

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ภาคผนวก

แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง : กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษในจังหวัด
เชียงใหม่

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ (General Profile)
 ส่วนที่ 2 : สิ่งแวดล้อมทั่วไปและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด (General & Marketing Factors)
 ส่วนที่ 3 : กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)
 ส่วนที่ 4 : ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ (Problems)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ (General Profile)

1. ประเภทของธุรกิจ

- ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด มูลนิธิ
 หน่วยงานของมหาวิทยาลัย กลุ่มเกษตรกร อื่นๆ (ระบุ...)

2. ปีที่เริ่มดำเนินธุรกิจ (พ.ศ.)

3. พื้นที่เพาะปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษทั้งหมดที่ธุรกิจดูแลอยู่ \approx ไร่

4. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในธุรกิจมาจาก (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- กู้ยืมจาก
 ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตร (ชกส.) บริษัทเงินทุน
 สหกรณ์เกษตร เงินกู้นอกระบบ อื่นๆ (ระบุ...)

- ได้รับเงินช่วยเหลือ
 กรมส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัย (ระบุชื่อ)
 ชมรม (ระบุชื่อ.....) อื่นๆ (ระบุ.....)

- เงินจากหุ้นส่วนจำนวน.....คน รวมเป็นเงิน.....บาท

- อื่น (ระบุ.....)

5. เงินลงทุนเริ่มแรกของธุรกิจ.....บาท

6. รายได้ที่ได้รับจากการขายผักทั้งหมด ต้องจัดสรรให้กับใครบ้างหรือไม่

- รายได้จากการขายผัก ทั้งหมด เป็นของธุรกิจ
 แบ่งรายได้จากการขายผักระหว่าง “ธุรกิจ” กับ.....ในสัดส่วน ... : ...
 อื่นๆ (ระบุลักษณะของรายได้.....)

7. หน้าที่หลักของธุรกิจ (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> พัฒนาความรู้ ความสามารถในการผลิตผัก | <input type="checkbox"/> จัดหาปัจจัยการผลิตให้เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> รับซื้อผักจากเกษตรกร | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบคุณภาพว่าผักปลอดภัย |
| <input type="checkbox"/> จัดการด้านการตลาดให้กับเกษตรกร | <input type="checkbox"/> จัดหาตลาดและทำการขายผักให้ |
| <input type="checkbox"/> จัดหาตลาดขายผักให้เกษตรกรนำไปขายเอง | <input type="checkbox"/> สนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวกัน |
| <input type="checkbox"/> ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักบริโภคในท้องถิ่น | <input type="checkbox"/> ส่งเสริมให้เกษตรกรปรับการผลิต |
| <input type="checkbox"/> ประสานงานกับสถาบันที่เกี่ยวข้อง | <input type="checkbox"/> ส่งเสริมให้เกษตรกรมีอาชีพมั่นคง |
| <input type="checkbox"/> ส่งเสริมให้เกษตรกรมีมาตรฐานครองชีพสูงขึ้น | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |
8. ท่านมีการจัดแบ่งหน้าที่การตลาดออกมาเป็น “แผนก หรือ ฝ่ายการตลาด” หรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) มีจำนวนพนักงานการตลาด.....คน
9. หน้าที่ฝ่ายการตลาดของธุรกิจต้องทำอะไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วางแผนการขาย / การตลาด | <input type="checkbox"/> ติดต่อลูกค้าและหาตลาดรับซื้อผัก |
| <input type="checkbox"/> กำหนดมาตรฐาน (เกรด) และราคาขาย | <input type="checkbox"/> ดำเนินการขาย |
| <input type="checkbox"/> ดูแลการขนส่งผลผลิต ไปยังลูกค้า | <input type="checkbox"/> ทำวิจัยตลาดและหาข้อมูลตลาด |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) | |
10. รูปแบบการจัดองค์การทางการตลาดของธุรกิจ
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> จัดองค์การตามหน้าที่หรือสายงานการตลาด | <input type="checkbox"/> จัดองค์การแยกตามผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> จัดองค์การตามภูมิศาสตร์ | <input type="checkbox"/> จัดองค์การแบบ “รวมอำนาจ” |
| <input type="checkbox"/> จัดการแบบ “กระจายอำนาจ” | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |
11. ธุรกิจมี “แผนการตลาดในแต่ละฤดูกาล” (ช่วง 1-3 เดือน) หรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) ท่านมีแผนการตลาดอย่างไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผลผลิตมาก เน้นจัดทำ การส่งเสริมการตลาด | <input type="checkbox"/> ผลผลิตมาก ปรับราคาทุกเดือน |
| <input type="checkbox"/> ผลผลิตปกติ เน้นการส่งผักให้ลูกค้าทั่วไป | <input type="checkbox"/> ผลผลิตปกติ ปรับราคาทุก 3 เดือน |
| <input type="checkbox"/> วางแผนการเลือกชนิดผักที่จะปลูก | <input type="checkbox"/> กำหนดปริมาณผักที่ปลูกให้พอ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) | |

ส่วนที่ 2 : สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General Environment)

1. ปัจจุบันมีมาตรฐานควบคุมความปลอดภัยจากสารพิษนี้หรือไม่

มี ไม่มี

(ถ้ามี) มาตรฐานควบคุมความปลอดภัยจากสารพิษคือ.....
2. ธุรกิจของท่านต้องเสียภาษีหรือไม่

เสีย ไม่เสีย
3. ท่านได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุนจากภาครัฐหรือไม่

ได้รับ ไม่ได้รับ

(ถ้าได้รับ) ท่านได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุนอย่างไรบ้าง

ได้รับเงินสนับสนุนจาก งบประมาณของมหาวิทยาลัย (ระบุชื่อ.....)บาท

ได้รับเงินสนับสนุนจาก งบของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์บาท

ได้รับเงินสนับสนุนจาก กรมส่งเสริมการเกษตรบาท

กรมส่งเสริมการเกษตรให้ความช่วยเหลือด้านอุปกรณ์การผลิต

กรมส่งเสริมการเกษตรช่วยหาตลาด หรือ สถานที่ขายผักให้

อื่นๆ (ระบุ.....)
4. ท่านต้องการให้ภาครัฐมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการช่วยเหลือผู้ประกอบการและเกษตรกรหรือไม่

ต้องการ ไม่ต้องการ

(ถ้าต้องการ) ท่านต้องการให้ช่วยเหลืออย่างไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)

เพิ่มเงินสนับสนุนการดำเนินงาน ช่วยหาตลาดขายผักให้มากขึ้น

ช่วยส่งเสริมให้คนบริโภคผักปลอดภัย มากขึ้น จัดให้มีมาตรฐานควบคุมคุณภาพ

ให้หน่วยงานของรัฐสนับสนุนผู้ประกอบการ จัดทำ “มาตรฐานความปลอดภัย”

อื่นๆ (ระบุ.....)
5. ภาวะเศรษฐกิจที่กำลังมีปัญหาในปัจจุบันนี้ มีผลกระทบต่อยอดขายผักหรือไม่

มี ไม่มี

(ถ้ามี) มีผลกระทบต่อยอดขายอย่างไร

เพิ่มขึ้น ลดลง คงที่

6. การที่ประชากรได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น มีผลกระทบต่อยอดขายหรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) มีผลกระทบต่อยอดขายอย่างไร
- เพิ่มขึ้น ลดลง คงที่
7. จำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น มีผลกระทบต่อยอดขายหรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) มีผลกระทบต่อยอดขายอย่างไร
- เพิ่มขึ้น ลดลง คงที่
- (ถ้าเพิ่มขึ้น) ท่านมีแผนตลาดรองรับการเพิ่มขึ้นของประชากรอย่างไร
- เพิ่มปริมาณผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ ขยายพื้นที่เพาะปลูกผักมากขึ้น
- ทำการขยายตลาดให้มากขึ้น อื่นๆ (ระบุ.....)
8. กระแสค่านิยมเรื่อง “อาหารเพื่อสุขภาพ” มีผลกระทบต่อยอดขายหรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) มีผลกระทบต่อยอดขายอย่างไร
- เพิ่มขึ้น ลดลง คงที่
- (ถ้าเพิ่มขึ้น) ท่านมีแผนตลาดรองรับการเพิ่มขึ้นของกระแสค่านิยมนี้ได้อย่างไร
- ทำการส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภครู้จักคุณค่าของผักปลอดภัยจากสารพิษ
- แนะนำการบริโภคผักที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริโภค สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นผักสุขภาพ
- สนับสนุนให้บริโภคผักปลอดภัยเพื่อสุขภาพ อื่นๆ (ระบุ.....)
9. ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยให้การขายผักประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นหรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) คือเทคโนโลยีทางด้าน
- การผลิต การคัดขนาดหรือเกรดของผัก บรรจุภัณฑ์
- การเก็บรักษาผักให้สด การขนส่ง อื่นๆ (ระบุ.....)
10. ท่านมีแผนการขยายตลาดหรือไม่
- มี ไม่มี
- (ถ้ามี) ท่านมีแผนการขยายตลาดไปยังที่ใดบ้าง
- อำเภออื่นในเชียงใหม่ จังหวัดอื่นในภาคเหนือ กรุงเทพมหานคร
- จังหวัดอื่นในทุกภาค ต่างประเทศ อื่นๆ (ระบุ.....)

11. ท่านมีแผนขยายพื้นที่ หรือ แหล่งเพาะปลูกหรือไม่
- มีแผนขยาย ไม่มีแผนที่จะขยาย
12. ผู้ประกอบธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษในจังหวัดเชียงใหม่ เช่นเดียวกับท่าน (เท่าที่ทราบ) มีจำนวน.....ราย รายชื่อใหญ่ 5 อันดับแรก ได้แก่
- 1..... 2..... 3..... 4..... 5.....
13. ผู้ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจผักปลอดภัยจากสารพิษต้องพบปัญหาอะไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- ต้องใช้เงินลงทุนในการดำเนินงานสูง มีคู่แข่งในตลาดมาก
- ผู้ขายที่มีอยู่เดิม มีการตลาดที่ดี ลูกค้านั่งหรือลูกค้าเล็ก
- หาช่องทางการจัดจำหน่ายได้ยาก ยี่ห้อในตลาดเป็นที่ยอมรับ
- เสียเปรียบรายใหญ่ ด้วยขนาดธุรกิจที่ต่างกัน อื่นๆ (ระบุ))
14. จุดเด่นของโครงการเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้แก่ (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- ธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดี มีลูกค้าที่รับซื้อผักแน่นอน
- ราคาผักไม่แพงเกินไป ปริมาณผักมีมากพอขาย
- มีร้านค้าที่ขายผักจำนวนมาก ผักมีคุณภาพปลอดภัยจากสารพิษ
- มีบรรจุภัณฑ์ที่ดี สะดวกในการเลือกซื้อ รับประกันความสดใหม่ของผัก
- มีเทคโนโลยีช่วยในด้านการผลิตและการตลาด มีเทคโนโลยีช่วยในการบรรจุผัก
- จัดการผักที่เหลือจากการขายได้ดี ทำตลาดอย่างมีระบบ รวดเร็ว
- เจ้าหน้าที่มีความรู้และมีความรับผิดชอบ มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อจำนวนงาน
- มีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลผลิตอย่างต่อเนื่อง อื่นๆ (ระบุ.....))
15. จุดอ่อนของโครงการเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ ได้แก่ (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- ราคาผักแพงกว่าผักทั่วไปมาก ชื่อผักและธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จัก
- ร้านค้าที่ขายผักมีน้อย คุณภาพของผักไม่สม่ำเสมอ
- ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักร้านที่วางขาย ไม่มีแผนจัดการผักที่เหลือจากขาย
- บรรจุภัณฑ์ไม่ดี ทำให้ผักคายน้ำ เสียง่าย สถานที่รวบรวมผัก มีพื้นที่น้อย
- ระบบจัดส่งผักให้ลูกค้ายังไม่ดี ไม่มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา
- ขาดเจ้าหน้าที่เข้าไปดูแลอย่างสม่ำเสมอ ขาดเครื่องมือตรวจสอบที่ทันสมัย
- ขาดเทคโนโลยีบรรจุผักที่สะดวก เก็บผักนาน ปริมาณผักมีน้อย ไม่พอขาย
- ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อื่นๆ (ระบุ.....))

16. ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ (Threat) ได้แก่

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ศักยภาพชนิดใช้เวลาปลูกนาน ดูแลรักษายาก | <input type="checkbox"/> ขาดปัจจัยการผลิต |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาสภาพความพร้อมของดิน สิ่งแวดล้อม | <input type="checkbox"/> คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น มีการแข่งขันสูง |
| <input type="checkbox"/> ขาดงบประมาณการตลาดและส่งเสริมตลาด | <input type="checkbox"/> ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน |
| <input type="checkbox"/> ขาดเทคโนโลยีช่วยด้านการผลิต เก็บรักษา | <input type="checkbox"/> มีจำนวนแรงงานไม่เพียงพอ |
| <input type="checkbox"/> ไม่สามารถควบคุมการใช้สารเคมีได้ทั่วถึง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

17. โอกาสในการดำเนินธุรกิจ (Opportunities) ได้แก่

- ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพมากขึ้น
- ศักยภาพจากสารพิษเป็นที่รู้จักยอมรับมากขึ้น
- เกษตรกรรู้ถึงโทษของสารเคมี จึงหันมาใช้สารธรรมชาติ มากขึ้น
- สารเคมีนำเข้ามีราคาแพง เกษตรกรจึงหันมาใช้วิธีธรรมชาติในการเพาะปลูกมากขึ้น
- สถาบันต่างๆ ให้ความสนใจและสนับสนุนเพิ่มมากขึ้น
- อื่นๆ (ระบุ.....)

18. ลูกค้าหลัก หรือ ลูกค้า ส่วนใหญ่ ของท่านคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายส่ง | <input type="checkbox"/> ลูกค้าเป็นร้านค้าซูเปอร์มาร์เกต |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าเป็นผู้ขายส่งและร้านค้าปลีก | <input type="checkbox"/> ลูกค้าโรงแรมและร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มคนในอำเภอท้องถิ่นเป็นหลัก | <input type="checkbox"/> ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าในต่างจังหวัด | <input type="checkbox"/> ลูกค้าทุกกลุ่มที่เข้ามาติดต่อซื้อผัก |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้ามีรายได้ปานกลางถึงสูง | <input type="checkbox"/> ลูกค้าทุกระดับรายได้ |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้ามีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง | <input type="checkbox"/> ลูกค้าทุกระดับการศึกษา |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าซื้อผักอย่างสม่ำเสมอ | <input type="checkbox"/> ลูกค้าที่นานๆ ซื้อครั้ง |
| <input type="checkbox"/> ลูกค้าไม่ให้ความสำคัญในตราหือ | <input type="checkbox"/> ลูกค้าให้ความสำคัญในตราหือ |
| <input type="checkbox"/> ประชาชนทั่วไปที่ซื้อไปบริโภค | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

19. พ่อค้าคนกลางมีบทบาทต่อการตลาดอย่างไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ช่วยหาลูกค้าให้กับผู้ประกอบการ | <input type="checkbox"/> ทำหน้าที่ขายผักแทนธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> ช่วยกระจายผักออกสู่ตลาดในวงกว้าง | <input type="checkbox"/> ช่วยเก็บรักษาผัก เป็นคลังสินค้า |
| <input type="checkbox"/> ทำการส่งเสริมการตลาดแทนธุรกิจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

20. ท่านคิดว่าพ่อค้าคนกลางมีผลกระทบต่อตลาดสินค้าเกษตรอย่างไร (ตอบได้ >1 ข้อ)
- พ่อค้าคนกลางมีอำนาจต่อรองราคาสูงกว่าเกษตรกร ทำให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบ
 - ก่อให้เกิดการเก็งกำไร ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อผักในราคาแพงขึ้น
 - อื่นๆ (ระบุ))
21. ท่านกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (ผักปลอดภัยจากสารพิษ) ไว้อย่างไร (ตอบได้ > 1 ข้อ)
- กำหนดตามคุณสมบัติพิเศษของผักที่แตกต่างจากผักที่มีอยู่ในท้องตลาด
 - กำหนดให้ผักปลอดภัยจากสารพิษมีความปลอดภัยต่อสุขภาพสูง
 - ผักคุณภาพดี ราคาสูง
 - ผักคุณภาพปานกลาง ตั้งราคาเหมาะสม ให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าที่จะซื้อ
 - เน้นให้ผู้บริโภคเห็นว่าผักปลอดภัยจากสารพิษจำเป็นสำหรับอาหารทุกมื้อ
 - เน้นให้ผู้บริโภคเห็นว่าการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม
 - อื่นๆ (ระบุ))

ส่วนที่ 3 : กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

1. ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ตลาดมากน้อยเพียงใด

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
1. ผลิตภัณฑ์ (สกัดออกจากสารพิษ)					
- คุณสมบัติผลิตภัณฑ์					
- บรรจุภัณฑ์					
- ครายี่ห้อ					
- ป้ายฉลาก					
2. ราคาจำหน่าย					
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย					
- จำนวนระดับของช่องทาง					
- จำนวนคนกลางครอบคลุมพื้นที่					
- ทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย					
- ประเภทของคนกลาง / การคัดเลือก					
- การบริหารช่องทาง					
- ระบบการขนส่ง					
- ระบบคลังสินค้า					
4. การส่งเสริมการตลาด					
- โฆษณา					
- การใช้พนักงานขาย					
- การส่งเสริมการขาย					
- การประชาสัมพันธ์					

5. สิ่งแวดล้อมทั่วไป					
- การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร					
- ประชากรได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น					
- ภาวะเศรษฐกิจในช่วงตกต่ำ					
- ความพร้อมของดินและสิ่งแวดล้อม					
- งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนา					
- การเพิ่มของเทคโนโลยีผลิต / ตลาด					
- ข้อกำหนด / มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง					
- วัฒนธรรมและค่านิยมของสังคม					
- การรวมตัวของเกษตรกรที่ขายผัก					
- อำนาจต่อรองของพ่อค้าคนกลาง					
- จำนวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย					
- พฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย					
- ความต้องการซื้อไม่แน่นอน					
- ความพร้อมด้านข้อมูลวิจัยตลาด					
- นโยบาย / วัตถุประสงค์แผนตลาด					
- ผลการดำเนินงาน/งบการเงินปีก่อน					
- การทำงานเป็นระบบของฝ่ายตลาด					
- การประสานงานที่ดีของผู้เกี่ยวข้อง					
- งบประมาณที่ใช้ในกลยุทธ์ตลาด					
- จุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งชั้น					
- คู่แข่งขันที่มีอยู่เดิมและที่จะเข้าใหม่					
- โอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจ					
- จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจเอง					
- อื่นๆ (ระบุ.....)					

2. ผลิตภัณฑ์ (Product)

2.1. ธุรกิจของท่านขายผักปลอดภัยจากสารพิษชนิดใดบ้าง (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

ชนิดผัก	ปลูกเอง			รับซื้อจากเกษตรกร		
	มาก	น้อย	ไม่มี	มาก	น้อย	ไม่มี
ผักกาดหางหงษ์						
ผักกาดแก้ว						
ผักกาดขาว						
ผักกาดหอมห่อ						
ผักสลัด						
ผักฮ่องเต้						
ผักกวางตุ้ง						
ผักคะน้า						
กะหล่ำปลี						
กะหล่ำดอก						
ผักบุ้ง						
ถั้วผักยาว						
แครอท						
อื่นๆ (ระบุ.....)						

2.2. สาเหตุที่ปลูกหรือรับซื้อผักมาขายแต่ละชนิดจำนวนมากหรือน้อย ต่างกันดูจากอะไร

- ดูจากยอดขายของผักแต่ละชนิด
 ดูจากคำสั่งซื้อของลูกค้า
 ดูจากจำนวนผักที่เกษตรกรปลูกได้
 อื่นๆ (ระบุ.....)

2.3. ท่านมีเกณฑ์การคัดเกรดของผักหรือไม่

- มี
 ไม่มี

(ถ้ามี) ท่านคัดเลือกแบ่งเกรดของผักโดยดูอะไรบ้าง

- ขนาดรูปร่าง
 น้ำหนัก
 คุณภาพ
 อื่นๆ (ระบุ.....)

2.4. ผักของท่านมีจัดแบ่งเกรดทั้งหมดจำนวน.....เกรด ประกอบด้วย

- เกรด.....หมายถึง.....
- เกรด.....หมายถึง.....
- เกรด.....หมายถึง.....
- อื่นๆ (ระบุ.....)

2.5. ผักของท่านได้รับการตรวจสอบและรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานใดหรือไม่

- ได้รับการตรวจสอบ ไม่มีการตรวจสอบ

(ถ้ามีการตรวจสอบ) มาตรฐานการรับรองความปลอดภัยนั้นท่านได้รับมาจากสถาบันใด

- ฝ่ายป้องกันและกำจัดศัตรูพืชกรมส่งเสริมการเกษตร
- มหาวิทยาลัย (เช่น ม.เชียงใหม่ ม.เกษตรฯ ม.มหิดล)
- มาตรฐานเกษตรกรรมอินทรีย์ ของชมรมผู้ผลิตเกษตรกรรมทางเลือก (มกช.)
- มาตรฐานของมูลนิธิโครงการหลวง
- อื่นๆ (ระบุ.....)

2.6. ถ้าผักท่านได้รับการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐาน จะมีการตรวจสอบเมื่อใดบ้าง

- ปีละ 2 ครั้ง ปีละ 3 ครั้ง
- ปีละ 4 ครั้ง อื่นๆ (ระบุ.....)

2.7. ท่านมั่นใจว่าผักของท่านปลอดภัยจากสารพิษ.....เปอร์เซ็นต์ (%)

2.8. ในแต่ละครั้งที่เก็บเกี่ยว มีจำนวนผักเสียหายทั้งหมด.....เปอร์เซ็นต์ (%)

2.9. ท่านจัดการกับผักเสียหายอย่างไร

- ตัดแต่งให้สวยงามแล้วนำมาขายใหม่ ขายเหมาให้ฟาร์ม / สวนสัตว์
- ให้เป็นอาหารสัตว์ของเกษตรกรเอง แปรรูปผักสดเป็นอาหารชนิดอื่น
- ทิ้งให้ย่อยสลายเองตามธรรมชาติ อื่นๆ (ระบุ.....)

2.10. ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการวางกลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

1. คุณสมบัติของผัก

1.1. ท่านให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ของท่านในด้านต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
1. ความสะอาดของผัก					
2. คุณภาพของผัก					
3. สีสีนของผัก					
4. ขนาดและรูปร่างของผัก					
5. น้ำหนักของผัก					
6. ความปลอดภัย					
7. ความหลากหลายชนิด					
8. ปริมาณผักมีมากพอขาย					
9. ความหลากหลายขนาด					
10. อื่นๆ (ระบุ.....)					

2. การตั้งชื่อตราหือ

2.1. ท่านคิดว่าผักของท่านควรมีชื่อตราสินค้าหรือชื่อยี่ห้อหรือไม่

 มี ไม่มี

(ถ้ามี) ท่านต้องการให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไร (ตอบได้ > 1 ข้อ)

 เพื่อเป็นการรับประกันว่าผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่า “ผักมีมาตรฐาน” สร้างลักษณะเด่นเฉพาะตัวแตกต่างจากผักอื่น ใช้ยี่ห้อเพื่อให้ผู้บริโภคจำได้ ติดตามชื่อยี่ห้อเดียวกัน ใช้เป็นเครื่องหมายการค้าเพื่อการคุ้มครองทางกฎหมาย อื่นๆ (ระบุ.....)

2.2. ผักปลอดภัยจากสารพิษของท่านมีการใช้ตราชี้หือหรือไม่

- มี ไม่มี

(ถ้ามี) ผักของท่านมีกี่ตราชี้หือ ได้แก่อะไรบ้าง

- มี 1 ตราชี้หือ ได้แก่ 1.....
- มากกว่า 1 ตราชี้หือ ได้แก่ 1....., 2....., 3.....

2.3. ผักของท่านใช้ชื่อชี้หือตามชื่อของใคร

- ใช้ชื่อชี้หือของผู้ประกอบการ
- ใช้ชื่อชี้หือของพ่อค้าคนกลาง
- ใช้ชื่อชี้หือที่พ่อค้าคนกลางและผู้ประกอบการร่วมกันตั้ง
- อื่นๆ (ระบุ.....)

3. การตัดสินใจเรื่องบรรจุภัณฑ์

3.1. บรรจุภัณฑ์ของท่านมีลักษณะอย่างไรบ้าง (ใส่เครื่องหมาย \checkmark ในช่อง)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ขายส่ง	ขายปลีก
1. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดๆ หุ้มห่อผัก		
2. ใช้ถุงพลาสติกเจาะรู ระบายอากาศ		
3. ใช้กล่องหรือลัง เพื่อส่งผักปริมาณมาก		
4. อื่นๆ (ระบุ.....)		

3.2. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อของท่านมีความสำคัญอย่างไรบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- ใช้บรรจุและป้องกันผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดความเสียหายได้ง่าย
- เพื่อช่วยให้ลูกค้าสะดวกต่อการเปิดใช้ ถือ จับ เคลื่อนย้ายและขนส่ง
- สามารถบอกข้อมูลเกี่ยวกับผักให้ลูกค้าทราบได้ เช่น ชีหือ มาตรฐาน
- ช่วยให้ผักใหม่ที่ออกมามีความแตกต่างกับผักเดิม
- จัดทำถุงให้มีหลายขนาด เพื่อบรรจุผักปริมาณต่างกันตามความต้องการของลูกค้า
- เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ของตราชี้หือและผู้ประกอบการ
- อื่นๆ (ระบุ.....)

4. การจัดทำฉลากติดบรรจุภัณฑ์

4.1. ผักของท่านมีการจัดทำฉลากติดข้างบรรจุภัณฑ์หรือไม่

- มี ไม่มี

(ถ้ามี) ฉลากของท่านมีลักษณะอย่างไร เขียนแสดงข้อความอะไรบ้าง

- แสดง “ตราฮีท้อ”
 แสดง “คุณภาพ” ของผักด้วยตัวอักษร เช่น เกรด A
 แสดง “รายละเอียดของผัก” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค
 อื่นๆ (ระบุ.....)

3. การตั้งราคาผัก (Pricing)

3.1. ปัจจัยอะไรบ้างที่ต้องพิจารณาในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นโยบายการตั้งราคา | <input type="checkbox"/> วัตถุประสงค์ของธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> ต้นทุนการผลิต | <input type="checkbox"/> ลักษณะของผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> ลูกค้านเป้าหมาย |
| <input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด | <input type="checkbox"/> ภาวะการแข่งขัน |
| <input type="checkbox"/> ภาวะเศรษฐกิจ | <input type="checkbox"/> จรรยาบรรณของผู้ขาย |
| <input type="checkbox"/> ปริมาณผักในแต่ละฤดูกาล | <input type="checkbox"/> การเปลี่ยนราคามีผลต่อยอดขาย |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) | |

3.2. วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อให้มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น | <input type="checkbox"/> เพื่อให้มีเงินสดหมุนเวียนเพิ่มขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนตามเป้าหมาย | <input type="checkbox"/> เพื่อให้ได้กำไรสูงสุด |
| <input type="checkbox"/> เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปและอยู่รอดได้ | <input type="checkbox"/> เพื่อเพิ่มปริมาณขาย |
| <input type="checkbox"/> เพื่อรักษาส่วนครองตลาด | <input type="checkbox"/> เพื่อเพิ่มส่วนครองตลาด |
| <input type="checkbox"/> เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด เมื่อมีการแข่งขันสูงขึ้น | <input type="checkbox"/> เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งในตลาด |
| <input type="checkbox"/> เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง | <input type="checkbox"/> เพื่อตัดราคาของคู่แข่ง |
| <input type="checkbox"/> ต้องการสร้างภาพพจน์ที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม | <input type="checkbox"/> รักษาระดับการผลิตและจ้างงาน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) | |

3.3. นโยบายและกลยุทธ์การตั้งราคา (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

นโยบายและกลยุทธ์ในการตั้งราคา	ขายส่ง	ขายปลีก
<input type="checkbox"/> ราคาขาย = “ต้นทุนผลิต + ค่าดำเนินการ + กำไร”		
<input type="checkbox"/> ราคาขาย = “ราคาขายต่อหน่วย + กำไร (%)”		
<input type="checkbox"/> ราคาต่างกันตามระยะทางที่ขนส่ง (ค่าขนส่งคือต้นทุน) <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ราคาขายบวกกับค่าขนส่ง (ผู้ซื้อบริการค่าขนส่ง) <input type="radio"/> ราคาขายรวมค่าขนส่งแล้ว (ราคาเท่ากันทุกราย) <input type="radio"/> ราคาขายต่างกันสำหรับผู้ซื้อที่อยู่คนละพื้นที่ <input type="radio"/> แบ่งภาระค่าขนส่งกับผู้ซื้อแล้วแต่ตกลง 		
<input type="checkbox"/> ใช้นโยบายการให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อ <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ให้ส่วนลดกับลูกค้า เมื่อ มีการซื้อผักในปริมาณมากๆ <input type="radio"/> ให้ส่วนลดกับคนกลาง <input type="radio"/> ให้ส่วนลดจากค่าขาย เมื่อ ลูกค้าชำระเงินตรงเวลา <input type="radio"/> ให้ส่วนลดกับลูกค้า เมื่อ ซื้อผักนอกฤดู หรือ ขายไม่ดี <input type="radio"/> ลดราคาขายจากปกติ เมื่อ ผักเริ่มเหี่ยว <input type="radio"/> ให้เปอร์เซ็นต์จากยอดขาย แก่ตัวแทนจำหน่าย 		
<input type="checkbox"/> ราคาสูงใจผู้บริโภคให้ซื้อผักจากการขายปลีกมากขึ้น <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ราคาผักชนิดหนึ่งต่ำกว่าทุน เพื่อจูงใจให้ซื้อผักอื่น <input type="radio"/> ลดราคาจากราคาปกติ เพื่อกระตุ้นให้มีการซื้อมากขึ้น <input type="radio"/> ลูกค้าได้เงินคืนบางส่วน หากซื้อผักในเวลาที่ทอง <input type="radio"/> ราคาต่ำกว่าปกติ ในช่วงเทศกาล เพื่อกระตุ้นให้ซื้อผัก 		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายโดยคำนึงถึง “ความรู้สึกของผู้บริโภค” <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ราคาขายที่ลูกค้าเคยชิน ไม่ต่างจากท้องตลาด <input type="radio"/> ให้เลขท้ายของราคาเป็นเลขคี่ ทำให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น <input type="radio"/> ให้เลขท้ายของราคาเป็นเลขคู่ เพื่อสร้างภาพพจน์ <input type="radio"/> ราคาสูง เพื่อสร้างภาพพจน์ให้ผักและธุรกิจ 		

<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายโดยดูจากลักษณะต่างๆ ของผัก <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> “คุณภาพ” ถ้าคุณภาพดี ราคาจะสูง <input type="radio"/> “ตราหือ” ผักที่ไม่มีตราจะถูกกว่าผักที่มีตราหือ <input type="radio"/> “ขนาด” ผักขนาดใหญ่จะมี ราคาถูกกว่าขนาดเล็ก <input type="radio"/> “น้ำหนัก” ผักที่มีน้ำหนักมาก ราคาจะสูง <input type="radio"/> “ความสมบูรณ์” ผักที่ใบและผลสมบูรณ์ ราคาจะสูง 		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายโดยดูจาก “ลักษณะต่างๆ ของผู้บริโภค” <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> คุรรายได้ของผู้บริโภค ถ้ารายได้สูง ราคาจะสูง <input type="radio"/> ความสามารถในการขายผักของลูกค้า ขายเก่ง ราคาสูง <input type="radio"/> ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ถ้าอยู่ใกล้ผู้ขายจะซื้อผักได้ถูก 		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายตาม “นโยบายระดับราคา” <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ราคาน่ากับราคาซื้อขายกันทั่วไป <input type="radio"/> ราคาค่ำกว่าราคาซื้อขายกันทั่วไป เพิ่มส่วนแบ่งตลาด <input type="radio"/> ราคาสูงกว่าราคาซื้อขายกันทั่วไป เพื่อสร้างภาพพจน์ <input type="radio"/> ใช้ “นโยบายราคาเดียว” ผู้ซื้อทุกรายซื้อผักราคาเท่ากัน 		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขาย “ผลิตภัณฑ์ใหม่” <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ตั้งราคาสูงช่วงแนะนำ เพื่อให้ได้ทุนและกำไรเร็ว <input type="radio"/> ตั้งราคาต่ำช่วงแนะนำ เพื่อเจาะตลาดส่วนใหญ่ 		
<input type="checkbox"/> ขายราคาส่ง ให้ผู้ขายตั้งราคาขายปลีกเอง		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายปลีกให้กับร้านฝากขาย แต่แบ่งเปอร์เซ็นต์ให้		
<input type="checkbox"/> ราคาขายค้ำ เมื่อนำผักหลายชนิดมาบรรจุห่อขายรวมกัน		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาขายโดยดูจาก “ราคาของคู่แข่งนั้น”		
<input type="checkbox"/> ราคาแตกต่างกันในแต่ละฤดู ถ้าผักมีน้อย ราคาสูง		
<input type="checkbox"/> ตั้งราคาตามลักษณะของสถานที่ขาย ถ้าหรูหรา ราคาสูง		

3.4. ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างในการเลือกราคาขั้นสุดท้าย (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> การรับรู้ของลูกค้ำว่าคุณภาพของผัก <i>เหมาะสม</i> กับราคาหรือไม่ | |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพผักและค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด | <input type="checkbox"/> สอดคล้องกับนโยบายการตั้งราคา |
| <input type="checkbox"/> ปฏิภิกิริยาของฝ่ายต่างๆ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

4.1. แหล่งเพาะปลูกพืชของท่านอยู่ที่ใดบ้าง

- อำเภอสารภี อำเภอฝาง อำเภอแมริม
- อำเภอจอมทอง อำเภอสะเมิง อำเภอพร้าว
- อำเภอแม่แตง อำเภอดอยสะเก็ด อื่นๆ (ระบุ.....)

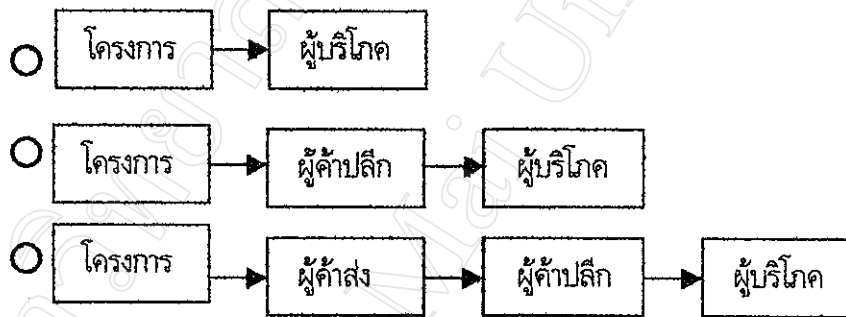
4.2. ท่านพิจารณาจำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายหรือไม่ว่าต้องมีกี่ระดับ

- พิจารณา ไม่ได้พิจารณา

(ถ้าพิจารณา) "พัก" ของท่านควรมีจำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย.....ระดับ

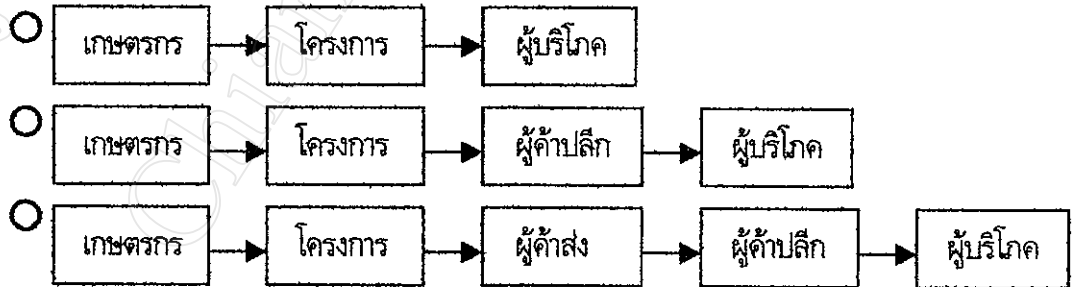
4.3. ลักษณะระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายของท่าน

- กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตเอง



- อื่นๆ (ระบุ))

- กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้รับซื้อผักมาขายต่อ



- อื่นๆ (ระบุ))

4.4. 1. ท่านมี “ลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่ง” จำนวน.....ราย

2. “ลูกค้าส่ง” รายใหญ่ที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่

ชื่อผู้ขายส่ง	สถานที่จำหน่าย (จังหวัด)	ชื่อผู้ซื้อ
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

3. ท่านมี “ลูกค้าที่เป็นร้านขายปลีก” จำนวน.....ราย

4. “ลูกค้าที่เป็นร้านขายปลีก” รายใหญ่ที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่

ชื่อร้านขายปลีก	สถานที่จำหน่าย (จังหวัด)	ชื่อผู้ซื้อ
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

5. ท่านมี “ร้านค้าของตัวเองที่ขายตรงให้กับผู้บริโภค” จำนวน.....ร้าน ที่ใดบ้าง

ชื่อร้านค้า หรือ สาขา	สถานที่จำหน่าย (จังหวัด)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

4.5. ท่านพิจารณาว่าต้องมีจำนวนคนกลางเท่าไรหรือไม่ เพื่อให้คลุมพื้นที่ในการจัดจำหน่าย

พิจารณา

ไม่ได้พิจารณา

(ถ้าพิจารณา) ท่านมีคนกลางในแต่ละระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายจำนวน.....ราย

4.6. ท่านพิจารณาทำเลที่ตั้งของสถานที่ขายผักของท่านหรือไม่

- พิจารณา ไม่ได้พิจารณา

(ถ้าพิจารณา) ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านที่ขาย ”ผัก” ควรอยู่

- ใกล้ชุมชน ใกล้ตลาด ใกล้ที่ทำงาน
 ใกล้สถานที่ราชการ ใกล้ที่พักอาศัยของลูกค้า อื่นๆ (ระบุ.....)

4.7. ท่านมีแผนการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายหรือไม่

- มี ไม่มี

(ถ้ามี) แผนการบริหารของท่านคือ

- วางแผนและจัดโครงสร้างของช่องทาง ส่งเสริมการขายไปที่คนกลาง
 การประเมินผลงานของแต่ละช่องทาง อื่นๆ (ระบุ.....)

4.8. ท่านมีวิธีการติดต่อคนกลางอย่างไร

- คนกลางเข้ามาติดต่อเอง โดยท่านเป็นผู้พิจารณาคุณสมบัติว่าเหมาะสมหรือไม่
 ท่านเป็นฝ่ายติดต่อคนกลาง เพื่อให้ให้นำผักของท่านไปขายในสถานที่ของคนกลาง
 อื่นๆ (ระบุ.....)

4.9. กรณีฝากขาย ท่านแบ่งรายได้เป็นเปอร์เซ็นต์ (%) ให้กับร้านค้าที่รับฝากขายเท่าไร

- 15% 20% 25% 30% อื่นๆ (ระบุ.....)

4.10. ท่านกำหนดเกณฑ์ในการเลือก “คนกลาง” ไว้อย่างไร (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- เปรียบเทียบต้นทุนที่เกิดขึ้นกับบริการที่จะได้รับในแต่ละช่องทาง
 บริการที่ได้รับจากคนกลาง โดยเลือกคนกลางที่ให้บริการด้านการตลาดที่ดี
 ความสามารถของคนกลางที่สร้างปริมาณขายได้สูงสุด เทียบกับต้นทุนที่เสียไป
 พิจารณา “รายได้ที่เป็นตัวเงิน” ที่คนกลางแต่ละรายจ่ายให้กับท่าน
 ทำเลที่ตั้งของร้านค้าของคนกลางควรมีที่เก็บเพียงพอ สะอาดและขนส่งได้สะดวก
 คนกลางต้องจัดส่งผักให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งของได้ตรงกำหนดเวลา
 คนกลางต้องมีระบบการเก็บรักษาผักที่ดี ทำให้ผักมีความสดและเก็บได้นาน
 คนกลางต้องมีความน่าเชื่อถือ ให้บริการขายที่ดีและไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
 อื่นๆ (ระบุ.....)

4.11. ท่านจัดการเรื่องดังต่อไปนี้อย่างไร

- ท่านส่งผักให้ลูกค้าวันละ.....รอบ
- เวลาในการรับส่งผัก ทุกวันตอนเช้า ทุกวันตอนเย็น อื่นๆ (ระบุ.....)
- การขนส่งผัก ส่งผักถึงมือลูกค้า ลูกค้ามารับผักเอง อื่นๆ (ระบุ.....)
- การรับชำระเงิน ลูกค้าต้องจ่ายเงินสดทันที จ่ายเงินภายใน 3 วัน
- ลูกค้าต้องจ่ายเงินบิลต่อบิล อื่นๆ (ระบุ.....)
- ราคาขายปลีก ท่านเป็นผู้กำหนด ร้านค้ากำหนด อื่นๆ (ระบุ.....)
- อื่นๆ (ระบุ.....)

4.12. กลยุทธ์การกระจายตัวสินค้า

1. การขนส่ง

1.1. ท่านกำหนดเกี่ยวกับการขนส่งผักไว้อย่างไรบ้าง

- จากผู้ผลิตมาที่ท่าน
- ท่านใช้รถกระบะหรือรถบรรทุกเข้าไปรับผลผลิตถึงที่เพาะปลูก
 - ให้เกษตรกรบรรทุกผลผลิตมาส่งท่าน
 - อื่นๆ (ระบุ))
- จากท่าน ไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก
- ลูกค้าที่สั่งปริมาณมากๆ โครงการจะใช้พาหนะบรรทุกส่งให้ลูกค้า
 - ลูกค้าที่สั่งปริมาณ ไม่มาก ให้ลูกค้ามารับผลผลิตที่คลังสินค้าเอง
 - ลูกค้าทุกรายจะต้องมารับผลผลิตที่คลังสินค้าเอง
 - อื่นๆ (ระบุ))
- จากท่าน ไปยังผู้บริโภค
- ใช้พาหนะขนผักไปลงหน้าร้านหรือสถานที่ขาย
 - ตั้งขายหน้าร้านหรือโครงการเลย
 - อื่นๆ (ระบุ))

1.2. ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการขนส่งผักให้คนกลางหรือลูกค้าคือ

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> รถบรรทุก | <input type="checkbox"/> รถกระบะ | <input type="checkbox"/> รถห้องเย็น |
| <input type="checkbox"/> รถไฟ | <input type="checkbox"/> เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

2. การตัดสินใจเกี่ยวกับคลังสินค้า

- ที่เก็บผักต้องมีระเบียบ เป็นระบบ เพื่อให้ผักอยู่ในสภาพดีและสะดวกในการขนย้าย
- ให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า เพื่อให้ขนส่งผักได้สะดวก
- ให้ความสำคัญกับรูปแบบของคลังสินค้า ต้องมีพื้นที่เพียงพอ
- เลือกที่จะสร้างคลังสินค้าเอง หรือ เช่าคลังสินค้า
- อื่นๆ (ระบุ

3. การตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือ

- จะต้องคอยตรวจปริมาณผักในคลังสินค้า ว่ามีพอขายหรือไม่
- จุดสั่งซื้อผักอยู่ที่ ระดับสินค้าคงเหลือลดลง.....กก. หรือคงเหลือ.....กก.
- กำหนดปริมาณซื้อผักแต่ละชนิดในแต่ละครั้ง เพื่อวางแผนให้ผลิตได้ตามต้องการ
- ต้องขายผักให้หมดภายในวันต่อวัน เพราะผักเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย
- ถ้ามีผักเหลือจากการขาย นำมาตัดแต่งเพื่อให้ขายลดราคา หรือ ขายในวันต่อไปได้
- อื่นๆ (ระบุ

4.13. ท่านมีระบบการจัดเก็บและรักษาผลผลิตอย่างไร

- เก็บไว้ในตู้เย็นอุณหภูมิต่ำ.....องศา จำนวน.....ตู้
- บรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มรักษาสภาพผักให้สดได้นาน.....วัน
- พยายามขายผักให้หมดภายในวันต่อวัน
- อื่นๆ (ระบุ.....)

4.14. กลยุทธ์ที่ท่านใช้ในการขายผักปลอดภัยจากสารพิษ

- ถ้าท่านเป็น “ผู้ขายส่ง” ให้กับร้านค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - จัดให้มีการรวมตัวกันของ “ผู้ค้าส่ง” ด้วยตนเอง
 - ขายส่งให้ได้ปริมาณมากๆ ไม่ให้เหลือผลผลิตในแต่ละวัน
 - ให้บริการเสริม เช่น การบริการขนส่ง บรรจุ เป็นต้น
 - ให้ระยะเวลาการชำระเงินยืดหยุ่นได้ หรือ ให้เครดิตแก่ผู้ที่มารับซื้อผลผลิต
 - ลงทุนเป็นผู้ผลิตเอง เพื่อให้สามารถควบคุมขั้นตอนและมาตรฐานต่างๆ ได้
 - ขยายตลาด ไปยังต่างประเทศ
 - อื่นๆ (ระบุ

- ถ้าท่านเป็น “ผู้ขายปลีก” ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ควรมีตราที่หือสินค้าเป็นของตัวเอง
 - ทำบรรจุภัณฑ์หลายๆ ขนาด เพื่อแบ่งขายปริมาณต่างกัน ให้ขายได้ง่ายขึ้น
 - เน้นการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - รับประกันความสดใหม่ (ถ้าเน่าเสียให้นำมาเปลี่ยนได้ ภายในเวลาที่กำหนด)
 - เปิดร้านขายปลีกผลผลิตเอง และมีการตกแต่งร้านให้เข้ากับผลิตภัณฑ์
 - ขยายตัวด้วยการผลิตสินค้าแปรรูปใหม่เพื่อสร้างตลาดใหม่
 - อื่นๆ (ระบุ

5. การส่งเสริมการตลาด (Promotion mix)

5.1. ท่านใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดแบบใดบ้าง

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การโฆษณา | <input type="checkbox"/> การขายโดยพนักงานขาย |
| <input type="checkbox"/> การส่งเสริมการขาย | <input type="checkbox"/> การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> การตลาดทางตรง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

5.2. วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้การส่งเสริมการตลาดคือ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> แนะนำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าใจผัก | <input type="checkbox"/> ให้ลูกค้าเชื่อมั่นในตัวสินค้า |
| <input type="checkbox"/> กระตุ้นให้ต้องการและตัดสินใจซื้อ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

5.3. วิธีกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตามความสามารถที่จะจ่ายได้ | <input type="checkbox"/> เป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย |
| <input type="checkbox"/> ตามวัตถุประสงค์ของงาน | <input type="checkbox"/> เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นในตลาดฯ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) | |

5.4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ส่วนประสมในการส่งเสริมการตลาด คือ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ลักษณะของตลาดสินค้าบริโภค | <input type="checkbox"/> ลักษณะของผัก |
| <input type="checkbox"/> กลยุทธ์คั้ง หรือ กลยุทธ์หลัก | <input type="checkbox"/> ความพร้อมของผู้ซื้อ |
| <input type="checkbox"/> วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

5.5. การโฆษณา (Advertising)

1. ท่านจัดทำโฆษณาหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่

(ถ้าใช่) ท่านใช้สื่อโฆษณาใดบ้าง

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> วารสาร | <input type="checkbox"/> นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> วิทยุกระจายเสียง | <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> ไปรษณีย์ |
| <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์ | <input type="checkbox"/> วีซีดี | <input type="checkbox"/> ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> สิ่งพิมพ์ / ใบปลิว | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

2. ท่านกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณาหรือไม่

- กำหนด ไม่กำหนด

(ถ้ามี) วัตถุประสงค์ในการโฆษณาของท่านคืออะไร

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผักและธุรกิจ | <input type="checkbox"/> กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อและซื้อซ้ำ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อเตือนความจำเรื่องสถานที่ขายและผักได้ | <input type="checkbox"/> เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นที่รู้จัก |
| <input type="checkbox"/> เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

3. ท่านกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการโฆษณาแต่ละครั้งอย่างไร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ตามความสามารถที่จะจ่ายได้ | <input type="checkbox"/> คิดจากเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย |
| <input type="checkbox"/> ตามวัตถุประสงค์ของงานที่ต้องใช้โฆษณา | <input type="checkbox"/> ตามงบประมาณของคู่แข่ง |
| <input type="checkbox"/> ตามขนาดของงานที่จะจัดแต่ละครั้ง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

4. ท่านมีวิธีการวัดประสิทธิผลในการโฆษณาหรือไม่

- มี ไม่มี

(ถ้ามี) ท่านใช้วิธีใดในการวัดประสิทธิผล

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านโฆษณาตั้งคำถามกับผู้ดูหรือผู้ฟังหลังจากดูโฆษณาแล้ว |
| <input type="checkbox"/> ทดสอบความจำและระลึกได้ของลูกค้าเกี่ยวกับเนื้อหาและข่าวสารในโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> ทดสอบความเข้าใจของลูกค้าว่ารู้จักผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

5.6. การใช้พนักงานขาย

1. ท่านใช้การขายโดยใช้พนักงานขายหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่

(ถ้าใช่) ท่านมีพนักงานขายจำนวน.....คน

2. ท่านมีวิธีการจัดการหน่วยงานขายอย่างไร (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- ผูกอบรมพนักงานขายทั้งความรู้ ทักษะและจรรยาบรรณ เพื่อขายอย่างมีประสิทธิภาพ
- ให้พนักงานขายออกไปหาลูกค้า โดยใช้เวลาที่มืออยู่อย่างประหยัดและเกิดประสิทธิผล
- ให้เปอร์เซ็นต์แก่พนักงานขายจากยอดขาย =% จากยอดขาย
- ให้รางวัลหรือโบนัสพิเศษ หากพนักงานขายสามารถหาลูกค้าใหม่มากกว่าเป้าที่ตั้งไว้
- อื่นๆ (ระบุ

3. โอกาสใดบ้างที่ท่านจะใช้วิธีการขายโดยใช้พนักงานขาย

- ต้องการแนะนำผักให้ลูกค้ารู้จัก เสนอจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่ง
- กระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า อื่นๆ (ระบุ

5.7. การส่งเสริมการขาย

1. ท่านใช้การส่งเสริมการขายหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่

2. วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขาย

- เพื่อกระตุ้นให้มีการซื้อผักมากขึ้น ให้ผู้ซื้อผักยี่ห้ออื่น มาซื้อผักท่าน
- ทำให้ผู้ซื้อผักมีความภักดีในตราหือ ทำให้ลูกค้ามาถามหาซื้อผักท่าน
- ให้คนกลางมีความพยายามในการขายผัก กระตุ้นคนกลางรับผักใหม่ไปขาย
- กระตุ้นคนกลางให้ซื้อผักในปริมาณที่มากขึ้น ให้รางวัลและกำลังใจคนกลาง
- กระตุ้นพนักงานขายให้พยายามหาลูกค้าใหม่ กระตุ้นพนักงานขายให้ขายมากๆ
- กระตุ้นการเสนอขายนอกฤดูกาล อื่นๆ (ระบุ.....)

2. ท่านทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้ใดบ้าง (ตอบได้ > 1 ข้อ)

- ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก
- ผู้บริโภค พนักงานขาย

3. ท่านทำการส่งเสริมการขายวิธีใดบ้าง (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง)

วิธีการส่งเสริมการขาย	ผู้ค้าส่ง/ปลีก	ผู้บริโภค	พนักงานขาย
1. การลดราคาขาย			
2. จัดงานนิทรรศการ จำหน่ายผัด			
3. จัดทำบรรจุภัณฑ์ให้น่าซื้อ			
4. คืนเงิน เมื่อผัดเสียหาย			
5. ขายผัดหลายชนิดรวมห่อเดียวกัน			
6. ให้ส่วนลดเมื่อซื้อผัดปริมาณมาก			
7. ให้ส่วนลดเงินสด			
8. ผ่อนปรนการชำระเงิน			
9. จัดประชุมคนกลาง			
10. ทำโฆษณาร่วมกัน			
11. ใ้รางวัลพนักงานขาย ขายได้เป้า			
12. จัดแข่งขันระหว่างพนักงานขาย			
13. ประชุม อบรมพนักงานขาย			
14. ให้เกียรติคุณพนักงานขายดีเด่น			
15. อื่นๆ (ระบุ.....)			

5.8. การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

1. ท่านใช้การให้ข่าวและทำการประชาสัมพันธ์หรือไม่

 ใช่ ไม่ใช่

(ถ้าใช่) เครื่องมือที่ท่านใช้ในการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์คือ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ให้ข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> ส่งตัวแทนธุรกิจให้ข่าวกับสถาบัน |
| <input type="checkbox"/> จัดกิจกรรมบริการชุมชน บริจาคเพื่อการกุศล | <input type="checkbox"/> จัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ |
| <input type="checkbox"/> จัดทำวัสดุข้อความ เพื่อแจ้งข่าวให้ลูกค้า | <input type="checkbox"/> จัดทำวิดีโอ อุปกรณ์เผยแพร่ข่าว |
| <input type="checkbox"/> ร่วมประชาสัมพันธ์กับภาครัฐ | <input type="checkbox"/> สนับสนุนโครงการเพื่อสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> ให้ข่าวสารทางโทรศัพท์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ.....) |

2. วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเลือกใช้ในการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

2. วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเลือกใช้การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

- เพิ่มความเชื่อถือและสร้างภาพพจน์ที่ดี เพื่อให้ลูกค้ารู้จักผักและธุรกิจ
 ให้ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย กระตุ้นพนักงานขาย/คนกลาง
 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธุรกิจ อื่นๆ (ระบุ)

5.9. การตลาดทางตรง

1. ท่านใช้การตลาดทางตรงในการส่งเสริมการตลาดหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่

(ถ้าใช่) ท่านใช้เครื่องมือ หรือ วิธีการใดบ้างในการทำตลาดทางตรง

- ทำจดหมายส่งไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสั่งซื้อ ทำรายการฝึกพร้อมราคาขาย
 ติดต่อลูกค้าทางโทรศัพท์ เพื่อให้ลูกค้าสั่งซื้อ อื่นๆ (ระบุ.....)

2. วัตถุประสงค์ที่ท่านเลือกใช้การตลาดทางตรงคือ

- กระตุ้นให้เกิดการซื้อทันทีจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก
 ทำให้ลูกค้ารู้จักและเกิดความตั้งใจซื้อผักของท่าน
 เป็นการช่วยพนักงานขายค้นหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
 สร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายและธุรกิจของท่าน
 แจ้งข่าวสารและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็ว
 อื่นๆ (ระบุ.....)

ส่วนที่ 4 : ปัญหาในการดำเนินงานหรือข้อผิดพลาดของกิจกรรม (Problem and Recommendation)

ปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ผลิตภัณฑ์						
1. ศึกษานโยบาย						
2. ปริมาณสินค้าไม่พอขาย ใน ฤดูร้อน						
3. ปริมาณสินค้ามากเกินไป ใน ฤดูหนาว						
4. ศึกษางานที่มีมากแต่ขายได้น้อย เหลือสินค้าจำนวนมาก						
5. ไม่รู้ว่าต้องไปถูกพื้นที่ไหน						
6. ไม่รู้ว่าต้องไปถูกปริมาณเท่าไหร่						
7. คุณภาพสินค้าควบคุมได้ยาก						
8. ขนาดของสินค้าไม่ได้ตามมาตรฐาน บ่อยครั้ง						
9. ศึกษางานชนิดใช้เวลาในการไปถูกนานเกินไป						
10. การเก็บรักษา ดูแลรักษา						
11. ชื้อหือผิด ผู้บริโภคยังไม่ค่อยรู้จัก						
12. หีบห่อไม่ดี						
13. อื่นๆ (ระบุ.....)						

ราคาผัก	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา
1. ตั้งราคาผักให้เหมาะสมมาก						
2. ราคาผักไม่คงที่ ต้องเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย						
3. ต้นทุนในการผลิตสูง ทำให้ราคาแพงกว่าผักทั่วไป						
4. มีการตัดราคาขายกันมาก						
5. อื่นๆ (ระบุ.....)						
ช่องทางการจัดจำหน่าย						
1. มีร้านที่ขายผักน้อย						
2. คนกลางมีอำนาจต่อรองสูง ถูกเอาเปรียบ						
3. ถูกค้ำฉิมจำนวน ไม่แน่นอน						
4. ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาและขนส่งสูง						
5. ผู้ผลิตเสียหายได้ เนื่องมาจากการขนส่งไม่ดี						
6. คุณภาพเก็บรักษาและการขายของคนกลางไม่ดี						
7. กำหนดราคาถูกกลุ่มเป้าหมายได้ยาก						
8. อื่นๆ (ระบุ.....)						

	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา
การส่งเสริมการตลาด						
1. ขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง						
2. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ยังไม่กระจาย						
3. ขาดงบประมาณในการส่งเสริมการตลาด						
4. ขาดผู้ดูแลด้านส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง						
5. อื่นๆ (ระบุ.....)						
ปัญหาอื่นๆ						
1. ผู้บริโภคยังไม่รู้จักและนิยมซื้อผักของท่าน						
2. ความต้องการของผู้บริโภคไม่แน่นอน						
3. ต้นทุนในการผลิตสูง						
4. โครงการขาดทุนจากการดำเนินงาน						
5. มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น						
6. ไม่มีมาตรฐานที่ผู้บริโภคยอมรับอย่างสากล						
7. ไม่สามารถควบคุมการใช้สารเคมีได้ทั่วถึง						
8. ขั้นตอนการผลิตยังไม่การทำตามธรรมชาติ						
9. เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิต						
10. เกษตรกรยังมีการรวมกลุ่มกันน้อยมาก						
11. มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการน้อยมาก						

	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา	ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา
12. เกษตรกรขาดเงินทุนหมุนเวียน						
13. เกษตรกรยังไม่ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่						
14. ไม่ได้รับการทำวิจัยการตลาด ขาดข้อมูลทางการตลาด						
15. ผู้ขายกับเกษตรกรไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน						
16. ขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้หรือมีพนักงานไม่พอ						
17. ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน						
18. ธุรกิจขาดแคลนเงินทุนในการขยายตลาด						
19. ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างจริงจัง						
20. ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้ยอดขายลดลง						
21. อื่นๆ (ระบุ.....)						

Chiang Mai University

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวปิยะธิดา สุนทรเกษม
วัน เดือน ปี เกิด	14 พฤษภาคม พ.ศ. 2512
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2526 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2539 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2533 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาบัญชี ภาควิชาบัญชีบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2534–2538 บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ จำกัด (เครือเอ็มกรุ๊ป) (Manager Information Services Co.,Ltd.) – M. Group