

ภาคผนวก ก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง

กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสวนส้มสายน้ำผึ้งใน จ.เชียงใหม่

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตร บริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของ นางสาววาสนา สิทธิรังสรรค์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ทำการค้นคว้าขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ เป็นอย่างสูง และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ค้นคว้าจะเก็บเป็นความลับ

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์

ส่วนที่ 3 การวางแผนการตลาด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

ข้อมูลผู้ประกอบการ

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี
 51- 60 ปี 60 ปีขึ้นไป
3. ภูมิลำเนาเดิม จ. เชียงใหม่ จ. กรุงเทพฯ
 จังหวัดอื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อมูลของกิจการ

3. ชื่อกิจการ.....
4. ที่ตั้งกิจการ อ. ไชยปราการ อ. ฝาง อ. แม่สาย
5. ลักษณะกิจการ ธุรกิจส่วนตัว กิจการร่วมทุน

6. ประเภทกิจการ () ห้างหุ้นส่วนจำกัด () บริษัทจำกัด
() กิจการเจ้าของคนเดียว () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

7. พื้นที่เพาะปลูกส้มที่มีในปัจจุบัน

- () น้อยกว่า 50 ไร่ () 51-100 ไร่ () มากกว่า 100 ไร่

8. สวนส้มของท่านปัจจุบันสามารถเก็บผลผลิตเพื่อจำหน่าย

- () ได้ () ไม่ได้

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ ทางธุรกิจ

ปัจจัยต่อไปนี้ ท่านมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยใดมีผลกระทบต่อธุรกิจของท่านอย่างไร (ตอบทุกข้อ)

ระดับผลกระทบต่อธุรกิจ

9. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบ
	5	4	3	2	1
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า					
- รายได้ของประชากรในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย					
- อัตราการว่างงานจากการปรับโครงสร้างของบริษัท หน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลต่ออำนาจการซื้อของผู้บริโภค					
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่มีแนวโน้มลดต่ำลง ส่งผลต่อต้นทุนเงินทุน					

ระดับผลกระทบท่อธุรกิจ

10. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบท
	5	4	3	2	1
- การพัฒนาปุ๋ย-ยาสูตรชีวภาพ					
- การพัฒนาสัสมสายพันธุ์ใหม่ ๆ					
- การพัฒนาของเครื่องจักรใน					
- การคัดเกรดผลไม้					
- เทคโนโลยีในการยืดอายุการเก็บรักษาผลไม้ให้สด					
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์					

ระดับผลกระทบท่อธุรกิจ

11. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบท
	5	4	3	2	1
- ค่านิยมในการรับประทานผักและผลไม้ปลอดสารพิษ					
- การบริโภคอาหารชีวจัด					
- ประเพณีการไหว้เจ้าของชนชาติจีนในวันสำคัญต่าง ๆ					
- ประเพณีการให้กระเช้าผลไม้ในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ					

ระดับผลกระทบต่อธุรกิจ

12. ปัจจัยด้านการแข่งขัน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบ
	5	4	3	2	1
- ความรวดเร็วในขนส่งสินค้าของระบบขนส่งที่ใช้บริการ					
- ปริมาณของผลไม้ชนิดอื่น ๆ ในท้องตลาด					
- ปริมาณส้มสายพันธุ์อื่น ๆ เช่น ฟรุ้มองต์ และ เขียวหวาน เป็นต้น ในท้องตลาด					
- การแข่งขันด้านตราหือ					
- การแข่งขันปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์					
- จำนวนผู้ปลูกส้มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น					

ระดับผลกระทบต่อธุรกิจ

13. ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลกระทบ
	5	4	3	2	1
- มาตรการลดภาษีกับผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ					
- มาตรการการควบคุมสารพิษในผักและผลไม้					
- การสนับสนุนจากหน่วยงานเกษตรที่เกี่ยวข้อง					
- การส่งเสริมการส่งออกส้มไทยของรัฐบาล					

14. ท่านคิดว่าจุดเด่นของธุรกิจท่านเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงตรายี่ห้อเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค | <input type="checkbox"/> การได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล |
| <input type="checkbox"/> บรรรจภัณฑ์ที่สววยงาม | <input type="checkbox"/> มีเจ้าหน้าที่ บุคคลากรที่มีความรู้ |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพ รสชาติที่ถูกใจผู้บริโภค | <input type="checkbox"/> มีความสัมพันธ์อันดีกับพ่อค้าคนกลาง |
| <input type="checkbox"/> มีสินค้าป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง | <input type="checkbox"/> มีเครื่องจักรในการคัดเกรดสินค้าและบรรจุสินค้า |
| <input type="checkbox"/> การส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา | <input type="checkbox"/> ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า |
| <input type="checkbox"/> การตั้งราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่ง | <input type="checkbox"/> มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง |
| <input type="checkbox"/> ภาพพจน์ของสินค้าดีกว่า | <input type="checkbox"/> มีร้านค้าจำหน่ายสัมยี่ห้อของท่านจำนวนมาก |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

15. ท่านคิดว่าจุดด้อยของธุรกิจท่านเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บรรรจภัณฑ์ไม่เป็นที่สะดุดตาลูกค้า | <input type="checkbox"/> ไม่มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุ |
| <input type="checkbox"/> ชื่อสินค้าไม่เป็นที่รู้จักดีในท้องตลาด | <input type="checkbox"/> ขาดความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านค้า พ่อค้าคนกลาง |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพสัมยยังไม่เป็นที่ถูกใจลูกค้า | <input type="checkbox"/> ไม่มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง |
| <input type="checkbox"/> สินค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด | <input type="checkbox"/> ต้นทุนในการผลิตสูงกว่า |
| <input type="checkbox"/> การตั้งราคาขายสูงกว่าคู่แข่ง | <input type="checkbox"/> มีจำนวนร้านค้าจำหน่ายสัมยี่ห้อของท่านน้อย |
| <input type="checkbox"/> ขาดบุคคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ส่วนที่ 3 การวางแผนการตลาด

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

16. กลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ท่านมุ่งเน้นการขาย ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กลุ่มผู้บริโภคประชาชนโดยตรง | <input type="checkbox"/> กลุ่มพ่อค้าคนกลางท้องถิ่น |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มร้านค้าปลีก | <input type="checkbox"/> กลุ่มพ่อค้าคนกลางต่างจังหวัด |
| <input type="checkbox"/> โรงงานแปรรูป | <input type="checkbox"/> ตลาดต่างประเทศ |

17. ท่านมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดลูกค้าอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> แบ่งตามพื้นที่ | <input type="checkbox"/> แบ่งตามปริมาณอัตราการซื้อสินค้า |
| <input type="checkbox"/> แบ่งตามเกณฑ์รายได้ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
| <input type="checkbox"/> แบ่งตามระดับการศึกษา | |

18. ท่านมีการประเมินตลาดเป้าหมายเพื่อขายสินค้าโดยใช้เกณฑ์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตลาดเป้าหมายมีขนาดใหญ่ | <input type="checkbox"/> ความสามารถในการชำระเงิน |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย | <input type="checkbox"/> ศักยภาพของการเติบโตของตลาด |
| <input type="checkbox"/> มีความสามารถในการกระจายสินค้าได้กว้าง | <input type="checkbox"/> ศักยภาพในการแพร่คำพูดปากต่อปาก |
| <input type="checkbox"/> ความสามารถในการขายสินค้า | |

19. ท่านมีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพและราคาอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> คุณภาพดี ราคาสูง | <input type="checkbox"/> คุณภาพปานกลาง ราคาสูง | <input type="checkbox"/> คุณภาพต่ำ ราคาต่ำ |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพดี ราคาปานกลาง | <input type="checkbox"/> คุณภาพปานกลาง ราคาปานกลาง | <input type="checkbox"/> คุณภาพต่ำ ราคาปานกลาง |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพดี ราคาต่ำ | <input type="checkbox"/> คุณภาพปานกลาง ราคาต่ำ | <input type="checkbox"/> คุณภาพต่ำ ราคาต่ำ |

การกำหนดวัตถุประสงค์และปัจจัยแห่งความสำเร็จ

20. ท่านมีการตั้งวัตถุประสงค์ในการดำเนินด้านการตลาดอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เพิ่มส่วนครองตลาด.....% | <input type="checkbox"/> เพิ่มกำไรให้มากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> เพิ่มยอดขายสินค้า | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

21. จุดเด่นของธุรกิจของท่านคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ฝีมือดี สวย | <input type="checkbox"/> ขนาดของสินค้าตรงกับความต้องการของตลาด |
| <input type="checkbox"/> รสชาติดี | <input type="checkbox"/> รูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม แปลกใหม่ |
| <input type="checkbox"/> ส่งสินค้าได้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า | <input type="checkbox"/> ความคงทนในการเก็บรักษา |
| <input type="checkbox"/> การบริการขายที่ดี | <input type="checkbox"/> การมีภาพพจน์ที่ดีเป็นที่ยอมรับของลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> การส่งเสริมการขายที่ดี | <input type="checkbox"/> สัมผัสปลอดภัย |

ด้านผลิตภัณฑ์

22. ท่านมีการแบ่งเกรดสัมก่อนนำออกจำหน่ายหรือไม่

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> มี (โปรดตอบคำถามข้อต่อไป) | <input type="checkbox"/> ไม่มี (โปรดข้ามไปตอบคำถามที่ 25) |
|--|---|

23. ท่านมีการแบ่งเกรดคุณภาพของสัมโดยใช้

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เครื่องจักร | <input type="checkbox"/> แรงงานคน |
| <input type="checkbox"/> เครื่องจักรและแรงงานคน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

24. ท่านแบ่งเกรดส้มโดยใช้หลักเกณฑ์ใดในการแบ่งเกรด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผิวของเปลือกส้ม () ขนาดของผลส้ม
() น้ำหนัก () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

25. ท่านมีการตั้งชื่อให้ส้มของท่านหรือไม่

- () มี () ไม่มี
(ถ้ามี) ท่านคิดว่ามีประโยชน์อย่างไรต่อธุรกิจ
() ลูกค้าสามารถจดจำเพื่อเรียกหาซื้อสินค้าในคราวต่อไป
() เป็นโลโก้ ชื่อเครื่องหมายการค้า
() เป็นการรับประกันคุณภาพจากผู้ผลิต
() ใช้ต่อรองกับพ่อค้าคนกลางและผู้ค้าปลีก
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

26. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการตั้งชื่อให้ส้มของท่านโดยพิจารณาจากอะไร

- () ตั้งตามชื่อเจ้าของ () ตั้งตามชื่อของพ่อค้าคนกลาง
() ตั้งตามพื้นที่เพาะปลูกส้ม () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

27. ท่านมีการติดสติ๊กเกอร์ตราให้ส้มของตนเองบนผลส้มหรือไม่

- () มี (ตอบคำถามข้อต่อไป) () ไม่มี (เข้าไปตอบคำถามที่ 30)

28. ส้มของท่านมีตราให้กี่ตรา

- () มี 1 ตรา (เข้าไปตอบคำถามที่ 30) () มากกว่า 1 ตราให้ (ตอบคำถามข้อต่อไป)

29. เหตุผลที่ทำให้ท่านมีตราให้มากกว่า 1 ตรา เนื่องจากอะไร

- () เพื่อใช้ในการแบ่งเกรดของส้ม ที่ออกสู่ตลาด () เพื่อสร้างตราสินค้าในการแข่งขันเพิ่มขึ้น
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

30. ท่านมีการตรวจสอบคุณภาพส้มก่อนการเก็บจำหน่ายสู่ตลาดโดยพิจารณาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ปริมาณความหวานในผลส้ม () อายุการเก็บเกี่ยว
() สีผิวของผลส้ม () ขนาดของผลส้ม
() ปริมาณปลอดภัยสารพิษในผลส้ม

1. ท่านมีการตรวจสอบสารเคมีตกค้างในผลส้มหรือไม่

- () มี () ไม่มี
 (ถ้ามี) โดย () ส่งให้ห้องทดลองของบริษัทเอกชน
 () ส่งให้หน่วยงานราชการตรวจสอบ () ส่งห้องวิจัยของท่าน
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

32. ปัจจุบันท่านมีบรรจุภัณฑ์หือหุ้มของท่านหรือไม่

- () มี () ไม่มี

33. บรรจุภัณฑ์ของท่านมีลักษณะอย่างไร (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

ลักษณะบรรจุภัณฑ์	สำหรับตลาดขายปลีก	สำหรับตลาดขายส่ง
1. บรรจุลงกล่องกระดาษ นน. 10 กก.		
2. บรรจุลงกล่องกระดาษ นน. 5 กก.		
3. บรรจุลงตระกร้าพลาสติก		
4. บรรจุลงถุงแดง นน. 1 กก. / ถุง		
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....		

34. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์มีประโยชน์อย่างไรต่อธุรกิจของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สร้างภาพลักษณ์สะอาดตาแก่ลูกค้า () ช่วยในการแบ่งเกรดสินค้าให้ลูกค้า
 () ช่วยในการประชาสัมพันธ์ () ช่วยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 () บอกข้อมูลที่อยู่ วันผลิต แก่ผู้บริโภค () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

35. ท่านมีป้ายฉลากใดบ้างพิมพ์บนกล่องบรรจุภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สโลแกน () ป้ายแสดงเบอร์ / ขนาดของผลส้ม
 () ตรารับรองคุณภาพจากภาคเอกชน () วันบรรจุผลส้มลงกล่อง
 () ตรา อ.ย. () ชื่อและที่อยู่ผู้ประกอบการ
 () ตรารับรองผลไม้ปลอดภัย () วิธีการเก็บรักษา
 () คำอวยพร () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ด้านราคา

36. ในการกำหนดราคาขายส้มของท่านนั้น ใครเป็นผู้กำหนดราคาขาย (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

ลักษณะของการจำหน่ายส้ม	ผู้ประกอบการ	ลูกค้า
ส้มที่ส่งขายพ่อค้าคนกลางกรุงเทพฯ		
ส้มที่ส่งขายพ่อค้าคนกลางต่างจังหวัด		
ส้มที่ส่งร้านฝากขาย		
ส้มที่ส่งร้านค้าปลีก		
ส้มที่ขายโดยตรงให้กับผู้บริโภค		

37. ปัจจัยอะไรบ้างที่ท่านคำนึงถึง ในการพิจารณากำหนดราคาขายส้มสายน้ำผึ้ง

พิจารณา

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
ต้นทุนการผลิตส้ม					
ราคาขายของส้มพันธุ์อื่น ๆ ในตลาด					
ราคาขายของคู่แข่งชั้น					
กำลังซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่ม					
ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของท่านในตลาด การแข่งขัน					
คุณภาพเกรดสีผิวของส้ม					
ขนาดเบอร์ของผลส้ม					
ปริมาณความต้องการส้มในท้อง ตลาด					
อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

38. นโยบายในการตั้งราคาขายส้มสายน้ำผึ้งของท่านเป็นอย่างไร (ใสเครื่องหมาย \checkmark ในช่อง) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ตั้งราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อทุกรายในราคาเดียวกัน
- () ตั้งราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อแต่ละรายแตกต่างกัน
- () ตั้งราคาส้มที่ขายไว้หลายระดับราคาตามคุณภาพของเกรดส้ม
- () ตั้งราคาส้มที่ขายไว้ราคาเดียวสำหรับส้มทุกเบอร์
- () ตั้งราคาส้มตามคู่แข่งชั้นโดยอาจจะตั้งราคาสูงกว่าราคาตลาด
- () ตั้งราคาส้มตามคู่แข่งชั้นโดยอาจจะตั้งราคาเท่ากับราคาตลาด
- () ตั้งราคาส้มตามคู่แข่งชั้นโดยอาจจะตั้งราคาต่ำกว่าราคาตลาด

39. กลยุทธ์ด้านราคาที่ท่านได้เสนอแก่ลูกค้าได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () การให้ส่วนลดเงินสด ในการชำระหนี้ตรงเวลา หรือก่อนกำหนด
 - () การให้ส่วนลดปริมาณ สำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก
 - () การให้ส่วนลดยอมให้ เป็นการลดราคาให้ลูกค้าที่ช่วยในการสนับสนุนการโฆษณา
 - () การให้เครดิตระยะยาว เช่น จาก ระยะเวลา 30 วัน เป็น 60 วัน
 - () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

40. ท่านมีการจัดระบบการจัดจำหน่ายสัมในลักษณะแบบ (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () กิจการ → ผู้บริโภค
- () กิจการ → ผู้ค้าปลีก → ผู้บริโภค
- () กิจการ → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้บริโภค
- () กิจการ → ตัวแทน → ผู้ค้าปลีก → ผู้บริโภค
- () กิจการ → ตัวแทน → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้บริโภค

41. สาเหตุที่ท่านมีการจัดจำหน่ายผ่านสถาบันคนกลางเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ขยายและกระจายสินค้าและบริการแทนกิจการได้ดีกว่า
- () ให้บริการด้านการให้สินเชื่อ การเก็บรักษา แก่ลูกค้าแทนกิจการ
- () สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วในการเคลื่อนไหวของราคาและปริมาณสินค้า
- () กิจการขาดทรัพยากรและบุคลากรในการดำเนินการขายตนเอง แก่ผู้บริโภค
- () ลดต้นทุนทางการตลาดของกิจการ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

42. ปัจจุบันท่านมีการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางจำนวนกี่ราย

- () ไม่มี () 1 ราย () 2 - 10 ราย () มากกว่า 10 ราย

43. ท่านมีการจัดจำหน่ายให้กับพ่อค้าส่งโดยมุ่งเน้นพื้นที่ใดบ้าง (เรียงลำดับ 1,2,3,4)

- () ภาคกลาง () ภาคเหนือ () ภาคตะวันออก () ภาคใต้

44. ท่านมีการแบ่งรายได้ให้กับพ่อค้าคนกลางอย่างไร

- () ขายในราคาส่งแล้วให้พ่อค้าคนกลางบวกกำไรเอง
- () แบ่งกำไรเปอร์เซ็นต์ให้กับพ่อค้าคนกลางจากราคาขายที่ท่านกำหนดไว้
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

45. ท่านมีการบริการส่งสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลางโดย
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ยานพาหนะของกิจการท่าน | <input type="checkbox"/> ยานพาหนะของพ่อค้าคนกลาง |
| <input type="checkbox"/> ยานพาหนะของบริษัทขนส่ง | <input type="checkbox"/> ยานพาหนะของรถรับจ้างทั่วไป |
46. ท่านมีร้านจำหน่ายส้มของท่านเองหรือไม่
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> มี โดยมีจำนวน | <input type="checkbox"/> ไม่มี (ไปตอบคำถามที่ 48) |
| <input type="checkbox"/> 1 ร้าน | <input type="checkbox"/> 2 ร้าน |
| <input type="checkbox"/> 3 ร้าน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ร้าน |
47. สาเหตุที่ท่านมีร้านจำหน่ายของท่านเองเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> สามารถเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคโดยตรง | <input type="checkbox"/> มีทรัพยากรเพียงพอในการดำเนินการขายเอง |
| <input type="checkbox"/> ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง | <input type="checkbox"/> ช่วยกระจายสินค้าให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ลดค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ด้านการส่งเสริมการขาย

การโฆษณา

48. ท่านมีการจัดทำโฆษณาหรือไม่
- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มี (โปรดตอบคำถามข้อที่ 51) |
| (ถ้ามี) ท่านมีการใช้สื่อโฆษณาใดบ้าง | |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> ป้ายผ้าโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร | <input type="checkbox"/> โบปลิ้ว / แผ่นพับ |
| <input type="checkbox"/> วารสาร | <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
49. ท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำยี่ห้อได้
 - เพื่อกระตุ้นให้เกิดการความต้องการสินค้ามากยิ่งขึ้น
 - เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง
 - เพื่อแนะนำยี่ห้อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
 - เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับกิจการมากยิ่งขึ้น
 - ให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า
 - บอกกล่าวให้ลูกค้าทราบว่าสามารถซื้อหาสินค้าได้จากที่ไหน

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

50. ท่านมีการกำหนดงบประมาณในการโฆษณาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () คิดแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายแต่ละปี
 () งบประมาณตามคู่แข่ง
 () ตามความสามารถที่จะจ่ายได้
 () ดูจากระยะเวลาการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์(ส้ม) และศรายี่ห้อ
 () ดูความถี่ในการโฆษณา และค่าใช้จ่ายของแต่ละสื่อ
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

การส่งเสริมการขาย

51. ท่านมีการส่งเสริมการขายแก่ลูกค้าหรือไม่

- () มี () ไม่มี (โปรดตอบคำถามข้อที่ 55)

52. วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายของท่านคือ

- () กระตุ้นให้ลูกค้าหันมาทดลองส้มของท่าน
 () ช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าซื้อส้มปริมาณมากยิ่งขึ้น
 () ให้ลูกค้าซื้อสัปดาห์ต่อสัปดาห์ของท่าน
 () ให้เป็นขวัญกำลังใจและรางวัลลูกค้า
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

53. ท่านมีการเสนอการส่งเสริมการขายให้กับผู้ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผู้บริโภค () ผู้ค้าปลีก
 () ผู้ขายส่ง () พนักงานขาย

54. ท่านมีการนำเสนอการส่งเสริมแบบใดบ้าง (ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

เครื่องมือสำหรับส่งเสริมการขาย	ผู้บริโภค	สถาบันคนกลาง	พนักงานขาย
1. ทดลองชิมฟรี			
2. การให้ส่วนลดเงินสด			
3. การแจกคูปองเพื่อแลกสินค้าอื่น ๆ			
4. การให้รางวัล เช่น ตัวท่องเที่ยว รางวัลเงินสด และ อื่น ๆ			
5. การรับประกันคืนเงิน			
6. การจับฉลากชิงโชค			

เครื่องมือสำหรับส่งเสริมการขาย	ผู้บริโภค	สถาบันคนกลาง	พนักงานขาย
7. การตั้งแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ			
8. การแข่งขันสร้างยอดขาย			
9. การแถมตัวสินค้า			
10. การให้เกียรติบัตร			
11. การฝึกอบรมการขาย			
13. อื่น ๆ			

การประชาสัมพันธ์

55. ท่านมีการจัดทำประชาสัมพันธ์หรือไม่

() มี () ไม่มี (โปรดตอบคำถามข้อที่ 58)

56. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำประชาสัมพันธ์คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อลดต้นทุนการในส่งเสริมการขายของท่าน
- () สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และจดจำได้
- () สร้างความน่าเชื่อถือภาพพจน์ที่ดี
- () ช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับพนักงานขายหรือผู้ค้าปลีก / ส่งของท่าน
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

57. ท่านมีการจัดทำประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผ่านสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร บทความ รายงานประจำปี
- () การให้ข่าว
- () การกล่าวบรรยายในโอกาสการจัดงานต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจการหรือสินค้าของท่าน
- () การจัดทำสไลด์ทัศนูปกรณ์ โดยผ่านสื่อสไลด์ทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ เช่น สไลด์ วีดีโอ ละคร ภาพยนตร์
- () กิจกรรมช่วยเหลือเพื่อสาธารณชน เช่น การให้ทุน การให้วิทยาทานความรู้ในการเกษตรให้แก่นักศึกษา
- () การร่วมงานวันพิเศษต่าง ๆ เช่น จัดงานเทศกาลวันส้ม งานกาชาดต่าง ๆ งานแสดงสินค้า เป็นต้น
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

การตลาดโดยตรง

58. ท่านมีการจัดทำตลาดโดยตรงแก่ลูกค้าหรือไม่

() มี () ไม่มี (โปรดตอบคำถามข้อที่ 62)

59. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำตลาดโดยตรงคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อสร้างการซื้อในทันทีจากลูกค้า
 () ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม
 () สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แข็งแกร่ง
 () เพื่อเป็นการติดต่อข่าวสารและให้ความรู้แก่ลูกค้า
 () ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับพนักงานขาย
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

60. ท่านมีการจัดการตลาดโดยตรงกับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผู้บริโภค () ผู้ค้าปลีก
 () ผู้ค้าส่ง () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

61. ท่านมีการจัดการตลาดโดยตรงอย่างไรบ้าง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง)

ช่องทางการตลาดทางตรง	ผู้บริโภค	ร้านค้าปลีก	พ่อค้าส่ง
1. การจัดสาธิตเพื่อขายแบบตัวต่อตัว			
2. การส่งจดหมายติดต่อ เช่น แผ่นพับ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ			
3. การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์			
4. การใช้เครื่องโทรสาร			
5. การใช้โทรศัพท์			
6. การใช้สื่อวิทยุหรือหนังสือพิมพ์ โดยตัดคุปองมาซื้อในราคาพิเศษ			
7. การใช้สื่อโทรทัศน์			
8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....			

การขายโดยบุคคล

62. ท่านมีการขายโดยใช้พนักงานบุคคลหรือไม่

- () มี () ไม่มี (จบแบบสอบถาม)

63. ปัจจุบันท่านมีพนักงานจำนวนกี่คน

- () 1-3 คน () 4-7 คน () มากกว่า 7 คน

64. พนักงานขายของท่านมุ่งเน้นการขายประเภท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () การขายให้กับโรงงาน หรือบริษัท เพื่อแปรรูป
- () การขายให้กับห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต
- () การขายให้กับสาขา หรือตัวแทนจำหน่าย
- () การขายโดยดำเนินการวิธีการประมูล
- () การขายให้กับร้านค้าส่งผลไม้
- () การขายทางตรงให้กับลูกค้าโดยผ่านทางกรตลาดโดยตรง เช่น การขายแบบตัวต่อตัว การขายผ่านทางโทรศัพท์ โทรทัศน์
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

65. วัตถุประสงค์ที่ท่านมีการใช้พนักงานขายคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อกระตุ้นการซื้อจากลูกค้า
- () เพื่อให้ความรู้และสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจมากยิ่งขึ้น
- () เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

66. ท่านมีการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อส่งเสริมพนักงานขายอย่างไร

- () จ่ายเงินตอบแทนตายตัว เช่น เงินเดือน
- () การจ่ายเป็นค่าคอมมิชชั่นจากยอดขาย
- () การจ่ายโบนัส หรือแบ่งผลกำไร
- () ออกค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย เช่น ออกค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าโทรศัพท์
- () การเพิ่มสวัสดิการด้าน อื่น ๆ เพิ่ม เช่น การให้รถประจำตำแหน่ง
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ภาคผนวก ข

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

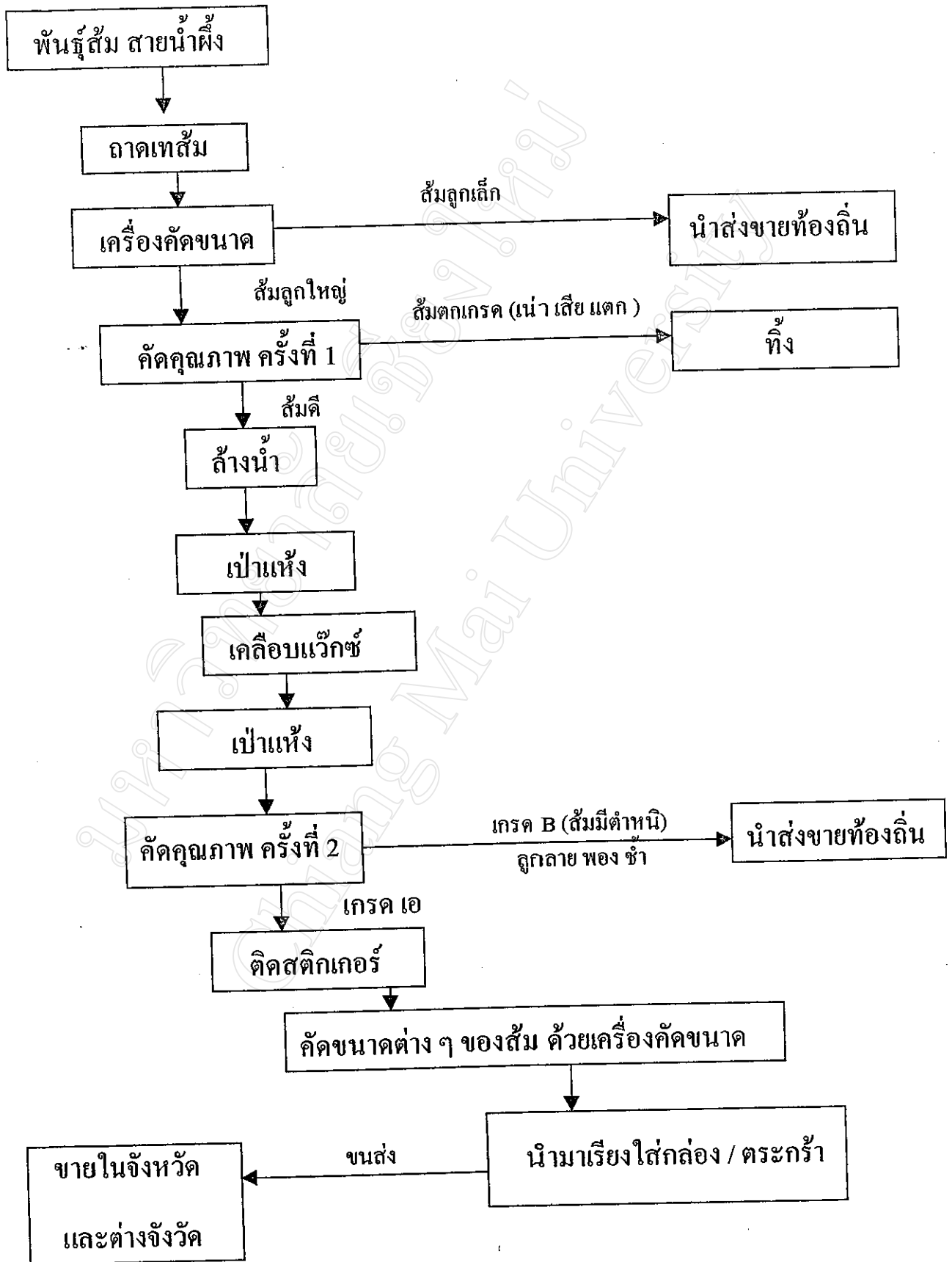
รายชื่อสมาชิกชมรมชาวสวนส้ม อ.ไชยปราการ อ.ฝาง และ อ.แม่อาย จ.เชียงใหม่

ลำดับที่	รายชื่อ	ชื่อพื้นที่	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
1	คุณประยูร พตพัฒน์พงศ์	สวนอันนิตวิน	1 ม.7 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-451315	3,000
2	คุณบัณฑิต จิระวัฒนากุล	สวนสัมพันธ์	98 ม.11 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-451554-6	1,600
3	คุณอนุวัฒน์ วัชรเรืองศรี	สวนสัมพันธ์.อ.	318 ม.5 บ้านลาน ต.ม่อนปิ่น อ.ฝาง	-	1,000
4	คุณอนุวัฒน์ ศรีทองกูร	สวนปู่หมื่น	อ.แม่อาย	053-451315	500
5	คุณโชติโรจน์ วงศ์วรรณ	สวนสัมพันธ์	ม.4 ต.ท่าตอน อ.แม่อาย	-	250
6	คุณจรชัย สราณรัชชรรม	สวน มีโชค	155 ม.1 บ้านหนองคาย อ.แม่อาย	053-884174	250
7	คุณสมศักดิ์ จงสุวรรณวัฒนา	สวนเต็ม.เต.	ร้านมิตรเกษตร แม่จ่า อ.ฝาง	053-884531	240
8	คุณวิเทพ จงทวยลักษณ์	สวนจงลักษณ์	2 ม.1 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-884341-2	220
9	คุณเกษม สิทธิรังสรรค์	สวนเวียงคำ	203 ม. 7 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-883640-1	220
10	คุณณรงค์ศักดิ์ ปัทมปวิวงศ์	-	บ้านหนองบัวงาม อ.แม่อาย	01-4764554	200
11	คุณสุชัย ทวีพรกิจกุล	สวนดีแสงทอง	57 ม.9 ต.หนองคาย อ.แม่อาย	053-452234	150
12	คุณครรชิต ตติปาณิเทพ	สวน ช.เจริญ	357 ม.7 ต.สันทราย อ.ฝาง	053-451599	120
13	คุณสุณี อึ้งประภากร	สวนขุนฮวด	สวน บ้านลาน โกตั้งแม่สุ่น อ.ฝาง	053-884297	120
14	คุณชาย พัฒนมงคล	สวน พ.มงคล	4 ม.7 สันตัม ปา ต.แม่จ่า อ.ฝาง	053-884088	120
15	คุณกมลวรรณ บริษัทิปปกุล	สวนกมลวรรณ	6 ม.9 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-452232	112

ลำดับที่	รายชื่อ	ชื่อชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
16	คุณปราวณี พงรัตน์	สวนสามหัวใจ	บ้านสันป่าแดง อ.ฝาง	053-884865	90
17	คุณนภาพล ทรัพย์เจริญกุล	สวนอยู่เฮง	282/1 ม.7 ต.สันทราย อ.ฝาง	053-883318	90
18	คุณจรี คอยแก่น	สวนส้มสุริ	522 ม.3 ต.โป่งน้ำร้อน อ.ฝาง	053-452778	80
19	คุณชาย สุริยา	สวนสุริยคอย	18 ม.3 ต.ม่อนปิ่น อ.ฝาง	053-886421	80
20	คุณวิชัย ทรัพย์เจริญกุล	สวนคอยฝาง	ต.แม่สุนน้อย อ.ฝาง	01-882192	80
21	คุณวิทยา คำใหญ่	สวนบึงวาย	59 ม. 9 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-452249	75
22	คุณพรเทพ ตระกูลยิ่งเจริญ	สวนธงชัย	103 ม.7 อ.ฝาง	053-884532	70
23	คุณวิชัย ทรัพย์เจริญกุล	สวนกำไลทอง	195 ต.สันทราย อ.ฝาง	053-882192	65
24	คุณสมจิตร รัตคานัง	สวนวังกานิด	ต.หนองเรือ อ.แม่เมาะ	-	60
25	คุณเกษม หนองวงศ์	สวนน้ำผึ้งทอง	406 ม. 5 ต.โป่งน้ำร้อน อ.ฝาง	053-451014	60
26	คุณสมชาย สิทธิบุญวงศ์ชัย	สวนทองเฮง	24 ม.6 ต.ศรีดงเย็น อ.ไชยปราการ	053-451299	50
27	คุณวิชัย ทรัพย์เจริญกุล	สวนทวีพร	สันทรายคดองน้อย อ.ฝาง	053-882192	50
28	คุณนิธิ ศิริภทรนุกูล	สวนจันทรง	103 ม.9 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-452241	40
29	คุณชันคำ ชัยเงิน	สวนผึ้งทอง	147 ม.9 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-451763	40
30	คุณสุณี ทวีพรภักกุล	สวนวิมด	ต.บ้านคาย อ.แม่เมาะ	-	38
31	คุณรุ่ง สุริยา	สวนรุ่งสุริยา	18 ม.3 ต.ม่อนปิ่น อ.ฝาง	053-886421	30
32	คุณสมยศ เทียมรัตน์	สวนสมยศ	18/8 ม.3 ต.บ้านคาย อ.แม่เมาะ	-	30

ลำดับที่	รายชื่อ	ชื่อห้อง	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
33	นายคำ มุ่งกลีกร	สวนอุดมผล	ปากทางเขาดอยอ่างขาง ต.แม่งอน อ.ฝาง	053-884976	30
34	คุณกนกพร บุญมา	สวนสโมสร	บ้านแม่สุ่นน้อย อ.ฝาง	01-9500353	25
35	คุณจิตติพร มนตรี	สวนทองพูน	ต.แม่สุ่นน้อย อ.ฝาง	-	15
36	คุณจวบ ประเสริฐยิ่ง	-	25/9 ต.สันทรายคลองน้อย อ.ฝาง	-	15
37	คุณเทียนชัย ทวีพรกิจกุล	สวนบ้านตาย	190 ม.2 ต.แม่งะ อ.ฝาง	053-883030	10
38	คุณ โกศล ศิริภัทรบุญกุล	สวนนิวศิรัชัย	162/1 ม.9 ต.แม่สุ่น อ.ฝาง	053-453190	10
39	คุณสมจิตร รัตตาทัง	-	392 ม.5 ต.สันฝาง ต.โประ้งน้ำร้อน อ.ฝาง	053-886057	7
40	คุณชวาน หทัยทัศน์	-	31 ม.4 ต.แม่สุ่น สันป่าแดง อ.ฝาง	-	5

วิธีการผลิตส้มด้วยวิธีใช้เครื่องคัดเกรด



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

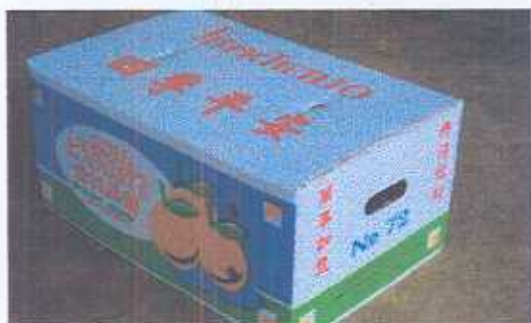
ภาคผนวก ก

ขนาดเบอร์ของผลส้มสายน้ำผึ้ง

- เบอร์ 54 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 9 ซม.
- เบอร์ 60 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 8 ซม.
- เบอร์ 72 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 7 ซม.
- เบอร์ 84 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 6 ซม.
- เบอร์ 105 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 ซม.
- เบอร์ 120 คือ ผลส้มที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4 ซม.

หมายเหตุ ขนาดเบอร์ เรียงตามขนาดของผล จากลูกใหญ่สุด จนถึง
กเล็กสุด

ภาพบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุส้มสายน้ำผึ้ง



บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ

นน. 10 กก.



บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ

นน. 5 กก.



ตระกร้าพลาสติก

ภาพบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุส้มในต่างประเทศ



บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุส้มในประเทศ ทางยุโรป

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาว วาสนา สิทธิรังสรรค์
วัน เดือน ปีเกิด	28 พฤศจิกายน 2516
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ปีการศึกษา 2538
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่การตลาด บริษัท ท็อปคอน (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2539-40 ผู้จัดการ สวนส้มเวียงคำ ปี 2542-ปัจจุบัน