



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

รายชื่อบริษัทที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

1. บริษัท บัวสยาม จำกัด
2. บริษัท ที.ที.ที. แคนเดิ้ล จำกัด
3. บริษัท นิต เอนด์ ฟิน จำกัด
4. บริษัท เซ็นทรัล อาร์ต ฟลาวเวอร์ จำกัด
5. บริษัท เชียงใหม่ บานเย็น จำกัด
6. บริษัท ขอนไม้ แกลลอรี่ จำกัด
7. บริษัท อรุณ คัลเลอร์แวร์ จำกัด
8. ศูนย์อุตสาหกรรมท่าร่วม
9. บริษัท พี. เชียงใหม่ อาร์ต จำกัด
10. บริษัท เปรมประชา คอลเลคชั่น จำกัด
11. บริษัท ภาวนา ดีไซน์ จำกัด
12. บริษัท สยาม รอยัล ออร์คิด จำกัด
13. บริษัท ยูไนเต็ด อาร์ทส จำกัด
14. บริษัท ไทย อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล แอนติกราฟท์ จำกัด
15. บริษัท กองดี แกลลอรี่ จำกัด
16. บริษัท เมษา ยู แอนด์ พี จำกัด
17. บริษัท บิ๊กมาสเตอร์ จำกัด
18. บริษัท โกลเด็นท์ โลตัส จำกัด
19. บริษัท วาย เดเวลลอปเม้นท์ จำกัด
20. บริษัท ไทยตาตามิ โพรดัคส์ จำกัด
21. บริษัท นิดา ซูวีเนียร์ จำกัด
22. บริษัท ใจฟ้า เชียงใหม่ แลคเคอร์แวร์ จำกัด
23. บริษัท รัตนะ อาร์ต จำกัด
24. หจก. เชียงใหม่ เดคคอร์ แอนด์ วู้ดแวร์
25. บริษัท แม่แรม ออร์คิด จำกัด
26. หจก. เชียงใหม่ กรีน ดีไซน์ จำกัด
27. บริษัท ไทย แอนติกราฟท์ เอ็กพอร์ต เซ็นเตอร์ จำกัด
28. บริษัท เชียงใหม่แรม จำกัด
29. บริษัท พรหมชนะ พาณิชย์ จำกัด
30. บริษัท วาสนา คอลเลคชั่น จำกัด
31. หจก. เชียงใหม่-ไทย

32. บริษัท นีลแลนด์ ฟลอรัล แอนด์ คร๊าฟท์ จำกัด
33. บริษัท ปั่นงาม จำกัด
34. บริษัท บ้านเบญจวรรณ จำกัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญและของตกแต่งบ้านของผู้ส่งออก
ในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญและของตกแต่งบ้านของผู้ส่งออก
ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญและของ
ตกแต่งบ้านของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ
จะนำไปวิเคราะห์และสรุปเสนอในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นของผู้ประกอบการ
รายใด ทางผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้ประกอบการทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
นี้

ผู้ดำเนินการศึกษา

นางสาวศิริพร ศรีชูชาติ รหัสประจำตัว 4395194

นักศึกษาระดับปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญและของตกแต่งบ้านของผู้ส่งออก
ในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทส่งออก

1. บริษัทของท่านได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลากี่ปี

1. 1 - 3 ปี 2. 4 - 6 ปี 3. 7 - 9 ปี
 4. 10 - 12 ปี 5. มากกว่า 12 ปี

2. บริษัทของท่านมีการร่วมกับชาวต่างชาติหรือไม่ กรณีร่วมทุนกับชาวต่างชาติ กรุณาระบุประเทศของผู้ร่วมทุน

1. มี โปรดระบุ.....
 2. ไม่มี

3. บริษัทของท่านได้ผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายในประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
2. ผลิตภัณฑ์จากผ้า
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
3. ผลิตภัณฑ์จากไม้
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
4. ผลิตภัณฑ์จากเซรามิก
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
5. ผลิตภัณฑ์จากโลหะ
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
6. ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก
โปรดระบุชนิดสินค้า.....
7. ผลิตภัณฑ์จากเรซิน
โปรดระบุชนิดสินค้า.....

8. ผลิตรภัณฑ์จากเทียน
โปรตระบุษนิตสินค้า.....
9. ผลิตรภัณฑ์จากอัญมณี
โปรตระบุษนิตสินค้า.....
10. ผลิตรภัณฑ์จากแก้ว
โปรตระบุษนิตสินค้า.....
11. ผลิตรภัณฑ์จากหิน
โปรตระบุษนิตสินค้า.....
12. ผลิตรภัณฑ์จากการจักสาน
โปรตระบุษนิตสินค้า.....
13. ผลิตรภัณฑ์จากวัสดุอื่น ๆ
โปรตระบุษนิตสินค้า.....

4. บริษัทของท่านมีการจัดตั้งโซว์รุ่มเพื่อการจำหน่ายสินค้าของบริษัทหรือไม่ และกรณีของบริษัทของท่านมีโซว์รุ่ม จำนวนโซว์รุ่มของบริษัทเป็นเท่าใด

1. มี
จำนวนโซว์รุ่มภายในประเทศ แห่ง
จำนวนโซว์รุ่มที่ต่างประเทศ แห่ง
2. ไม่มี

5. กรณีที่บริษัทของท่านมีโซว์รุ่มเพื่อการจำหน่ายสินค้า โซว์รุ่มของท่านตั้งอยู่ที่ใดบ้าง

.....
.....
.....

6. บริษัทของท่านได้มีการจัดตั้งแผนกส่งออกเพื่อทำหน้าที่ด้านการส่งออกโดยเฉพาะหรือไม่

1. มี 2. ไม่มี

7. บริษัทของท่านมีการจัดหาบุคลากรเพื่อทำหน้าที่บริหารการส่งออกจำนวนกี่คน

.....คน

8. บริษัทของท่านได้ออกงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งออกในประเทศ โดยเฉลี่ยปีละกี่ครั้ง

1. ไม่ได้ออกงาน 2. 1-2 ครั้ง 3. 3-4 ครั้ง
 4. 5-6 ครั้ง 5. 7-8 ครั้ง 6. มากกว่า 8 ครั้ง

งานแสดงสินค้าในประเทศที่ท่านเคยไปมีแห่งใดบ้าง

.....

9. บริษัทของท่านได้ออกงานแสดงสินค้า ณ ต่างประเทศ โดยเฉลี่ยปีละกี่ครั้ง

1. ไม่ได้ออกงาน 2. 1 ครั้ง 3. 2 ครั้ง
 4. 3 ครั้ง 5. 4 ครั้ง 6. 5 ครั้ง
 7. มากกว่า 5 ครั้ง

งานแสดงสินค้าต่างประเทศที่ท่านเคยไปมีแห่งใดบ้าง

.....

10. โดยปกติท่านผู้บริหารจะเดินทางไปต่างประเทศเพื่อติดต่อกิจการกับลูกค้าชาวต่างประเทศปีละกี่ครั้ง

1. ไม่ได้ออกงาน 2. 1 ครั้ง 3. 2 ครั้ง
 4. 3 ครั้ง 5. 4 ครั้ง 6. 5 ครั้ง
 7. มากกว่า 5 ครั้ง

11. **เหตุผลแรกเริ่ม**ที่ทำให้ท่านส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

(กรุณาเลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. ในระยะแรกมีชาวต่างประเทศมาซื้อสินค้าถึงบริษัท จึงเห็นว่ามีโอกาส
 2. เพราะต้องการขายสินค้าให้ได้ในปริมาณมากขึ้น จึงต้องเริ่มทำการส่งออก
 3. เพราะต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น จึงต้องเริ่มทำการส่งออก
 4. อื่นๆ โปรดระบุ

12. สินค้าที่บริษัทของท่านจำหน่าย เป็นสินค้าที่ผลิตเองร้อยละเท่าใด

1. ไม่ได้ผลิตเองเลย 2. น้อยกว่าร้อยละ 25
 3. ร้อยละ 25 - 49 4. ร้อยละ 50 - 74
 5. ร้อยละ 75 - 99 6. ผลิตเองทั้งหมด

ตอนที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

13. บริษัทของท่านส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศเป็นระยะเวลาที่ปี

1. 1 - 2 ปี 2. 3 - 4 ปี 3. 5 - 6 ปี
 4. 7 - 8 ปี 5. 9 - 10 ปี 6. มากกว่า 10 ปี

14. ในปีแรกของการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ บริษัทของท่านจำหน่ายสินค้าในลักษณะใด (หากท่านเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ กรุณาเรียงลำดับเหตุการณ์ก่อน-หลัง)

1. บริษัทส่งสินค้าออกไปยังลูกค้าต่างประเทศโดยตรง
 2. บริษัทขายสินค้าให้กับลูกค้าชาวไทยที่ขายต่อให้ชาวต่างประเทศ
 3. ลูกค้าชาวต่างประเทศมาซื้อสินค้าที่บริษัทเอง
 4. อื่นๆ โปรดระบุ

15. ในปีแรกของการส่งสินค้าออก บริษัทของท่านได้ทำการขายสินค้ากับลูกค้าเพื่อการส่งออกโดยวิธีใดที่ทำให้บริษัทของท่านได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ติดต่อผ่านกรมส่งเสริมการส่งออก
 2. การออกงานแสดงสินค้าในประเทศ
 3. ติดต่อลูกค้าโดยผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce หรือ e-mail)
 4. ลูกค้าชาวต่างชาติเข้ามาติดต่อที่โชว์รูม ณ สำนักงานใหญ่ของบริษัท
 5. Trader ชาวไทย เข้ามาติดต่อที่บริษัท
 6. ลูกค้าเข้ามาติดต่อร้านค้าของบริษัทที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไนท์บาซ่า ถนนคนเดินที่ทำแพ

7. อื่นๆ โปรดระบุ

16. ตลาดส่งออกหลักของบริษัทท่านอยู่ในทวีปใดบ้าง และเป็นสัดส่วนเท่าใดของมูลค่าการส่งออก (โดยประมาณ)

1. ทวีปอเมริกาเหนือ ร้อยละ
2. ทวีปยุโรป ร้อยละ
3. ทวีปเอเชีย ร้อยละ
4. ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ
5. ทวีปอเมริกาใต้ ร้อยละ
6. ทวีปแอฟริกา ร้อยละ

17. ในปัจจุบัน บริษัทของท่านมีส่วนการส่งออกร้อยละเท่าใด

ร้อยละ.....

บริษัทของท่านส่งออกสินค้าไปตลาดต่างประเทศโดยใช้ช่องทางการส่งออกทางตรงและทางอ้อม เป็นสัดส่วนเท่าใด

1. ส่งออกทางตรง ร้อยละ.....
2. ส่งออกทางอ้อม ร้อยละ.....

หมายเหตุ การส่งออกทางตรงหมายถึง บริษัทส่งสินค้าออกไปยังลูกค้าต่างประเทศเอง

การส่งออกทางอ้อม หมายถึง ลูกค้ามาซื้อสินค้าที่บริษัทและรับไปดำเนินการส่งออกเอง

18. หากท่านใช้ช่องทางการส่งออกทางตรงอยู่ในปัจจุบัน ช่องทางการส่งออกทางตรงของท่านคือช่องทางใดบ้าง และเป็นสัดส่วนเท่าใดของการส่งออกทางตรงของท่าน

1. ส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า (agent) ร้อยละ.....
กรณีท่านตอบข้อนี้ กรุณาตอบคำถามต่อเนื่องข้อ 19
2. ส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศโดยผ่านตัวแทนการค้า (agent) ร้อยละ.....
กรณีท่านตอบข้อนี้ กรุณาตอบคำถามต่อเนื่องข้อ 20
3. ส่งออกไปยังบริษัทในเครือที่ตั้งในต่างประเทศ ร้อยละ.....

19. สำหรับการส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนการค้า ท่านส่งออกสินค้าไปยังผู้ใดบ้างในต่างประเทศ (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

1. ผู้นำเข้า (Importer) ร้อยละ
2. ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) ร้อยละ
3. ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ร้อยละ
4. ห้างที่มีหลายสาขา (Chain Store) ร้อยละ
5. ผู้ค้าปลีก (Retailer) ร้อยละ
6. ผู้ขายสินค้าผ่านทางแคตตาล็อก (Mail Order Catalogue) ร้อยละ
7. อื่นๆ โปรดระบุ ร้อยละ

20. หากท่านส่งออกทางตรงโดยผ่านตัวแทนการค้า ตัวแทนการค้าที่มาติดต่อท่านเป็นตัวแทนการค้าประเภทใด

1. ตัวแทนที่ทางบริษัทว่าจ้างให้ไปแสวงหาลูกค้า ร้อยละ.....
ต่างประเทศ (Sales representative)
2. ตัวแทนที่พาลูกค้ามาหาท่านโดยบริษัทไม่ได้ว่าจ้าง ร้อยละ.....
(บริษัทตัวแทนของผู้ซื้อ หรือ Buying agent)
3. อื่นๆ โปรดระบุ..... ร้อยละ.....

21. หากท่านใช้ช่องทางการส่งออกทางอ้อม ช่องทางการส่งออกทางอ้อมของท่านคือช่องทางใดบ้าง และมีสัดส่วนเป็นร้อยละเท่าใด (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

1. ขายให้ Trader ชาวไทย ร้อยละ
2. ขายให้ Trader ชาวต่างชาติ ร้อยละ
3. ขายให้กับบริษัทการค้าต่างประเทศ (Trading Company) ร้อยละ.....
เช่น ในญี่ปุ่น มิตซูบิชิ มิตซูย มารูเบนิ
4. การขายพ่วงไปกับผู้ผลิตรายอื่นที่ส่งออกสินค้า ร้อยละ
- ที่เกี่ยวข้องกันหรือเป็นสินค้าที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน
(Piggyback)
5. ให้บริษัทจัดการการส่งออกเข้ามาช่วยเป็นคนกลาง ร้อยละ.....
ในการส่งออก (Export Management Company : EMC)
6. ให้ตัวแทนส่งออกมาช่วยหาลูกค้าในต่างประเทศให้ ร้อยละ.....
(Export Agent)
7. อื่น ๆ โปรดระบุ ร้อยละ.....

22. บริษัทของท่านได้มีบทบาทในการทำตลาดต่างประเทศในลักษณะใดบ้าง

1. ไม่มีกิจกรรมดังกล่าวเลย เพราะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันกับลูกค้า
3. การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ
4. การตั้งราคาในต่างประเทศ
5. การส่งเสริมการตลาดร่วมกันในต่างประเทศ
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศ

ท่านเลือกใช้ช่องทางการส่งออกในปัจจุบัน เพราะเหตุผลใดเป็นสำคัญ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ปัจจัยที่มีผลในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	ไม่มีความสำคัญ
1. จำนวนตลาดต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ท่านคิดว่าวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายของท่าน					
2. ขนาดตลาดต่างประเทศที่เป็นเป้าหมายของบริษัท ท่านเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะสามารถเจาะตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมายของท่านได้อย่างครอบคลุม					
3. ความต้องการข้อมูลการตลาดย้อนกลับจากตลาดเป้าหมาย ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะทำให้ท่านได้รับข้อมูลการตลาด เช่น ทำให้ได้รับข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ทราบความเคลื่อนไหวและข้อมูลข่าวสารของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งทราบว่าผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือไม่					
4. ความต้องการได้รับประสบการณ์ในการส่งออก ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะท่านต้องการได้รับประสบการณ์ เช่น ความรู้ในการทำธุรกิจกับบริษัทต่างชาติ เรียนรู้เรื่องการส่งออกและการทำตลาดต่างประเทศ					
5. ความต้องการอำนาจด้านการบริหารตลาดในต่างประเทศในผลิตภัณฑ์ของตนเอง ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะทำให้มีอำนาจการบริหาร เช่น อำนาจในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย อำนาจในการตั้งราคาสินค้า อำนาจการกำหนดวิธีการส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ					

ปัจจัยที่มีผลในการเลือกช่องทาง การจัดจำหน่ายในต่างประเทศ	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่มี ความสำคัญ
<p>6. ต้นทุนที่น้อยกว่าช่องทางอื่น</p> <p>ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะมีต้นทุนการบริหารการส่งออกที่น้อยกว่า เช่น การไม่มีความจำเป็นต้องตั้งสำนักงานหรือโชว์รูมในต่างประเทศ ความประหยัดของการติดต่อสื่อสารและการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อติดต่อกับลูกค้า การลงทุนในการทำวิจัยตลาดที่น้อยกว่า รวมทั้งการออกงานสินค้า</p>					
<p>7. กำไรที่ได้รับ</p> <p>ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะคิดว่าจะได้รับกำไรตามความคาดหมาย หรือน่าจะได้รับผลกำไรมากกว่าการใช้ช่องทางจัดจำหน่ายอื่น ๆ</p>					
<p>8. เงินลงทุนเพื่อสร้างช่องทางในการส่งออก</p> <p>ท่านได้เลือกใช้ช่องทางจัดจำหน่ายนี้เพราะท่านคิดว่ามีความพร้อมทางด้านการเงิน เช่น การให้เครดิตกับลูกค้าต่างประเทศ ความพร้อมทางด้านการเงินในการส่งเสริมการตลาดในประเทศเป้าหมายและในการจ่ายค่าจ้างพนักงานขายและลูกจ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก รวมทั้งในด้านการลงทุนสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า</p>					
<p>9. ความพร้อมทางด้านการบริหารงานในด้านการตลาดต่างประเทศ</p> <p>ท่านได้เลือกใช้ช่องทางจัดจำหน่ายนี้เพราะมีความพร้อม เช่น รู้ว่าจะงานที่เกี่ยวข้องกับการทำตลาดต่างประเทศประกอบด้วยงานหลักอะไร มีความเข้าใจหน้าที่หลัก ขั้นตอนและวิธีการทำงานแต่ละด้าน เพื่อนำมาจัดทำแผนงานในการทำตลาดต่างประเทศต่อไปและความพร้อมหากต้องไปบริหารคลังสินค้าในต่างประเทศเอง</p>					
<p>10. การจัดการทางด้านบุคลากรด้านการส่งออก</p> <p>ท่านได้เลือกใช้ช่องทางจัดจำหน่ายนี้เพราะท่านมีความพร้อม เช่น บุคลากรที่มีความสามารถในการติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศ บุคลากรที่สามารถดำเนินการเรื่องการส่งสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ</p>					

ปัจจัยที่มีผลในการเลือกช่องทาง การจัดจำหน่ายในต่างประเทศ	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่มี ความสำคัญ
11. ความพร้อมในการเผชิญหน้ากับปัญหาด้านการ ต่างประเทศ ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะมี ความพร้อมในการรับมือกับปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย ของประเทศ เป้าหมาย ความพร้อมในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างบริษัทกับลูกค้า และการเผชิญกับปัญหาการ ส่งออก เช่น ความล่าช้าที่ด่านศุลกากร และความ เสี่ยงของสินค้า					
12. ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนช่องทางการ ส่งออกเมื่อจำเป็น ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ เนื่องจาก เหตุผล เช่น ความสามารถในการเปลี่ยนไปใช้ช่องทาง อื่นได้ทันทีหากจำเป็น และมีความสามารถในการ ขกเลิกข้อผูกมัดทางการค้าหรือสัญญาซื้อขายกับลูกค้า					
13. ความเสี่ยง ท่านได้เลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เพราะไม่ ต้องการมีความเสี่ยงในกฎเกณฑ์ระเบียบการนำเข้า ข้อกำหนดทางการค้า อุปสรรคทางการค้า กฎหมาย ของประเทศเป้าหมาย การขนส่ง และการชำระเงิน					

ตอนที่ 4

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน โดยช่องคำตอบเรียงจากลำดับ
 ความสำคัญตั้งแต่มากที่สุดไปถึงสำคัญน้อยที่สุด

1. ท่านคิดว่าย่านการค้าภายในประเทศแห่งใดดังตารางต่อไปนี้ ที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้
 ให้แก่บริษัทของท่านบ้าง

แหล่งขายสินค้า	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่มี ความสำคัญ
จังหวัดเชียงใหม่					
1. บ้านถวาย บ่อสร้าง					
2. ไนท์บาซ่า ถนนคนเดิน					
3. โซว์รูมของกรมส่งเสริมการส่งออก สาขาเชียงใหม่					

แหล่งขายสินค้า	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่มี ความสำคัญ
4. ห้างสรรพสินค้า เช่น Northern Village ที่ห้าง Robinson Airport Plaza					
5. โชว์รูมของบริษัทในเชียงใหม่ หรือร้านค้าของบริษัท					
6. อื่นๆ โปรดระบุ					
กรุงเทพมหานคร					
7. สำเพ็ง ประตูน้ำ					
8. สวนจตุจักร					
9. Thailand Export Mart ของกรมส่งเสริมการส่งออก (รัชดา)					
10. โชว์รูมของบริษัทในกรุงเทพหรือร้านค้า ของบริษัทในกรุงเทพ					
11. อื่นๆ โปรดระบุ					
จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว					
12. จังหวัดเชียงราย					
13. จังหวัดภูเก็ต					
14. อื่นๆ โปรดระบุ					

2. ท่านคิดว่าบริษัทของท่านได้รับประโยชน์อย่างน้อยเพียงใดจากโครงการของภาครัฐและเอกชน
ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการส่งออก

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการของภาครัฐและ เอกชน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล
1. การออกงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งออก ภายในประเทศ					
2. การออกงานแสดงสินค้าเพื่อการส่งออก ณ ต่างประเทศ					
3. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อ การส่งออก (OTOP)					
4. การเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออก สินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ (NOHMEX)					

ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์เพิ่มเติม

คำชี้แจง กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับข้อหัวเรื่องดังต่อไปนี้

1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ประเภทใดในจังหวัดเชียงใหม่ที่นิยมทำการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ และเหตุผลผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจึงมีความสามารถในการผลิตและจำหน่ายเพื่อการส่งออกได้

2. ลูกค้าน้อยในต่างประเทศของท่าน มีลักษณะเป็นคนกลางที่มีหลายบทบาทในเวลาเดียวกันหรือไม่ เช่น คนกลางที่เป็นทั้งผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง และผู้ขายปลีก ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น

3. ท่านไปออกงานแสดงสินค้าในประเทศและต่างประเทศงานใดบ้าง และท่านไปออกงานแสดงสินค้าเหล่านี้ได้ด้วยวิธีใด

4. มี buying agent เข้ามาติดต่อซื้อสินค้ากับบริษัทของท่านหรือไม่ buying agent มีบทบาทและหน้าที่อะไรบ้าง ท่านคิดว่า buying agent มีความน่าไว้วางใจและควรรักษาสายสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาวหรือไม่

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างสูง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวศิริพร ศรีชูชาติ

วัน เดือน ปี เกิด 24 กุมภาพันธ์ 2516

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย
ปีการศึกษา 2533
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีการศึกษา 2537



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved