

## แบบสอบถาม

### การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ยกระดับสู่ SMEs เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันโดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ก้าวสู่ประชาคมอาเซียน

คำชี้แจงโปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด  
เพียงคำตอบเดียว

- |   |         |                           |
|---|---------|---------------------------|
| 5 | หมายถึง | การบริหารจัดการมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | การบริหารจัดการมาก        |
| 3 | หมายถึง | การบริหารจัดการปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | การบริหารจัดการน้อย       |
| 1 | หมายถึง | การบริหารจัดการน้อยที่สุด |

ตอนที่ 1 ศักยภาพด้านการผลิตและการบริหารจัดการด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการสินค้า  
ชุมชน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์					
2. กล้องบรรจุภัณฑ์					
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
4. ประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
5. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์					
6. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่น					
7. การออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ					
8. เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์					
9. บริการหลังการขายหรือรับคืนสินค้าที่ชำรุดจากการผลิต					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน					
2. สามารถต่อรองราคาได้					
3. มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย					
4. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
5. การให้ข้อมูลราคาสินค้า					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
6. ระดับราคาสินค้าที่หลากหลาย					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
1.ความสะดวกในการหาซื้อ					
2.การขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง					
3.สถานที่จำหน่ายสะอาดสวยงาม					
4.การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์					
5.วิธีการแสดงการผลิตสินค้าให้ลูกค้าชม					
6.สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและมีที่จอดรถ					
7.ความสะดวกในการขนส่ง					
8.สินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1.ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย					
2.มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง					
3.การบริการของพนักงานขาย					
4.พนักงานขายมีอัธยาศัยดี					
5.พนักงานขายแต่งกายสุภาพเหมาะสม					
6.พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
7.การส่งเสริมการขายเช่นการให้ส่วนลดมีของแถม					
8.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					

## ตอนที่ 2 การส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					

รายการ		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
10	การให้ความรู้ความเข้าใจในการรับรองมาตรฐานสินค้า					
11	การหาผู้เชี่ยวชาญ ให้คำปรึกษา					
12	การหาเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วม					
13	การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม					
14	การให้คำแนะนำด้านการจัดทำบัญชี					
15	การปรับปรุงคุณภาพสินค้า					
16	การสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการถูกเลียนแบบสินค้า					
17	การให้ความรู้เรื่องการใช้คอมพิวเตอร์สำหรับกลุ่มผู้ผลิต					
18	การให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยในการทำงาน					

### ตอนที่ 3 การส่งเสริมให้ความรู้เรื่องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

รายการ		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	การให้ความรู้ด้านการใช้ทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพในท้องถิ่น					
2	การให้ความรู้ การป้องกันมลพิษจากกระบวนการผลิต เช่น เสียง กลิ่น ฯลฯ					
3	การให้ความรู้ การลด (Reduce) ที่เกี่ยวกับการลดปริมาณวัสดุทิ้งทางตรง วัสดุทิ้งทางอ้อม					
4	การให้ความรู้ การใช้ซ้ำ (Reuse) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่า					
5	การให้ความรู้ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาวัสดุทิ้งที่มีอยู่กลับมาใช้ใหม่					
6	การให้ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขยะ และของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต					
7	การให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บขยะและของเสียมาใช้ประโยชน์ เช่น ก๊าซชีวภาพ					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

อาจารย์ ดร. ชนมภักดิ์ โตระสะและคณะ