

รายชื่อกลุ่มอาชีพในจังหวัดปัตตานี

กลุ่มอาชีพด้านการเกษตร ประกอบด้วย

1. กลุ่มปลูกพืชผักสวนครัวปลอดสารพิษ
2. กลุ่มเพาะเห็ดนางฟ้า
3. กลุ่มเพาะพันธุ์กล้าไม้
4. กลุ่มทำสวนยางพารา
5. กลุ่มปรับปรุงพันธุ์ลองกอง
6. กลุ่มปลูกบัว
7. กลุ่มไร่นาสวนผสม
8. กลุ่มไร่จริง
9. กลุ่มมะพร้าวแห้ง
10. กลุ่มสวนผลไม้
11. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพยางแผ่น
12. กลุ่มเลี้ยงโคพันธุ์ผสม
13. กลุ่มเลี้ยงปลาคูก
14. กลุ่มเลี้ยงนกกระทา
15. กลุ่มเลี้ยงเป็ดเทศ
16. กลุ่มเลี้ยงสุกร
17. กลุ่มเลี้ยงไก่เนื้อ
18. กลุ่มเลี้ยงไก่ทรงคืบ
19. กลุ่มเลี้ยงปลานิล
20. กลุ่มเลี้ยงนกเขา
21. กลุ่มเลี้ยงหอยแครง

กลุ่มอาชีพด้านอุตสาหกรรมในครัวเรือน ประกอบด้วย

1. กลุ่มสตรีปักจักรผ้าคลุมผม
2. กลุ่มทำผ้าบาติก
3. กลุ่มทอผ้า

4. กลุ่มสตรีตัดเย็บเสื้อผ้า
5. กลุ่มหมวกกอบีเยาะ
6. กลุ่มทำที่นอนเบาะ
7. กลุ่มหมอนอิงและกล่องใส่ทิชชู
8. กลุ่มทำขนม ได้แก่ กะหรี่ปั๊ป ขนมดอกจอก ขนมหม้อแกง ขนมกรอบเค็ม ขนมขาไก่ ขนมไข่ ขนมเปี๊ยะ ขนมมันฝรั่งก ขนมข้าวปุระ ขนมโรตีสกรอบและมะตะบะ และถั่วอบโอวัลติน

9. กลุ่มทำข้าวเกรียบ
10. กลุ่มทำข้าวพอง
11. กลุ่มทำข้าวซ้อมมือ
12. กลุ่มทำน้ำตาลแว่น
13. กลุ่มทำไข่เค็ม
14. กลุ่มทำเต้าเจี้ยวถั่วเหลือง
15. กลุ่มข้าวหลาม
16. กลุ่มชิงพวง

17. กลุ่มแปรรูปอาหาร ได้แก่ กุ้งฉาบ มะพร้าวคั่ว กุ้งกรอบแก้ว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และทุเรียนกวน

18. กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล ได้แก่ น้ำนูด อาหารทะเลอบแห้ง ปลาเค็ม และกะปิ
19. กลุ่มจักสานกก
20. กลุ่มจักสานไม้ไผ่
21. กลุ่มจักสานย่านลิเภา
22. กลุ่มจักสานใบเตย
23. กลุ่มแชมพูสมุนไพร
24. กลุ่มน้ำยาล้างจาน
25. กลุ่มดอกไม้ใบยาง
26. กลุ่มดอกไม้จันทร์
27. กลุ่มมาลัยประยูกต์
28. กลุ่มของประดิษฐ์งานมงคล
29. กลุ่มทำกระเป๋าลูกบิด

30. กลุ่มผ้าชีประยุคต์
31. กลุ่มเสวียนหม้อ
32. กลุ่มพิมเสนน้ำ
33. กลุ่มตีหมา (ภาษาชะตักน้ำ)
34. กลุ่มไม้กวาดดอกหญ้า
35. กลุ่มไม้กวาดไม้ไผ่
36. กลุ่มตะแกรงวางปลา
37. กลุ่มกรอบรูปวิทยาศาสตร์

กลุ่มอาชีพด้านช่าง ประกอบด้วย

1. กลุ่มช่างไม้เฟอร์นิเจอร์
2. กลุ่มช่างไม้ก่อสร้าง
3. กลุ่มช่างยนต์ (เครื่องมือจับปลา)
4. กลุ่มเรือกอลและ
5. กลุ่มปั้นหม้อ
6. กลุ่มทำเหล็กกัด
7. กลุ่มช่างตีเหล็ก
8. กลุ่มกระดาษชุบมะพร้าว
9. กลุ่มเย็บซ่อมรถจักรยานยนต์

กลุ่มอาชีพด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย

1. กลุ่มขายกาแฟ

ภาคผนวก 2

แบบสอบถาม เรื่อง แนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพในชนบท :
ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดปัตตานี

แบบสอบถาม เรื่อง แนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพในชนบท :
ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดปัตตานี

วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์.....

เลขที่แบบสอบถาม.....

คำชี้แจง : แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานกระบวนการทางการตลาดของกลุ่มอาชีพ

ทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ต้องการตอบ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

1

2. อายุ

1) ไม่เกิน 30 ปี

2) 31-40 ปี

2

3) 41-50 ปี

4) 51-60 ปี

5) 61 ปี ขึ้นไป

3. ศาสนา

1) พุทธ

2) อิสลาม

3

3) คริสต์

4) อื่นๆ

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1) ประถมศึกษา

2) มัธยมศึกษาตอนต้น

4

3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

4) อนุปริญญา/ปวส.

5) ปริญญาตรี

5. อาชีพ

1) เกษตรกรรม

2) ค้าขาย

5

3) รับจ้าง

4) ประมง

5) อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อปี

- 1) ไม่เกิน 10,000 บาท/ปี 2) 10,001-30,000 บาท/ปี 6
- 3) 30,001-50,000 บาท/ปี 4) 50,001 บาท ขึ้นไป

7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

- 1) ต่ำกว่า 1 ปี 2) 1 ปี-3 ปี 7
- 3) 4 ปี- 6 ปี 4) มากกว่า 6 ปี

8. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง

- 1) ประธานกลุ่ม 2) รองประธานกลุ่ม 8
- 3) เลขานุการกลุ่ม 4) อื่นๆ.....

9. ลักษณะของกลุ่มอาชีพ

- 1) ด้านการเกษตร 2) ด้านอุตสาหกรรมในครัวเรือน 9
- 3) ด้านช่าง 4) อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานกระบวนการทางการตลาดของกลุ่มอาชีพ

1. ในการดำเนินงานด้านการตลาด มีหน่วยงานใดบ้างที่ให้การสนับสนุน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สำนักงานพัฒนาชุมชน 2) สำนักงานพาณิชย์ 10
- 3) สำนักงานเกษตร 4) สำนักงานอุตสาหกรรม
- 5) อื่นๆ.....

2. ในการดำเนินงานด้านการตลาด แต่ละหน่วยงานให้การสนับสนุนเหมือนกันหรือไม่

- 1) เหมือนกัน 2) ต่างกัน 11

3. ให้ระบุหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สำนักงานพัฒนาชุมชน 2) สำนักงานพาณิชย์ 12
- 3) สำนักงานเกษตร 4) สำนักงานอุตสาหกรรม
- 5) อื่นๆ.....

4. หน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ให้งบประมาณสนับสนุน 2) แนะนำแหล่งจำหน่ายสินค้า 13
- 3) ประสานงานกับหน่วยงานอื่น 4) จัดเจ้าหน้าที่เข้ามาให้ความรู้ด้านการตลาด
- 5) อื่นๆ.....

5. การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ มีปัญหาด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) งบประมาณสนับสนุนมีน้อยเกินไป 14
 2) หาดตลาดจำหน่ายสินค้าไม่ได้
 3) เจ้าหน้าที่ไม่ได้เข้ามาให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง
 4) อื่นๆ.....
 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 7)

6. ท่านต้องการให้หน่วยงานรัฐสนับสนุนด้านใดอีกบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ให้งบประมาณสนับสนุนมากกว่าเดิม 2) หาดตลาดที่รองรับแน่นอน 15
 3) เข้ามาให้ความรู้ด้านการตลาด 4) อื่นๆ.....

7. ในการดำเนินงานด้านการตลาด ผู้นำท้องถิ่นให้การสนับสนุนหรือไม่

- 1) สนับสนุน 2) สนับสนุนเพียงบางส่วน 16
 3) ไม่สนับสนุน (ข้ามไปตอบข้อ 10)

8. ผู้นำท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ช่วยหางบประมาณสนับสนุนด้านการตลาด 17
 2) แนะนำแหล่งจำหน่ายสินค้า
 3) ประสานงานกับหน่วยงานของรัฐในการให้การสนับสนุน
 4) อื่นๆ.....

9. การสนับสนุนของผู้นำท้องถิ่น มีปัญหาอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผู้นำท้องถิ่นขาดการเอาใจใส่ ไม่ได้เข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง 18
 2) ผู้นำท้องถิ่นไม่สามารถแนะนำแหล่งจำหน่ายสินค้าได้
 3) มีการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐน้อยเกินไป
 4) อื่นๆ.....
 5) ไม่มีปัญหา

10. ท่านมีส่วนในการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผลิตสินค้า 2) กำหนดราคาสินค้า 19
 3) ติดต่อพ่อค้าคนกลาง 4) ขายสินค้า/ติดต่อลูกค้า
 5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ สินค้า 6) อื่นๆ.....

11. ท่านพอใจกับผลงานที่ดำเนินการอยู่ในขณะนี้ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) บริหารกิจการได้กำไรเป็นที่น่าพอใจ 20
- 2) สามารถติดต่อพ่อค้าคนกลางเพื่อจำหน่ายสินค้าได้
- 3) มีลูกค้าประจำ
- 4) ผลกระทบของกลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
- 5) อื่นๆ.....

12. สมาชิกในกลุ่ม มีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผลិតสินค้า 2) กำหนดราคาสินค้า 21
- 3) ติดต่อพ่อค้าคนกลาง 4) ขายสินค้า/ติดต่อลูกค้า
- 5) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ สินค้า 6) อื่นๆ.....

13. ในการให้สมาชิกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการตลาด มีปัญหาอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สมาชิกไม่ค่อยให้ความร่วมมือ 2) สมาชิกไม่มีเวลา 22
- 3) สมาชิกไม่มีความรู้ในด้านการตลาด 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 15)

14. จากปัญหาในข้อ 13 ท่านมีวิธีแก้ปัญหอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ประชุมกลุ่มเพื่อขอความร่วมมือจากสมาชิก 23
- 2) พยายามดำเนินงานในช่วงเวลาวันหยุด/เวลาว่างจากการทำงาน
- 3) ปรึกษาเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐเพื่อขอวิทยากรมาให้ความรู้ด้านการตลาด
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ปล่อยปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

15. กลุ่มอาชีพของท่านมีเป้าหมายการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) กำไร 2) ขยายตลาดไปสู่ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ 24
- 3) รักษายอดขาย/ลูกค้า 4) ชื่อเสียงของกลุ่มอาชีพ
- 5) อื่นๆ.....

16. กลุ่มอาชีพของท่านมีการจัดประชุมหรือไม่

- 1) มี 2) ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 19) 25

17. ระยะเวลาในการจัดประชุมกลุ่ม

- 1) สัปดาห์ละครั้ง 2) เดือนละครั้ง 26
- 3) อื่นๆ.....

18. เหตุผลในการจัดประชุมกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) แข็งผลการดำเนินงานแก่สมาชิก 27
- 2) ปรีกษาหารือ ร่วมกันแก้ไขปัญหา
- 3) ร่วมกันคิดผลิตผลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด
- 4) อื่นๆ.....

19. กลุ่มอาชีพของท่านมีงบประมาณหรือไม่

- 1) มี 2) ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 24) 28

20. งบประมาณที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพของท่าน คือ

- 1) ไม่เกิน 10,000 บาท 2) 10,001 – 30,000 บาท 29
- 3) 30,001 บาท ขึ้นไป

21. กลุ่มมีการบริหารงบประมาณในด้านการตลาดอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) นำไปลงทุนด้านวัตถุดิบ/การผลิต 30
- 2) นำไปลงทุนด้านการบรรจุหีบห่อสินค้า
- 3) นำไปลงทุนด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า
- 4) นำไปลงทุนด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ สินค้า เพื่อหาลูกค้าเพิ่มเติม
- 5) อื่นๆ.....

22. ในการบริหารงบประมาณในด้านการตลาด มีปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขาดความรู้ในการบริหารงบประมาณ 31
- 2) งบประมาณมีน้อยเกินไป
- 3) อื่นๆ.....
- 4) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 24)

23. จากปัญหาในข้อ 22 ท่านมีวิธีแก้ปัญหายังไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐเพื่อจัดวิทยากรเข้ามาให้ความรู้ 32
- 2) ของงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ/ผู้นำท้องถิ่น

- 3) สมาชิกกลุ่มช่วยกันลงขันเป็นงบประมาณของกลุ่ม
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ป่วยปัญหาทั้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

24. วัตถุประสงค์ในการผลิตของกลุ่มอาชีพของท่านได้มาจากในหมู่บ้านทั้งหมดหรือไม่

- 1) ได้ทั้งหมด (ตอบข้อ 26) 2) ได้เพียงบางส่วน 33
- 3) ไม่ได้เลย

25. หากวัตถุประสงค์ในการผลิตไม่สามารถหาได้จากในหมู่บ้าน ทางกลุ่มมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) หาซื้อจากชุมชนใกล้เคียง 2) หาซื้อจากตลาดทั่วไป 34
- 3) หาวัตถุดิบอื่นที่ interchangeable ได้ 4) อื่นๆ.....

26. แรงงานการผลิตของกลุ่มอาชีพของท่านเป็นอย่างไร

- 1) ใช้แรงงานในกลุ่ม/หมู่บ้าน 2) จ้างแรงงานจากนอกหมู่บ้าน 35
- 3) ใช้ทั้งแรงงานในกลุ่ม/หมู่บ้าน และแรงงานจากนอกหมู่บ้าน

27. ถนนหนทาง ยานพาหนะ สะดวก เหมาะแก่การขนส่งสินค้าหรือไม่

- 1) สะดวก 2) ไม่สะดวก 36

28. กลุ่มของท่านมีการติดต่อซื้อขายสินค้ากับลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์/โทรคมนาคม อื่นๆ หรือไม่

- 1) มี 2) ไม่มี 37

29. สภาพสังคมวัฒนธรรม มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ผลิตสินค้าได้ตรงตามประเพณีของคนในท้องถิ่น 38
- 2) ใช้ภาษาท้องถิ่นมาเป็น ตรา ยี่ห้อ สินค้า
- 3) นำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า
- 4) อื่น ๆ
- 5) ไม่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพ

30. ผู้ผลิตรายอื่นในหมู่บ้านใกล้เคียงที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันมีจำนวนเท่าใด

- 1) 1 ราย 2) 2-3 ราย 39
- 3) มากกว่า 3 ราย 4) ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 32)

31. กลุ่มอาชีพของท่านมีวิธีการเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีกว่า 40
- 2) ลดราคาสินค้าให้ถูกลง
- 3) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์สินค้าให้มากขึ้น
- 4) อื่นๆ.....
32. เป้าหมายหลักในการขายสินค้าของกลุ่มคือลูกค้ากลุ่มใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) ลูกค้าในหมู่บ้าน 2) ลูกค้าในหมู่บ้านใกล้เคียง 41
- 3) นักท่องเที่ยว 4) ลูกค้าจากต่างประเทศ
- 5) อื่น ๆ
33. กลุ่มมีวิธีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) ทดสอบความต้องการของลูกค้าโดยการสอบถาม 42
- 2) ทดสอบความต้องการของลูกค้าโดยให้ทดลองใช้สินค้าฟรี
- 3) ทดสอบความต้องการของลูกค้าโดยจัดแสดงสินค้าตามร้านค้า/นิทรรศการต่างๆ
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ข้ามไปตอบข้อ 35)
34. ท่านใช้เกณฑ์อะไรในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) รายได้ 2) เชื้อชาติ 3) อาชีพ 43
- 4) เพศ 5) วัย 6) อื่นๆ.....
35. ผลลัพธ์ของกลุ่มอาชีพของท่านเป็นสินค้าประเภทใด
- 1) อาหารสด 2) อาหารแปรรูป/อาหารแห้ง 44
- 3) เครื่องใช้ไม้สอย 4) เครื่องประดับ
- 5) บริการ 6) อื่นๆ.....
36. กลุ่มอาชีพของท่านสามารถทำให้ผลลัพธ์แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น 2) บรรจุหีบห่อให้สวยงาม 45
- 3) กำหนดตรา ยี่ห้อให้จำง่าย 4) ให้สินค้ามีหลายขนาด
- 5) อื่นๆ.....
- 6) ไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ (ข้ามไปตอบข้อ 39)

37. ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากผู้ผลิตรายอื่น มีปัญหาอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขาดความรู้ ทักษะ ในการดำเนินงาน 2) ขาดวัตถุดิบ/อุปกรณ์ 46
- 3) ขาดงบประมาณ 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 39)

38. จากปัญหาในข้อ 37 ท่านมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ จัดวิทยากรมาให้ความรู้ 47
- 2) ปรึกษาผู้นำท้องถิ่นเพื่อให้การสนับสนุนในด้านวัตถุดิบ/อุปกรณ์
- 3) ประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นจากสมาชิกหาทางแก้ไขปัญหาค่อยไป
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ปล่อยให้ปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

39. กลุ่มมีการกำหนดราคาสินค้าอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) พิจารณาจากต้นทุนการผลิตเช่น วัตถุดิบ ค่าแรงงาน 48
- 2) พิจารณาจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดทั่วไป
- 3) เจ้าหน้าที่รัฐมากำหนดให้
- 4) อื่นๆ.....

40. ในการกำหนดราคา มีปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ราคาสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่น ทำให้มีลูกค้าน้อย 49
- 2) ต้องปรับราคาสินค้าตามการต่อรองของลูกค้า
- 3) ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง ขึ้น-ลง ตามภาวะเศรษฐกิจ
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 42)

41. จากปัญหาในข้อ 40 ท่านมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ลดราคาให้ใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่น 50
- 2) ใช้วัตถุดิบที่มีราคาถูก เพื่อลดต้นทุนการผลิต
- 3) ยังใช้ราคาเดิม ไม่เปลี่ยนแปลง
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ปล่อยให้ปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

42. กลุ่มของท่านมีวิธีการจำหน่ายสินค้าอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ลูกค้านำซื้อสินค้าที่กลุ่มโดยตรง 51
- 2) เปิดร้านค้าจำหน่ายเองตามแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ฝากขายตามร้านค้าต่างๆ
- 4) สมาชิกแต่ละคนแยกย้ายกันไปจำหน่าย
- 5) ขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
- 6) อื่นๆ.....

43. ในการจำหน่ายสินค้า มีปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) แหล่งจำหน่ายสินค้านี้น้อยเกินไป 52
- 2) สถานที่จำหน่ายสินค้าคับแคบ
- 3) แหล่งจำหน่ายสินค้าไม่ได้อยู่ในย่านชุมชน
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 45)

44. จากปัญหาในข้อ 43 ท่านมีวิธีแก้ปัญหาวางไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) พยายามติดต่อพ่อค้าคนกลางให้มากขึ้นเพื่อฝากขายสินค้า 53
- 2) ให้สมาชิกแยกย้ายกันจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า
- 3) ตกแต่งร้านค้าให้โดดเด่น เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ปล่อยปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

45. กลุ่มอาชีพของท่านมีวิธีการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขายได้เป็นจำนวนมากอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 54
- 2) ให้สมาชิกกลุ่มเป็นตัวแทนขาย
- 3) ลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อปริมาณมาก
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีการดำเนินงานแต่อย่างใด (ข้ามไปตอบข้อ 48)

46. ในการดำเนินงานในข้อ 45 มีปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขาดงบประมาณในการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 55
- 2) การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป
- 3) สมาชิกกลุ่มไม่สามารถนำสินค้าไปขายได้
- 4) สินค้ามีต้นทุนสูง ไม่สามารถลดราคาได้
- 5) อื่นๆ.....
- 6) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 48)

47. จากปัญหาในข้อ 46 ท่านมีวิธีแก้ปัญหอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขอบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ/ผู้นำท้องถิ่น 56
- 2) เพิ่มการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น
- 3) ขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐจัดวิทยากรมาให้ความรู้เรื่องการขายแก่สมาชิก
- 4) ใช้วิธีการแถมสินค้าเมื่อลูกค้าซื้อในปริมาณมาก
- 5) อื่นๆ.....
- 6) ปล่อยปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

48. สมาชิกกลุ่มมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สื่อวิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์ 2) เจ้าหน้าที่รัฐมาแจ้งให้ทราบ 57
- 3) ป้ายประกาศ 4) การประชุมกลุ่ม
- 5) อื่นๆ.....
- 6) ไม่มีการรับรู้ข่าวสารด้านการตลาดจากแหล่งต่างๆ (ข้ามไปตอบข้อ 50)

49. ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดที่จำเป็นต่อกลุ่มอาชีพในด้านการตัดสินใจในการดำเนินงาน มีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ราคาของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด 58
- 2) แนวโน้มความขึ้น-ลง ของราคาสินค้า
- 3) แหล่งจำหน่ายสินค้า
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีการนำข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดมาประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงาน

50. กลุ่มอาชีพของท่านมีการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดแก่สมาชิกอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) มีเจ้าหน้าที่เข้ามาให้คำแนะนำ ฝึกอบรม เกี่ยวกับความรู้ด้านการตลาด 59
- 2) เรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง
- 3) ส่งตัวแทน ไปเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จแล้ว
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดแก่สมาชิก (ข้ามไปตอบข้อ 53)

51. ในการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดแก่สมาชิกมีปัญหาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ไม่มีเจ้าหน้าที่เข้ามาให้คำปรึกษา แนะนำความรู้ด้านการตลาด 60
- 2) สมาชิก ไม่มีความรู้ ขาดทักษะ ในการปฏิบัติงานด้านการตลาด
- 3) ไม่มีกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จด้านการตลาดที่พอจะส่งตัวแทนไปเรียนรู้ได้
- 4) อื่นๆ.....
- 5) ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 53)

52. จากปัญหาในข้อ 51 ท่านมีวิธีแก้ปัญหาว่อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่เพื่อจัดวิทยากรเข้ามาให้ความรู้ 61
- 2) ส่งสมาชิก ไปอบรม ดูงาน ทักษะศึกษา นอกสถานที่
- 3) อื่นๆ.....
- 4) ปล่อยปัญหาทิ้งไว้เฉยๆ เพราะ.....

53. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก 3

**โครงสร้างการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประกอบการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการ
พัฒนากระบวนการทางการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพในชนบท จ.ปัตตานี**

**โครงสร้างการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประกอบการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการ
พัฒนากระบวนการทางการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพในชนบท จ.ปัตตานี**

1. ท่านเข้าไปสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดแก่กลุ่มอาชีพอย่างไรบ้าง มีปัญหาอย่างไร และได้แก้ไขปัญหาอย่างไร
2. กลุ่มอาชีพแต่ละประเภท ท่านให้การสนับสนุนเหมือนกันหรือไม่ เพราะเหตุใด
3. ผู้นำกลุ่มอาชีพมีความรู้ความสามารถในการบริหารงานด้านการตลาดหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. สมาชิกกลุ่มอาชีพมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไร มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร
5. การดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพมีเป้าหมายอย่างไร ในทางปฏิบัติมีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
6. การจัดประชุมของกลุ่มอาชีพ ท่านเห็นว่ามีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
7. ท่านให้งบประมาณสนับสนุนกลุ่มอาชีพในด้านใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด
8. วัตถุประสงค์ในการผลิตของกลุ่มอาชีพได้มาจากแหล่งใด เหมาะกับการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพหรือไม่ เพราะเหตุใด
9. สิ่งอำนวยความสะดวก/สาธารณูปโภคพื้นฐาน ในท้องถิ่นเป็นอย่างไร เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหรือไม่ และท่านได้เข้าไปช่วยเหลือหรือไม่ อย่างไร
10. ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร และท่านได้เข้าไปส่งเสริมหรือให้การพัฒนาเพื่อประโยชน์ด้านการตลาดอย่างไรบ้าง
11. ผลผลิตของกลุ่มอาชีพมีการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่ และท่านได้เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างไร ผลลัพธ์เป็นอย่างไร
12. ในการกำหนดว่าจะขายสินค้าให้แก่ลูกค้ากลุ่มใด ท่านเข้าไปช่วยเหลือหรือไม่ อย่างไร
13. ท่านเข้าไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร
14. ท่านเข้าไปกำหนดราคาให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร
15. ท่านเข้าไปพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร
16. ท่านเข้าไปพัฒนาการส่งเสริมการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร
17. กลุ่มอาชีพมีการรับรู้ข่าวสารการตลาดจากแหล่งใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร
18. ท่านเข้าไปพัฒนาความรู้ด้านการตลาดให้แก่กลุ่มอาชีพหรือไม่ อย่างไร
19. ท่านมีข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพในชนบท จ.ปัตตานี อย่างไรบ้าง

ภาคผนวก 4

รายการความสัมพันธ์ต่างๆ ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด			
	0-1 ราย	2-3 ราย	มากกว่า 3 ราย	รวม
1. เพศ - ชาย	21	9	31	61
	- หญิง	25	14	32
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี	25	14	30	69
	- 41 ปีขึ้นไป	21	9	33
3. ศาสนา - พุทธ	18	4	26	48
	- อิสลาม	28	19	37
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา	20	11	33	64
	- มัธยมศึกษาขึ้นไป	26	12	30
5. อาชีพ - เกษตรกรรม	24	8	38	70
	- ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	21	15	24
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท	37	18	48	103
	- 30,001 บาทขึ้นไป	9	5	15
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี	31	14	39	84
	- 4 ปีขึ้นไป	15	9	24
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน	15	7	22	44
	- รองประธานและเลขานุการ	30	16	38
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง	19	7	40	66
	- ด้านอุตสาหกรรม	3	16	23

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย				
	สอบถาม	ใช้ฟรี	นิทรรศการ	ไม่มีกำหนด	รวม
1. เพศ - ชาย	7	2	12	43	64
	- หญิง	27	9	38	24
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี	14	7	22	38	81
	- 41 ปีขึ้นไป	20	4	28	29
3. ศาสนา - พุทธ	8	1	19	24	52
	- อิสลาม	26	10	31	43
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา	18	4	24	36	82
	- มัธยมศึกษาขึ้นไป	16	7	26	31
5. อาชีพ - เกษตรกรรม	19	3	36	30	88
	- ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	14	8	14	36
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท	25	8	41	53	127
	- 30,001 บาทขึ้นไป	9	3	9	14
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี	21	4	30	44	99
	- 4 ปีขึ้นไป	13	7	20	23
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน	13	4	17	22	56
	- รองประธานและเลขานุการ	21	6	31	44
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง	10	1	15	44	70
	- ด้านอุตสาหกรรม	24	10	35	23

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาผลิตภัณฑ์					
	วัตถุประสงค์	หีบห่อ	ตรา	ขนาด	สร้าง ไม่ได้	รวม
1. เพศ - ชาย - หญิง	25	5	4	5	21	60
	33	17	16	6	15	87
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี - 41 ปีขึ้นไป	29	14	11	18	19	91
	29	8	9	21	17	84
3. ศาสนา - พุทธ - อิสลาม	22	7	6	16	12	63
	36	15	14	23	24	112
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา - มัธยมศึกษาขึ้นไป	21	10	10	25	22	88
	37	12	10	14	14	87
5. อาชีพ - เกษตรกรรม - ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	31	10	9	21	24	95
	25	12	11	18	12	78
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท - 30,001 บาทขึ้นไป	42	19	18	33	32	144
	16	3	2	6	4	31
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี - 4 ปีขึ้นไป	36	11	9	25	31	112
	22	11	11	14	5	63
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน - รองประธานและเลขานุการ	18	8	9	13	13	61
	38	13	10	25	22	108
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง - ด้านอุตสาหกรรม	28	4	1	12	24	69
	30	18	19	27	12	106

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการพัฒนาราคา

ตัวแปรตาม	การพัฒนาราคา			
	ต้นทุน	ราคาตลาด	จนท. กำหนด ให้	รวม
ตัวแปรต้น				
1. เพศ - ชาย	41	44	4	89
- หญิง	57	50	6	113
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี	53	50	6	109
- 41 ปีขึ้นไป	45	44	4	93
3. ศาสนา - พุทธ	36	34	1	71
- อิสลาม	62	60	9	131
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา	45	48	4	97
- มัธยมศึกษาขึ้นไป	53	46	6	105
5. อาชีพ - เกษตรกรรม	54	53	-	107
- ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	43	40	-	83
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท	79	79	10	168
- 30,001 บาทขึ้นไป	19	15	-	34
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี	59	63	9	131
- 4 ปีขึ้นไป	39	31	1	71
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน	34	32	2	68
- รองประธานและเลขาฯ	61	60	8	129
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง	41	45	4	90
- ด้านอุตสาหกรรม	57	49	6	112

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการพัฒนาช่องทางกรจำหน่าย

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาช่องทางกรจำหน่าย				
	ชื่อเอง	เปิดร้าน	ฝากขาย	สมาชิก ขาย	รวม
1. เพศ - ชาย - หญิง	47	9	12	15	83
	63	14	42	11	130
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี - 41 ปีขึ้นไป	60	9	29	14	112
	50	14	25	12	101
3. ศาสนา - พุทธ - อิสลาม	40	4	16	9	69
	70	19	38	17	144
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา - มัธยมศึกษาขึ้นไป	50	11	30	12	103
	60	12	24	14	110
5. อาชีพ - เกษตรกรรม - ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	60	9	31	11	111
	48	14	23	15	100
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท - 30,001 บาทขึ้นไป	88	21	45	23	177
	22	2	9	3	36
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี - 4 ปีขึ้นไป	69	22	31	21	143
	41	1	23	5	70
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน - รองประธานและเลขา	39	6	18	10	73
	68	16	34	16	134
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง - ด้านอุตสาหกรรม	52	9	9	15	85
	58	14	45	11	128

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การส่งเสริมการตลาด				
	โฆษณา	ตัวแทน ขาย	ลดราคา	ไม่ คณง.	รวม
1. เพศ - ชาย - หญิง	25	29	20	9	83
	39	39	27	8	113
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี - 41 ปีขึ้นไป	35	37	25	9	106
	29	31	22	8	90
3. ศาสนา - พุทธ - อิสลาม	22	21	20	8	71
	42	47	27	9	125
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา - มัธยมศึกษาขึ้นไป	26	36	25	9	96
	38	32	22	8	100
5. อาชีพ - เกษตรกรรม - ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	36	36	28	8	108
	27	31	19	8	85
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท - 30,001 บาทขึ้นไป	44	56	40	14	154
	20	12	7	3	42
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี - 4 ปีขึ้นไป	33	49	27	10	119
	31	19	20	7	77
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน - รองประธานและเลขาฯ	23	25	19	4	71
	38	42	27	12	119
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง - ด้านอุตสาหกรรม	28	30	22	9	89
	36	38	25	8	107

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการรับรู้ข่าวสารการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การรับรู้ข่าวสารการตลาด					
	สื่อ	จนท.	ป้าย	ประชุม	ไม่รับรู้	รวม
1. เพศ - ชาย - หญิง	18	19	9	25	12	83
	19	39	8	54	1	121
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี - 41 ปีขึ้นไป	14	34	11	41	5	105
	23	24	6	38	8	99
3. ศาสนา - พุทธ - อิสลาม	16	14	5	22	7	64
	21	44	12	57	6	140
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา - มัธยมศึกษาขึ้นไป	14	32	5	40	6	97
	23	26	12	39	7	107
5. อาชีพ - เกษตรกรรม - ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	20	32	4	50	5	111
	16	25	12	27	8	88
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท - 30,001 บาทขึ้นไป	28	51	15	60	6	160
	9	7	2	19	7	44
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี - 4 ปีขึ้นไป	19	39	12	55	5	130
	18	19	5	24	8	74
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน - รองประธานและเลขา	14	18	3	29	4	68
	21	38	14	47	9	129
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง - ด้านอุตสาหกรรม	20	22	10	34	10	96
	17	36	7	45	3	108

รายการความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับการพัฒนาความรู้ด้านการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาความรู้ด้านการตลาด		
	อบรม,เรียนรู้, ส่งตัวแทน	ไม่มีการพัฒนา	รวม
1. เพศ - ชาย	72	7	79
	- หญิง	120	1
2. อายุ - ไม่เกิน 40 ปี	104	2	106
	- 41 ปีขึ้นไป	88	6
3. ศาสนา - พุทธ	62	3	65
	- อิสลาม	130	5
4. ระดับการศึกษาสูงสุด - ประถมศึกษา	97	7	104
	- มัธยมศึกษาขึ้นไป	95	1
5. อาชีพ - เกษตรกรรม	107	4	111
	- ค้าขาย/รับจ้าง/ประมง	82	4
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี - ไม่เกิน 30,000 บาท	160	4	164
	- 30,001 บาทขึ้นไป	32	4
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก - 1-3 ปี	119	5	124
	- 4 ปีขึ้นไป	73	3
8. ตำแหน่งปัจจุบัน - ประธาน	63	2	65
	- รองประธานและเลขานุการ	123	6
9. กลุ่มอาชีพ - ด้านการเกษตรและด้านช่าง	82	6	88
	- ด้านอุตสาหกรรม	110	2

รายการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด			
	0-1 ราย	2-3 ราย	มากกว่า 3 ราย	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาค่าไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	29	14	38	81
	11	7	15	33
	9	14	19	42
	9	2	6	17
2. ห้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	15	7	28	50
	31	16	34	81
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - ค่าไร - พ้อค่าคนกลาง - ลูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	13	11	24	48
	5	7	23	35
	25	10	25	60
	21	9	19	49
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	1	10	16	27
	17	7	26	50
	27	12	41	80
	13	6	10	29
5. เป้าหมายกลุ่ม - ค่าไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	28	17	27	72
	28	9	33	70
	12	10	23	45
	22	8	20	50
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	31	19	58	108
	15	4	5	24
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	34	20	51	105
	12	3	12	27
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	36	23	51	110
	10	0	12	22
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	41	13	56	110
	5	10	7	22
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	25	9	34	68
	21	14	29	64
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	10	14	24	48
	3	8	5	16
	14	9	12	35
	30	6	31	67

รายการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการแบ่งตัวนคลาดและกำหนดคลาดเป้าหมาย

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การแบ่งตัวนคลาดและกำหนดคลาดเป้าหมาย				
	สอบถาม	ใช่/ฟรี	นิทรรศการ	ไม่มีกำหนด	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดลาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	21	7	33	43	104
	9	6	9	17	41
	13	7	11	24	55
	2	1	12	5	20
2. ห้องดินสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	16	6	19	23	64
	17	5	31	44	97
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - ก้าวไร - พอดีกลาง - ถูกคำประจำ - ชื่อเสียง	18	5	24	19	66
	11	4	9	19	43
	8	2	18	38	66
	11	4	26	19	60
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	9	5	7	14	35
	14	3	21	26	64
	24	8	33	36	101
	5	2	9	18	34
5. เป้าหมายกลุ่ม - ก้าวไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	21	9	26	39	95
	18	8	25	35	86
	13	5	20	22	60
	14	3	21	22	60
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	34	11	47	46	138
	-	-	3	21	24
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	31	11	48	43	133
	3	-	2	24	29
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	25	11	37	60	133
	9	-	13	7	29
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	31	8	42	54	135
	3	3	8	13	27
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	11	5	27	35	78
	23	6	23	32	84
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	23	8	26	14	71
	10	5	9	3	27
	8	5	24	9	46
	8	1	14	46	39

รายการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาผลิตภัณฑ์					
	วัตถุประสงค์	หีบห่อ	ตรา	ขนาด	สร้างไม่ได้	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดตลาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	35	14	12	26	20	107
	14	8	5	10	12	49
	17	7	3	7	17	51
	10	5	7	7	1	30
2. ห้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	26	9	7	14	9	65
	31	13	13	25	27	109
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - กำไร - พ่อค้าคนกลาง - ลูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	24	10	5	13	14	66
	13	7	7	9	14	50
	24	12	13	23	15	87
	27	12	10	23	1	73
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	13	7	3	6	9	38
	20	11	7	19	11	68
	37	11	13	24	25	110
	14	7	4	9	4	38
5. เป้าหมายกลุ่ม - กำไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	24	17	14	27	22	104
	32	13	16	29	10	100
	22	9	9	15	11	66
	22	13	11	21	10	77
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	57	19	17	32	24	149
	1	3	3	7	12	26
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	54	22	20	31	22	149
	4	-	-	8	14	26
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	58	19	11	31	29	148
	-	3	9	8	7	27
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	52	13	11	28	30	134
	6	9	9	11	6	41
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	33	12	9	20	9	83
	25	10	11	19	27	92
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	22	14	9	16	17	78
	12	12	7	10	-	41
	31	13	7	13	3	67
	21	3	9	17	10	60

รายการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการพัฒนาราคา

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาราคา			
	ต้นทุน	ราคาตลาด	จนท.กำหนด	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดตลาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	62	57	-	119
	27	26	-	53
	26	27	-	53
	12	13	-	25
2. ท้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	38	37	6	81
	59	57	4	120
3. ความรู้ผู้เฝ้ากลุ่ม - กำไร - พ่อค้าคนกลาง - ถูกค้าประจำ - ซื้อเสียง	33	32	-	65
	22	29	-	51
	48	41	-	89
	43	29	-	72
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	15	19	-	34
	35	36	-	71
	60	58	-	118
	21	22	-	43
5. เป้าหมายกลุ่ม - กำไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ซื้อเสียง	51	56	-	107
	61	50	-	111
	37	38	-	75
	39	34	-	73
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	83	79	10	172
	15	15	-	30
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	79	73	10	162
	19	21	-	40
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	77	76	10	163
	21	18	-	39
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	84	76	8	168
	14	18	2	34
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	50	45	5	100
	48	49	5	102
11. สภาพสังคม - ครองประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	33	39	8	80
	10	16	4	30
	33	26	5	64
	49	41	2	92

รายการความสัมพันธระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาช่องทางการจำหน่าย				
	ซื้อเอง	เปิดร้าน	ฝากขาย	สมาชิกขาย	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หักขาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	70	16	33	12	131
	23	9	18	9	59
	33	9	16	8	66
	16	5	7	3	31
2. ท้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	38	7	18	16	79
	72	16	35	10	133
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - กำไร - พ่อค้าคนกลาง - ลูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	40	15	18	6	79
	28	7	14	12	61
	49	7	26	12	94
	43	11	24	3	81
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	19	7	8	9	43
	41	11	25	10	87
	66	11	35	20	132
	24	6	9	3	42
5. เป้าหมายกลุ่ม - กำไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	60	14	32	11	117
	56	8	37	20	121
	42	8	21	8	79
	45	10	19	7	81
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	91	23	47	-	161
	19	-	7	-	26
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	86	21	48	-	155
	24	2	6	-	32
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	89	19	39	22	169
	21	4	15	4	44
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	93	18	40	19	170
	17	5	14	7	43
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	58	5	28	5	96
	52	18	26	21	117
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภายท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	44	20	32	8	104
	13	7	13	3	36
	32	12	25	5	74
	50	3	10	15	78

รายการความสัมพันธระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การส่งเสริมการตลาด				
	โฆษณา	ตัวแทนขาย	ลดราคา	ไม่ คง.	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดตลาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	36	43	37	11	127
	17	23	15	1	56
	20	20	15	9	64
	13	7	3	-	23
2. ท้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	25	33	15	2	75
	38	35	32	15	120
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - ทำไร - พ่อค้าคนกลาง - ลูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	26	22	17	5	70
	12	23	18	4	57
	27	30	24	9	90
	32	17	17	7	73
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	15	17	6	2	40
	22	32	25	7	86
	34	48	31	11	124
	19	9	7	3	38
5. เป้าหมายกลุ่ม - ทำไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	39	37	32	7	115
	37	46	25	6	114
	19	27	19	6	71
	33	24	20	3	80
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	56	62	36	10	164
	8	6	11	7	32
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	59	56	36	11	162
	5	12	11	6	34
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	60	51	28	16	155
	4	17	19	1	41
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	52	57	39	11	159
	12	11	8	6	37
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	38	27	21	13	99
	26	41	26	4	97
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	27	30	19	4	80
	13	13	7	-	33
	29	14	6	4	53
	25	32	26	9	92

รายการความสัมพันธระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการรับรู้ข่าวสารการตลาด

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การรับรู้ข่าวสารการตลาด					
	สื่อ	จนท.	ป้าย	ประชุม	ไม่รับรู้	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดตลาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	24	37	12	48	7	128
	12	18	8	19	1	58
	12	18	12	24	8	74
	5	10	-	14	-	29
2. ท้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	19	25	9	30	2	85
	18	33	8	48	11	118
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - กำไร - พ่อค้าคนกลาง - ลูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	12	23	7	35	3	80
	18	16	9	17	1	61
	14	23	8	25	9	79
	13	27	4	33	5	82
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	16	14	10	14	-	54
	16	24	10	29	5	84
	23	40	10	51	4	128
	5	11	1	17	5	39
5. เป้าหมายกลุ่ม - กำไร - ขยายตลาด - รักษาออคขาย - ชื่อเสียง	17	37	11	45	7	117
	26	30	10	35	5	106
	11	16	3	31	2	63
	14	26	5	37	2	84
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	36	52	12	79	-	179
	1	6	5	-	13	25
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	35	53	15	65	3	171
	2	5	2	14	10	33
8. วัตถุดิบ - ได้ - ไม่ได้	33	49	1	68	13	179
	4	9	1	11	-	25
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	32	45	11	72	10	170
	5	13	6	7	3	34
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	20	33	7	45	6	111
	17	25	10	34	7	93
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุดิบท้องถิ่น - ไม่มีผล	18	27	9	36	-	90
	10	6	7	8	-	31
	15	29	3	24	-	71
	11	17	6	33	-	67

รายการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการพัฒนาความรู้

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	การพัฒนาความรู้				
	ฝึกอบรม	เรียนรู้	ส่งตัวแทน	ไม่พัฒนา	รวม
1. รัฐสนับสนุน - งบน้อย - หาดขาดไม่ได้ - ไม่ช่วยจริงจัง - ไม่มีปัญหา	39	59	31	-	129
	16	22	12	-	50
	20	26	12	-	58
	13	12	3	-	28
2. ห้องถิ่นสนับสนุน - สนับสนุนมาก - สนับสนุนน้อย	28	35	16	-	79
	32	58	22	-	112
3. ความรู้ผู้นำกลุ่ม - กำไร - ท่อค้ำคนกลาง - ถูกค้าประจำ - ชื่อเสียง	23	37	13	-	73
	19	20	15	-	54
	20	43	19	-	82
	25	40	19	-	84
4. สมาชิก - ไม่รวมมือ - ไม่มีเวลา - ไม่มีความรู้ - ไม่มีปัญหา	9	22	11	-	42
	30	34	18	-	82
	42	57	28	-	127
	10	21	4	-	35
5. เป้าหมายกลุ่ม - กำไร - ขยายตลาด - รักษายอดขาย - ชื่อเสียง	33	53	23	-	109
	34	51	24	-	109
	19	29	8	-	56
	26	46	14	-	86
6. ประชุมกลุ่ม - มี - ไม่มี	55	78	35	1	169
	5	16	3	7	31
7. งบประมาณ - มี - ไม่มี	53	75	36	3	167
	7	19	2	5	33
8. วัตถุประสงค์ - ได้ - ไม่ได้	42	81	29	7	159
	18	13	9	1	41
9. ถนน - สะดวก - ไม่สะดวก	52	81	29	4	166
	8	13	9	4	34
10. โทรศัพท์ - มี - ไม่มี	30	48	26	-	104
	30	46	12	-	88
11. สภาพสังคม - ตรงประเพณี - ภาษาท้องถิ่น - วัตถุประสงค์ท้องถิ่น - ไม่มีผล	27	32	16	-	75
	7	15	5	-	27
	16	30	15	-	61
	25	48	12	-	85