให้ระบุเป็นจำนวนครั้ง ต่อสัปดาห์หรือต่อเดือน).....

.....

4. วิธีการชำระเงินของกลุ่มลูกค้าคนกลางเป็นอย่างไรและมีเงื่อนไขข้อตกลงอย่างไรสำหรับลูกค้าคนกลางแต่ละ

ราย.....

.....

2. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลรับรอง

รายการ ผลิตภัณฑ์	ชื่อรางวัล/ใบรับรอง ที่ได้รับ	ผู้รับรอง/หน่วยงาน ที่รับรอง	ปีที่ได้รับ รางวัล	ยอดขายที่ เปลี่ยนแปลง	หมายเหตุ

3. แนวคิดทางการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการทดลองตลาดสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เมื่อมีการร้องขอจากลูกค้า (Product Adaptation)

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยไม่รอการร้องขอจากลูกค้า

4. ปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (การขาดแนวความคิด, การกระจายตัวของตลาด, ข้อจำกัดด้านรัฐบาลและสังคม, ต้นทุนการพัฒนา, ช่วงเวลาในการพัฒนา)

5. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีตราฮั่วที่ชัดเจนหรือไม่ เหตุใดจึงต้องมีหรือไม่มีตราฮั่ว

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

รายการผลิตภัณฑ์	วิธีการตรวจสอบ	การแก้ไขและปรับปรุงหลังจากตรวจสอบ คุณภาพ

6. กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันมีหลักในการพิจารณาอย่างไร (เช่นความเหมาะสมในการบรรจุ, ความได้เปรียบเมื่อวางขาย, ความสะดวกในการเก็บ, ความสวยงาม, สะท้อนถึงบุคลิกภาพ, การปกป้องสินค้า, ความสะดวกในการใช้งาน, การทำกำไร,ความสามารถในการส่งเสริมการตลาด)

8. องค์ประกอบด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์

- ภาชนะบรรจุ (Pack) เช่น วัสดุ, รูปทรง, ขนาด
- ฉลาก (Label) เช่น รูปลักษณะ, การออกแบบ, ข้อมูล, วิธีการใช้
- ชื่อยี่ห้อ (Brand name)
- เครื่องหมายการค้า (Logo) เช่น การสะท้อนถึงบุคลิกภาพ, การใช้รูปภาพ
- ใบบอกวิธีใช้สินค้า (Literature)

ด้านราคา

1. ธุรกิจของท่านใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาอย่างไร

2. วิธีการกำหนดราคา

รายการผลิตภัณฑ์	วิธีกำหนดราคา	ราคาสินค้า	กำไรที่ได้	การต่อรองราคา

3. การปรับเปลี่ยนราคาสินค้า

.....

4. การให้เครดิตการค้า

.....

ด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่

1. ประเภทและสถานที่ตั้งร้านค้า

ร้านค้าสาขาที่ 1

.....

.....

ร้านค้าสาขาที่ 2

.....

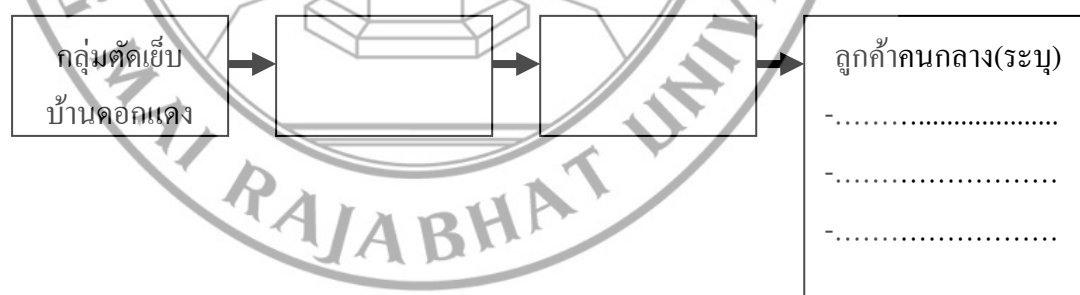
.....

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางค้าปลีก สักส่วน ร้อยละ.....



ช่องทางค้าส่ง สักส่วน ร้อยละ.....



3. การกระจายสินค้า (มีการขนส่งสินค้าอย่างไรบ้าง)

.....

.....

.....

4. การได้ข้อมูลในการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจากแหล่งใดบ้าง(กรรมการหรือสมาชิกในกลุ่ม, จากลูกค้า, จากเครือข่ายทางการตลาด)

.....

.....

5. หากผลผลิตของท่านขายไม่ได้ ท่านมีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นเพื่อระบายสินค้าอย่างไร

.....

.....

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การส่งเสริมการตลาดที่ธุรกิจเลือกใช้

วิธีการส่งเสริมการตลาด	ระดับการปฏิบัติ		
	มีมาก	มีแต่น้อย	ไม่มี
การโฆษณา			
การประชาสัมพันธ์			
การใช้พนักงานขาย			
การส่งเสริมการขาย			
การตลาดทางตรง			

2. กลุ่มมีการวางแผนกิจกรรมการโฆษณาอย่างไรบ้าง

.....

.....

3. กลุ่มมีการดำเนินการวางแผนกิจกรรมการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง

.....

.....

4. กลุ่มมีการวางแผนพนักงานขายอย่างไรบ้าง

.....

.....

5. กลุ่มมีการส่งเสริมการขาย(ลด แลก แจก แถม)ให้ลูกค้า อย่่างไรบ้าง

.....

.....

.....

6. มีการจัดทำสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้คนภายนอกรับรู้ถึงกิจการของกลุ่ม
ช่องทางใด

.....

ปัญหาด้านการวางกลยุทธ์การตลาด

ปัญหาในด้าน	ปัญหามาก	ปัญหาน้อย	ไม่มีปัญหา	หมายเหตุ
1. การพัฒนาสินค้า				
2. การสร้างตราสินค้า				
3. การสร้างเครือข่ายทางการตลาด				
4. การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย				
5. การบริการลูกค้า				
6. ขาดพนักงานขายที่มีทักษะ				
7. การสื่อสารประชาสัมพันธ์				
8. กำหนดราคาขายที่ไม่มาตรฐาน				

..... ผู้สัมภาษณ์
 ผู้จัดบันทึก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้น มาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมให้ดีขึ้น ผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25-30 ปี ☐ 31-35 ปี ☐ 36-40 ปี ☐ 41-45 ปี
☐ 46-50 ปี ☐ 51-55 ปี ☐ 56 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง ☐ หม้าย
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ ประถม 4 ☐ ประถม 6 ☐ มัธยม 3 ☐ มัธยม 6
☐ ปวช. ☐ ปวส. ☐ ปริญญาตรี ☐ ไม่ได้เรียน

หนังสือ

5. การประกอบอาชีพในปัจจุบันของท่านคือ

อาชีพหลัก.....

อาชีพรอง

6. ท่านคิดว่าการรวมกลุ่มกันกับการไม่รวมกลุ่มกันอย่างไรหนึ่ดีกว่ากัน

☐ รวมกลุ่มกันดีกว่า เพราะ

.....

☐ ไม่รวมกลุ่มกันทำของตัวเองดีกว่า เพราะ

.....

7. ท่านคิดว่าการบริหารงานของกลุ่มที่ผ่านมาเป็นอย่างไร

การบริหารงานของกลุ่ม	ใช่	ไม่ใช่
1. กลุ่มมีโครงสร้างที่ชัดเจน		
2. กลุ่มมีการแบ่งหน้าที่งานที่ชัดเจน		
3. กิจกรรมของกลุ่มมีอย่างต่อเนื่อง		
4. ท่านมาประชุมกลุ่มเกือบทุกครั้ง		
5. กิจกรรมของกลุ่มมีประโยชน์ต่อท่าน		

6. ท่านช่วยเหลืองาน/กิจกรรมของกลุ่มอยู่เสมอ		
7. ท่านพอใจกฎ ระเบียบ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของกลุ่ม		
8. สถานที่ตั้งของกลุ่มมีความเหมาะสม		
9. ท่านพอใจในกิจกรรมที่ผ่านมาของกลุ่ม		
10. กลุ่มมีการจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นที่น่าพอใจ		

8. สภาพปัญหาการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มที่ผ่านมาเป็นอย่างไร (ตอบได้หลายข้อ)

- ☐ กลุ่มมีคนทำงานน้อย
- ☐ กิจกรรมการทำงานของกลุ่มมีน้อย
- ☐ เวลาของสมาชิกในการทำกิจกรรมร่วมกันมีน้อย
- ☐ การทำงานตัดเย็บ ของสมาชิกทำเพียงเพื่อหารายได้ในยามว่าง
- ☐ สมาชิกบางส่วนยังไม่มีวินัยในการทำงาน มีการผลักภาระงานให้แก่สมาชิกท่านอื่น
- ☐ กฎกติกา ไม่ชัดเจน
- ☐ ไม่มีสถานที่ดำเนินงานของกลุ่มโดยเฉพาะ

9. ความต้องการในการบริหารจัดการกลุ่มของสมาชิก (ตอบได้หลายข้อ)

- ☐ การเผยแพร่ความรู้ด้านการประกอบอาชีพตัดเย็บ
- ☐ การส่งเสริมการประหยัดและการออม
- ☐ การจัดหาสินค้า หรือปัจจัยการผลิต
- ☐ การรวบรวมผลผลิตออกจำหน่าย
- ☐ ทักษะทางด้านการตลาดที่นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง
- ☐ ตลาดรองรับที่แน่นอน
- ☐ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
- ☐ การบริหารจัดการกลุ่มที่มีความมั่นคง
- ☐ อื่น ๆ

10. ปัญหาทางด้านการตลาดของกลุ่ม

- ☐ ราคาสินค้าการเกษตรเปลี่ยนแปลงบ่อย
- ☐ ขาดการประสานช่วยเหลือทางด้านการตลาด
- ☐ พ่อค้าคนกลางไม่มารับซื้อ
- ☐ ปัญหาด้านคุณสมบัติของตัวผลผลิต ซึ่งมีข้อจำกัดในตัวเอง
- ☐ ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก
- ☐ รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

11. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าตัดเย็บของกลุ่มมากที่สุด
- ☐ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพของสินค้า ความประณีตละเอียดและวัตถุดิบที่ใช้
- ☐ ด้านราคา เช่น นโยบายการตั้งราคา
- ☐ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น สถานที่ตั้งตลาด
- ☐ ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การลด, แลก, แจก, แถม
12. ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ วัตถุดิบที่ใช้ ☐ ตราสินค้า
- ☐ ความละเอียด ☐ การบรรจุหีบห่อ
- ☐ การรับประกัน ☐ ความหลากหลายแปลกใหม่
13. ท่านคิดว่าตราสินค้ามีประโยชน์อย่างไรในการดำเนินการจำหน่าย
- ☐ ลูกค้านำใจได้ง่าย ☐ รับประกันคุณภาพของสินค้า
- ☐ ใช้ต่อรองในการซื้อขาย ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. ท่านคิดว่าการติดตราสินค้ามีผลต่อยอดขายสินค้าของกลุ่มหรือไม่
- ☐ มี ☐ ไม่มี
15. สินค้าที่กลุ่มนำออกจำหน่ายมีการบรรจุหีบห่อที่ท่านพึงพอใจหรือไม่
- ☐ พอใจ ☐ ไม่พึงพอใจ
16. ท่านคิดว่าการบรรจุหีบห่อมีประโยชน์ต่อการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอย่างไร
- ☐ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ☐ แบ่งเกรดคุณภาพได้
- ☐ รักษาสินค้า ☐ ขนส่งง่าย ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
17. กลุ่มใช้เกณฑ์ใดในการกำหนดราคาสินค้า
- ☐ ราคาตลาด ☐ ปริมาณการสั่งซื้อ
- ☐ ฤดูกาล ☐ ระดับหรือประเภทของลูกค้า
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
18. กลุ่มมีวิธีการสืบราคาจากที่ไหนบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)
- ☐ จากเพื่อนบ้าน ☐ จากพ่อค้าแม่ค้าในตลาด ☐ จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
- ☐ จากผู้ใช้สินค้า ☐ จากสื่อต่าง ๆ ☐ จากคู่แข่ง
- ☐ สอบถามจากลูกค้า ☐ อื่นๆ (ระบุ)
19. อะไรคือเหตุผลที่กลุ่มไปจ้างผู้อื่นผลิตต่อ
- ☐ ผลิตเองไม่ทัน ☐ ไม่สามารถผลิตเองได้
- ☐ เพื่อช่วยเหลือและสร้างเครือข่ายร่วมมือ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

20. ท่านขายผลผลิตในรูปของ

☐ เงินสด เพราะ.....

☐ เงินเชื่อ เพราะ.....

ให้พ่อค้าค้างชำระได้นานกี่วัน เพราะ

☐ ทั้งเงินสดและเงินเชื่อ เพราะ.....

ให้พ่อค้าค้างชำระได้นานกี่วัน เพราะ

21. ท่านเคยตกลงซื้อขายด้วยวาจาแล้วหน้าหรือไม

☐ เคย เพราะ.....

☐ ไม่เคย เพราะ.....

22. ท่านเคยมีการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าก่อนนำออกขาย หรือไม่

☐ เคย ☐ ไม่เคย

23. ท่านต้องการเข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดหรือไม่

☐ ต้องการ ☐ ไม่ต้องการ

24. ท่านคิดว่าท่านต้องการความช่วยเหลือในการจัดการการตลาดเรื่องอะไรบ้าง (ระบุ)

.....

25. หัวข้อประเด็นที่ท่านต้องการให้อบรม (โปรดระบุ)

.....

26. สิ่งที่ท่านคาดหวังหลังจากที่ได้รับการฝึกอบรมแล้วนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรบ้าง

.....

แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง
โปรดอ่านข้อความแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่าตรงกับความรู้สึกรของท่านขณะนี้
แล้วทำเครื่องหมาย ☒ ในช่องว่างที่กำหนดให้เพียงคำตอบเดียว

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. ตราสินค้าจะทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้าได้	✓	
2. การตั้งราคาขายที่เหมาะสมคือการพิจารณาจากต้นทุนสินค้าเพียงอย่างเดียว		✓
3. การมีช่องทางจำหน่ายหลายแหล่งจะทำให้ได้กำไรน้อยลงเนื่องจากมีต้นทุนเพิ่มขึ้น		✓
4. การสร้างความหลากหลายในสินค้าจะทำให้ใช้เวลามากขึ้นแต่ตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า	✓	
5. การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพจะทำให้สามารถเพิ่มราคาขายได้	✓	
6. ประโยชน์หลักของการออกงานแสดงสินค้าคือจะทำให้มีโอกาสหาลูกค้ารายใหม่ได้	✓	
7. การทำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพจะเป็นการเพิ่มต้นทุนทำให้สินค้าขายได้ยากและน้อย		✓
8. สินค้าของกลุ่มบ้านดอกแดงควรลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ จะทำให้ได้ยอดขายสูงขึ้น		✓
9. พนักงานขายต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี ไม่จำเป็นต้องผลิตเองก็ได้	✓	
10. ควรมีการถือให้กลุ่มลูกค้ารู้จักกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงโดยการสร้างตราสินค้าของกลุ่ม	✓	
11. การให้คนในกลุ่มขายสินค้าของกลุ่มถือว่าการทำตลาดของกลุ่ม		✓
12. การออกแบบผลิตสินค้าควรสอบถามและศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ	✓	
13. ควรศึกษาคู่แข่งเพื่อเรียนรู้แบบ จะทำให้สินค้าของเราเกิดการจดจำของลูกค้า		✓
14. การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มตัดเย็บอื่น ๆ จะทำให้ถูกแย่งลูกค้า		✓
15. ควรมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าหลายระดับเพื่อตอบสนองลูกค้าที่หลากหลาย	✓	

ชื่อผู้สัมภาษณ์

วันที่.....

แบบสอบถาม

พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงของ
ผู้บริโภค

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษาวิจัยการจัดการองค์ความรู้ ของ กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ต.สง่าบ้าน อ.คอยสะเกิด จ.เชียงใหม่ 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
- ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
- สถานภาพในครอบครัว ☐ หัวหน้าครอบครัว ☐ แม่บ้าน
☐ สมาชิกในครัวเรือน ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....
- อาชีพ ☐ ข้าราชการ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ประกอบอาชีพส่วนตัว ☐ เกษตรกร ☐ นักเรียน/นักศึกษา
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว.....บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

- ท่านนิยมซื้อสินค้าตัดเย็บจากจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน ☐ ห้างสรรพสินค้า
☐ งานแสดงสินค้า ☐ ร้านค้าทั่วไปที่จำหน่ายสินค้า
☐ ตลาดนัด ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกผลิตภัณฑ์จากธุรกิจตัดเย็บบ้านดอกแดงอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ความน่าเชื่อถือในผู้จำหน่าย ☐ มีตรารับรองจากหน่วยงานราชการ
☐ มีแหล่งที่มาชัดเจน/มีตราสินค้า ☐ พิจารณาจากลักษณะภายนอก
☐ มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม ☐ ตามกระแสนิยม
☐ ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ ☐ หาซื้อได้สะดวก
☐ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. การซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากธุรกิจชุมชนแต่ละครั้งท่านจะจงหรือไม่จำเป็นต้องเป็นชนิดที่ท่านต้องการเท่านั้น

- ☐ เจาะจงซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดที่ต้องการเพียงอย่างเดียว
☐ ไม่เจาะจงชมดูชนิดอื่นก่อนเมื่อพอใจแล้วจึงขอซื้อ

4. โดยปกติแล้วท่านซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเมื่อไหร่

- ☐ ซื้อเมื่อพบเห็นที่น่าสนใจก็ซื้อ ☐ ซื้อเมื่อต้องการก็จะไปหาซื้อสินค้า
☐ ถ้าต้องการก็ฝากคนอื่นไปซื้อ ☐ ซื้อเมื่อสินค้านั้น ๆ ลดราคา
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านสนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากธุรกิจชุมชนบ้านดอกแดงประเภทใดบ้างต่อไปนี้

- ☐ ของใช้ส่วนตัว โปรดระบุชนิด.....
☐ ของใช้ภายในบ้าน โปรดระบุชนิด.....
☐ ของประดับบ้าน โปรดระบุชนิด.....
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านคิดว่าราคาผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ที่จำหน่ายในปัจจุบันเป็นอย่างไร

- ☐ ราคาถูก ☐ ราคาเหมาะสม
☐ ราคาแพง ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากธุรกิจชุมชนต่อครั้ง.....บาท

8. ท่านมีจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากธุรกิจชุมชน(กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง) อย่างไร

- ☐ ซื้อไปเพื่อใช้เอง ☐ ซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว
☐ ซื้อไปเป็นของฝากให้ผู้ใหญ่ ☐ ซื้อไปเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่าง ๆ
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านคิดว่าปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากกลุ่มธุรกิจชุมชนมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ ☐ คุณภาพไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้
☐ การคัดเกรดของผลผลิต ☐ มีผู้จำหน่ายจำนวนน้อย
☐ ราคาเปลี่ยนแปลงเร็ว ☐ มีขนาดให้เลือกน้อย
☐ การบรรจุหีบห่อไม่น่าสนใจ ☐ เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน
☐ ความเชื่อมั่นว่ามาจากกลุ่มชุมชนจริง ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บในแต่ละครั้งท่านได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกจากใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

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

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากธุรกิจชุมชน(กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง)

คำชี้แจง ให้ท่านระบุความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บ ตามปัจจัยทางการตลาด

ต่อไปนี้ ว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับ

ความสำคัญที่ท่านใช้พิจารณา

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 ครายี่ห้อที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ					
1.7 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าซื้อ					
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					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.5 แสดงบทความคุณประโยชน์ต่าง ๆ จากผลิตภัณฑ์					
4.6 ได้รับส่วนลดจากการซื้อ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตัดเย็บจากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอก
แดง

.....

.....

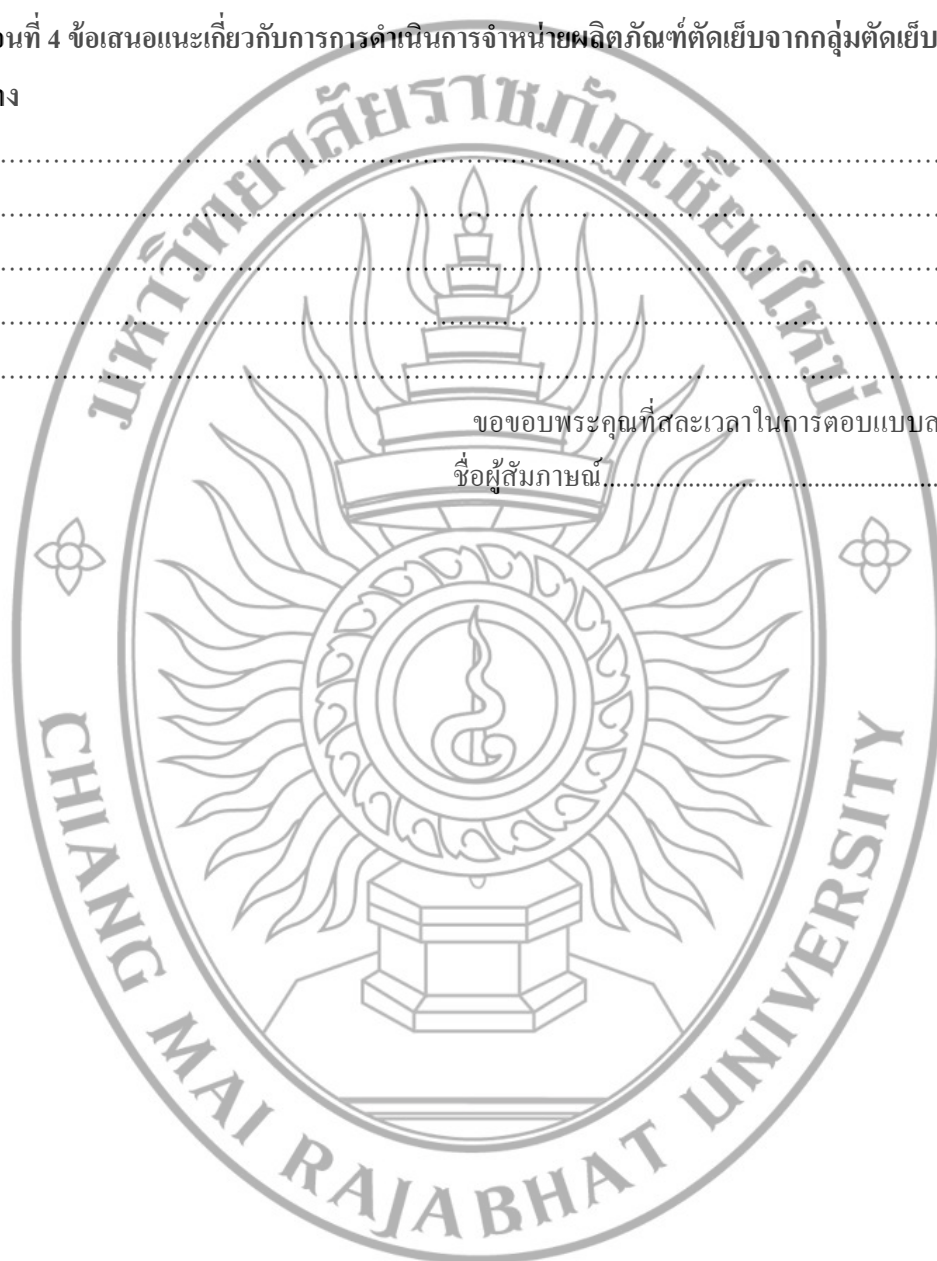
.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....



ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

Mr.Supareuk Tarapituxwong

อายุ 34 ปี เกิดเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2520



ตำแหน่งปัจจุบัน

1. อาจารย์สาขาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. หัวหน้าสถานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

สาขาวิชาการจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ 053-885-555 ต่อ 5823 มือถือ 089-6315018 Fax. 053-885-556

E-mail : hongte_t@hotmail.com

การศึกษา

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2548

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิตการตลาด มหาวิทยาลัยพายัพ ปี 2544

ประสบการณ์ทำงาน

1. หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด โรงเรียนพนมชยการเชียงใหม่
2. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการและการบริหารทรัพยากรมนุษย์
คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
3. หัวหน้าสถานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4. เป็นวิทยากรให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชน
5. งานด้านการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชน