

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค
ปัจจัยทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

แบบสัมภาษณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค
ปัจจัยทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดในการ

สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคปัจจัยทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้ข้อมูลชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงานที่สังกัด.....

ตอนที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคปัจจัยทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

1. ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของโครงสร้างพื้นฐานในจังหวัดของท่าน ได้แก่ สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกาย และสวนสาธารณะที่ช่วยสนับสนุนกีฬาเชิงสุขภาพ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

2. ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของโรงเรียนกีฬา ศูนย์พัฒนานักกีฬาในจังหวัดของท่าน ที่ช่วยสนับสนุนกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

3. ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของรายการแข่งขันกีฬา ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น การคมนาคมขนส่ง ที่พัก สิ่งดึงดูดใจ อาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดของท่าน ที่ช่วยสนับสนุนกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

4. ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการในจังหวัดของท่าน ได้แก่ ห้องน้ำที่สะอาด สาธารณูปโภค ป้าย แหล่งช้อปปิ้ง ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ศูนย์นักท่องเที่ยว การสื่อสารโทรคมนาคม และบริการฉุกเฉินที่ช่วยสนับสนุนในการยกระดับมาตรฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

5. ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของผลิตภัณฑ์กีฬา ในจังหวัดของท่าน ได้แก่ ลิขสิทธิ์ตัวสินค้า ของสะสมและของที่ระลึก ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

6) ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดแข็งและโอกาสของระบบสารสนเทศทางกีฬา ในจังหวัดของท่าน ได้แก่ สื่อทางกีฬาที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

7) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกายและสวนสาธารณะ ในการสนับสนุนกีฬาเชิงสุขภาพในจังหวัดของท่าน คืออะไร

8) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของโรงเรียนกีฬา ศูนย์พัฒนานักกีฬา ในการพัฒนาไปสู่กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ในจังหวัดของท่าน คืออะไร

9) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของรายการแข่งขันกีฬา ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น การคมนาคมขนส่ง ที่พัก สิ่งดึงดูดใจ อาหารและเครื่องดื่ม ในการพัฒนาไปสู่กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดของท่าน คืออะไร

10) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการ ได้แก่ ห้องน้ำที่สะอาด สาธารณูปโภค ป้าย แหล่งช้อปปิ้ง ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ศูนย์นักท่องเที่ยว การสื่อสารโทรคมนาคม และบริการฉุกเฉิน ในการยกระดับมาตรฐานเมืองกีฬา ในจังหวัดของท่าน คืออะไร

11) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์กีฬา ได้แก่ ลิขสิทธิ์ตัวสินค้า ของสะสมและของที่ระลึกในจังหวัดของท่าน คืออะไร

12) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของระบบสารสนเทศทางกีฬา ได้แก่ สื่อทางกีฬา ในจังหวัดของท่าน คืออะไร

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ กลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

แบบสัมภาษณ์ กลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างแบบสอบถามกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้ข้อมูลชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงานที่สังกัด.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

1. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานของโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ สนามกีฬา สถานที่ออกกำลังกายและสวนสาธารณะ จังหวัดของท่านในการสนับสนุนกีฬาเชิงสุขภาพ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

2. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานโรงเรียนกีฬา ศูนย์พัฒนานักกีฬา จังหวัดของท่านในการพัฒนาไปสู่กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

3. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับ รายการแข่งขันกีฬา ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น การคมนาคมขนส่ง ที่พัก สิ่งดึงดูดใจ อาหารและเครื่องดื่ม จังหวัดของท่านในการพัฒนาไปสู่กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

4. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการ ได้แก่-ห้องน้ำที่สะอาด สาธารณูปโภค ป้าย แหล่งข้อปึง ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ศูนย์นักท่องเที่ยว การสื่อสารโทรคมนาคม และบริการฉุกเฉิน จังหวัดของท่านในการยกระดับมาตรฐานเมืองกีฬา ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

5. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์กีฬา ได้แก่ ลิขสิทธิ์ตัวสินค้า ของสะสมและของที่ระลึก จังหวัดของท่านในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

6. ท่านมีแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับ ระบบสารสนเทศทางกีฬา ได้แก่ สื่อทางกีฬา จังหวัดของท่านในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา ในประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไรบ้าง 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ 8) ด้านการสร้างลูกค้า 9) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ 10) ด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร 11) ด้านการประเมินความเสี่ยง 12) ด้านจินตนาการที่สร้างสรรค์

\

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม กลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง: การพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

คำชี้แจง:

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา” เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำงานวิจัยเพื่อให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถกำหนดเงื่อนไขและต่อรองกับองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างคนจนกับคนรวย และลดการกระจุกตัวของทุนเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ข้าพเจ้าใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ได้โปรดตอบแบบสอบถามชุดนี้ โดยรายละเอียดของแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนคำถาม 5 ตอน คำตอบของท่านจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และจะไม่มีการใช้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับตัวท่านในการรายงานข้อมูลรวมทั้งจะไม่มีการใช้ข้อมูลดังกล่าวกับบุคคลภายนอกอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน

ท่านต้องการรายงานสรุปผลการวิจัยหรือไม่

() ต้องการ E - mail _____

() ไม่ต้องการ

หากท่านต้องการรายงานสรุปผลการวิจัย โปรดระบุ E-mail Address ของท่าน หรือแนบนามบัตรของท่านมากับแบบสอบถามชุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้อย่างถูกต้องครบถ้วน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถาม โปรดติดต่อผู้วิจัย นางสาวศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 081-7930360 หรือ E - mail: Hongsombud@hotmail.com

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

(นางสาวศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ)

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี

ติดต่อโดยตรง:

โทรศัพท์มือถือ: 081-7930360

อีเมล: Hongsombud@hotmail.com

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงหน้า หรือระบุข้อความในช่องว่างตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. พื้นที่เมืองกีฬา

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> จังหวัดสุพรรณบุรี | <input type="checkbox"/> จังหวัดชลบุรี | <input type="checkbox"/> จังหวัดบุรีรัมย์ |
| <input type="checkbox"/> จังหวัดกระบี่ | <input type="checkbox"/> จังหวัดอุดรธานี | <input type="checkbox"/> จังหวัดศรีสะเกษ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

2. เพศ

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

3. อายุ

- | | | |
|--|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี | <input type="checkbox"/> 20 - 29 ปี | <input type="checkbox"/> 30-39 ปี |
| <input type="checkbox"/> 40 - 49 ปี | <input type="checkbox"/> 50 - 59 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี |

4. สถานภาพ

- | | | |
|------------------------------|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> หม้าย/หย่าร้าง |
|------------------------------|-------------------------------|---|

5. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
|---|---|

6. ประสบการณ์ในการทำงาน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ปี | <input type="checkbox"/> 5 - 10 ปี |
| <input type="checkbox"/> 11 - 15 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ปี |

7. อาชีพ

- | | | |
|--|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ | <input type="checkbox"/> พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> ลูกจ้าง | <input type="checkbox"/> เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,000 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 - 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 50,001 - 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 100,001-150,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 150,000 บาท |

9. ภูมิลำเนา

- | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานครและปริมณฑล | <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> ภาคใต้ | | |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมือง
กีฬา

| การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| กลยุทธ์ตราสินค้า (Brand Equity Strategies) | | | | | |
| 1. การสร้างตราสินค้าผ่านกีฬาในบริบทของการสร้างแบรนด์ในพื้นที่เมืองกีฬาในมิติของ กีฬา เศรษฐกิจ พาณิชยกรรมและสังคมภายใต้มุมมองด้านกีฬาเพื่อให้เกิดการจดจำ | | | | | |
| 2. การส่งเสริมให้มีการออกแบบสินค้าและบริการให้มีความแปลกใหม่ โดดเด่น ทันสมัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยากอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดคุณค่าต่อตราสินค้า | | | | | |
| 3. การสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้มีลักษณะเฉพาะ หลากหลาย ตอบโจทย์นักกีฬาและนักท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนองตอบความต้องการเลือกสรรของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า | | | | | |
| 4. การสร้างการจดจำตราสินค้าและคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างการดึงดูดใจและการจดจำตราสินค้า | | | | | |
| 5. การมุ่งเน้นในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นอยู่เสมอเพื่อให้บรรลุความคาดหวังของลูกค้า | | | | | |
| กลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation Strategies) | | | | | |
| 6. การสนับสนุนให้มีการจัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยสินค้าและบริการให้แปลกใหม่ โดดเด่น และทันสมัย เพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของตลาดอยู่เสมอ | | | | | |
| 7. การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทำให้สินค้าและบริการมีความทันสมัยในตลาดอยู่เสมอ | | | | | |
| 8. การสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ในการใช้นวัตกรรมในการทำงาน และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น | | | | | |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมือง
กีฬา (ต่อ)

| การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 9. การให้ความสำคัญกับการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงพัฒนาสินค้า/บริการมากขึ้นเพื่อให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์/บริการที่มีอยู่ให้มีศักยภาพมากขึ้น | | | | | |
| 10. การมุ่งเน้นในการแสวงหาโอกาสและความเป็นไปได้ในการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการเลือกสรรของลูกค้า | | | | | |
| กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategies) | | | | | |
| 11. การสร้างข้อความ เนื้อหา รูปภาพ หรือรายละเอียดที่น่าสนใจ รวมถึงชาวประชาสัมพันธ์ข้อความที่ชัดเจนและสม่ำเสมอโดยการส่งข้อความในสื่อสาธารณะ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, YouTube และ LinkedIn โดยปรับแต่งการส่งข้อความไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด | | | | | |
| 12. การใช้ Email: โดยการสร้างรายชื่ออีเมลกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้รับข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา และสมัครรับจดหมายข่าว e-book ฟรีและส่วนลดเพื่อแลกกับอีเมล จากนั้นส่งเอกสารทางการตลาด เช่น ส่วนลดและโปรโมชั่น | | | | | |
| 13. การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องโดยให้มีเคลื่อนไหว และมีการสื่อสารบนโลกเสมือน ในการเชื่อมโยงเหตุการณ์ การแข่งขัน ความสนุก โดยการเผยแพร่ภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ ทำสื่อสารสนเทศที่มีเนื้อหาที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือน ทำได้ และสื่อสารได้ในเวลาที่ผู้คนกำลังสนใจ | | | | | |
| 14. การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กีฬาบนอินเทอร์เน็ต เช่น การจัดกิจกรรมทายผลการแข่งขัน การเป็นสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนรายการแข่งขัน การสนับสนุนนักกีฬา การซื้อลิขสิทธิ์ตัวสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ ของที่ระลึกเพื่อการสะสมที่จำหน่ายหรือแจกให้กับลูกค้า การซื้อป้ายโฆษณาในสนามแข่ง การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ในช่วงการแข่งขัน การจัดฝึกอบรมและส่งเสริมทักษะด้านการเล่นกีฬาให้กับเยาวชน ฯลฯ | | | | | |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมือง
กีฬา (ต่อ)

| การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 15. การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย E-Commerce ผลิตภัณฑ์กีฬา และของสะสม ของที่ระลึกของผลิตภัณฑ์กีฬابนเครือข่ายโฮมช้อปปิ้ง และการตลาดผลิตภัณฑ์กีฬابนอินเทอร์เน็ต เพื่อขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น | | | | | |
| กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพในการบริการ (Service Professionalism Strategies) | | | | | |
| 16. การส่งเสริมการวิเคราะห์ถึงความต้องการการบริการในอนาคต จะเป็นข้อมูลให้สามารถวางแผนการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย | | | | | |
| 17. การให้ความสำคัญกับการรับฟังความต้องการ ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที | | | | | |
| 18. การให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจและสร้างความผูกพันกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยทำการติดตามและสื่อสารแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ลูกค้าอยู่เป็นประจำ | | | | | |
| 19. การมีรูปแบบการบริการให้ลูกค้าเลือกสรรอย่างหลากหลายที่สามารถเพิ่มคุณค่าในการบริการภายใต้ต้นทุนการบริการที่ต่ำกว่าค้มูลค่ากับจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป | | | | | |
| 20. การส่งเสริมบุคลากรให้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์การบริการให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้เสมอ | | | | | |
| กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (Platform Uniqueness Strategies) | | | | | |
| 21. การส่งเสริมความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้โดดเด่นภายใต้ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ จะช่วยเพิ่มความมั่นคงในระยะยาว | | | | | |
| 22. การสร้างแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงกับศักยภาพพื้นที่เมืองกีฬาที่มีอยู่ เช่น แพลตฟอร์มการแข่งขันกีฬา แพลตฟอร์มทีมกีฬา แพลตฟอร์มการมีส่วนร่วมด้านกีฬา หรือแพลตฟอร์มกีฬาในแต่ละพื้นที่เมืองกีฬา | | | | | |

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมือง
กีฬา (ต่อ)

| การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 23. การสร้างแพลตฟอร์มการตลาดโซเชียลมีเดียทั้งหมด “ไฮบริด” บน Facebook, Instagram, Twitter, YouTube และ LinkedIn โดยการโพสต์ข้อมูลทั่วไปอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมกีฬาด้วยรูปภาพสถานะและวิดีโอ | | | | | |
| 24. การสร้างแผนการตลาดกีฬาที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ อาทิ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมด้วยกิจกรรมกองเชียร์ มีกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ร่วมด้วย เช่น ตลาดสินค้า ไอทีอป กิจกรรมนำเที่ยว มีโปรโมชั่นที่ประสานประโยชน์ให้นักวิ่งและชุมชน สร้างความสนใจได้ตั้งแต่ตอนสมัครไปจนถึงวันแข่ง | | | | | |
| 25. การสร้างโปรแกรมการจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีข้อเสนอในรูปแบบ Customized Packages เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว | | | | | |

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

| การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| <p>การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา (Create Economy Value Added for Sports City)</p> <p>1. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการได้หลากหลาย มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เลียนแบบได้ยาก นำมาสู่การเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว</p> | | | | | |
| <p>2. ความสามารถในการตอบสนองหรือปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด เช่น การเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาและ การเปลี่ยนแปลงทางด้าน เทคโนโลยี ได้อย่างต่อเนื่อง</p> | | | | | |
| <p>3. การได้รับการยอมรับและความพึงพอใจจากลูกค้าทั้งในอดีตและลูกค้าปัจจุบันได้อย่างต่อเนื่อง</p> | | | | | |
| <p>4. การมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดได้ตามเป้าหมายและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> | | | | | |
| <p>5. การส่งเสริมการตลาดที่ประสบความสำเร็จ สามารถรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง</p> | | | | | |

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

| ปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| ความผันผวนทางการตลาด (Market Turbulence) | | | | | |
| 1. สภาพการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน | | | | | |
| 2. ปัจจุบันกิจกรรมทางการตลาดมีความซับซ้อน ทำให้วิเคราะห์สถานการณ์ได้ยาก จึงต้องใช้ความสามารถสูงสุดในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า | | | | | |
| 3. การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 4. คู่แข่งขันมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายและปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ทำให้กิจการต้องใช้ความสามารถในการคาดคะเนแผนกลยุทธ์ของคู่แข่งอย่างถูกต้อง | | | | | |
| 5. การให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้มีศักยภาพด้านการแข่งขัน | | | | | |

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬาได้โปรดเสนอแนะในช่องว่างข้างล่างนี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถามทุกข้อ ได้โปรดพับแบบสอบถามและใส่ซองที่แนบมาพร้อมนี้ ส่งคืนตามที่อยู่ที่ระบุ หากท่านต้องการรายงานสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถาม ข้าพเจ้ายินดีที่จะจัดส่งรายงานสรุปให้แก่ท่านภายหลังเสร็จสิ้นการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ง
คุณภาพของเครื่องมือ

ตาราง 12 รายละเอียดค่า Factor loading และค่า Cronbach's alpha

| Items | Factor Loadings | Cronbach Alpha |
|---|-----------------|----------------|
| กลยุทธ์ตราสินค้า (BE) | .704 - .821 | 0.833 |
| กลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PI) | .717 - .804 | 0.822 |
| กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (SM) | .655 - .798 | 0.823 |
| กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพในการบริการ (SP) | .741 - .780 | 0.815 |
| กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (PU) | .695 - .805 | 0.832 |
| ความผันผวนทางการตลาด (MT) | .757 - .816 | 0.838 |
| การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา (VA) | .749 - .833 | 0.850 |

ตาราง 13 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม

| ข้อที่ | ค่าอำนาจจำแนก (r) | ค่าความเชื่อมั่น |
|--|-------------------|------------------|
| 1. กลยุทธ์ตราสินค้า (Brand Equity Strategies) | | |
| 1 | 0.821 | |
| 2 | 0.704 | |
| 3 | 0.767 | |
| 4 | 0.781 | |
| 5 | 0.795 | |
| โดยรวม | | 0.833 |
| 2. กลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation Strategies) | | |
| 1 | 0.763 | |
| 2 | 0.768 | |
| 3 | 0.804 | |
| 4 | 0.771 | |
| 5 | 0.717 | |
| โดยรวม | | 0.822 |
| 3. กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategies) | | |
| 1 | 0.655 | |
| 2 | 0.798 | |
| 3 | 0.779 | |
| 4 | 0.791 | |
| 5 | 0.797 | |
| โดยรวม | | 0.823 |
| 4. กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพในการบริการ (Service Professionalism Strategies) | | |
| 1 | 0.760 | |
| 2 | 0.780 | |
| 3 | 0.749 | |
| 4 | 0.765 | |
| 5 | 0.741 | |
| โดยรวม | | 0.815 |

ตาราง 13 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม (ต่อ)

| ข้อที่ | ค่าอำนาจจำแนก (r) | ค่าความเชื่อมั่น |
|---|-------------------|------------------|
| 5. กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (Platform Uniqueness Strategies) | | |
| 1 | 0.695 | |
| 2 | 0.804 | |
| 3 | 0.795 | |
| 4 | 0.768 | |
| 5 | 0.805 | |
| โดยรวม | | 0.832 |
| 6. ความผันผวนทางการตลาด (Market Turbulence) | | |
| 1 | 0.778 | |
| 2 | 0.757 | |
| 3 | 0.816 | |
| 4 | 0.764 | |
| 5 | 0.781 | |
| โดยรวม | | 0.838 |
| 7. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา (Create Economy Value Added for Sports City) | | |
| 1 | 0.780 | |
| 2 | 0.774 | |
| 3 | 0.749 | |
| 4 | 0.818 | |
| 5 | 0.833 | |
| โดยรวม | | 0.850 |

ตาราง 14 การทดสอบ Non-response Biases

| Comparison | N | Mean | S.D. | t | Significant Level |
|------------|-----|--------|---------|-------|-------------------|
| เพศ | | | | 0.906 | 0.341 |
| กลุ่มที่ 1 | 636 | 1.4811 | 0.50004 | | |
| กลุ่มที่ 2 | 636 | 1.5000 | 0.50039 | | |

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

ภาคผนวก จ
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตาราง 15 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

| กลยุทธ์การตลาด | การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ | | t | p-value |
|---|--------------------------------|------------------------|--------|----------|
| | สัมประสิทธิ์ถดถอย | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | | |
| ค่าคงที่ (a) | 2.233E-16 | 0.016 | 0.000 | 1.000 |
| กลยุทธ์ตราสินค้า (BE) | 0.346 | 0.027 | 12.746 | 0.000*** |
| กลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PI) | 0.111 | 0.028 | 3.958 | 0.000*** |
| กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (SM) | 0.137 | 0.033 | 4.197 | 0.000*** |
| กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพในการบริการ (SP) | 0.044 | 0.031 | 1.413 | 0.158 |
| กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (PU) | 0.281 | 0.028 | 10.030 | 0.000*** |

F = 546.327 p = 0.000 AdjR² = 0.682

*p<.10, **p<.05, ***p<.01, ^a Beta coefficients with standard errors in parenthesis.

ตาราง 16 การทดสอบความสัมพันธ์ของความเป็นตัวแปรแทรกซ้อน คือ ความผันผวนทางการตลาดที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการส่งผลกระทบต่อผลระหว่างกลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองกีฬา

| ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวในชุมชน | ความสำเร็จของการท่องเที่ยวในชุมชน | | t | p-value |
|---|-----------------------------------|------------------------|--------|----------|
| | สัมประสิทธิ์ | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | | |
| | ถดถอย | มาตรฐาน | | |
| ค่าคงที่ (a) | 0.007 | 0.016 | 0.441 | 0.660 |
| กลยุทธ์ตราสินค้า (BE) | 0.317 | 0.027 | 11.547 | 0.000*** |
| กลยุทธ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PI) | 0.116 | 0.028 | 4.158 | 0.000*** |
| กลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (SM) | 0.126 | 0.034 | 3.740 | 0.000*** |
| กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพในการบริการ (SP) | 0.062 | 0.032 | 1.969 | 0.049** |
| กลยุทธ์ความเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (PU) | 0.258 | 0.028 | 9.243 | 0.000*** |
| ความผันผวนทางการตลาด (MT) | 0.060 | 0.017 | 3.427 | 0.001*** |
| (BE*MT) | 0.010 | 0.024 | 0.411 | 0.681 |
| (PI*MT) | 0.108 | 0.025 | 4.244 | 0.000*** |
| (SM*MT) | -0.027 | 0.030 | -0.887 | 0.375 |
| (SP*MT) | -0.080 | 0.028 | -2.842 | 0.005*** |
| (PU*MT) | -0.037 | 0.027 | -1.341 | 0.180 |

F = 261.485 p = 0.000 AdjR² = 0.693

*p<.10, **p<.05, ***p<.01, ^a Beta coefficients with standard errors in parenthesis.