

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ช
สารบัญตาราง	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	4
ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
นิยามศัพท์	4
ระยะเวลาทำการวิจัยและแผนการดำเนินงานโครงการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2 เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	7
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	15
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	51
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย</b>	<b>55</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	57
ขั้นตอนในการทำการวิจัย	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	60
แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย	61

<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>63</b>
การศึกษาสภาพและศักยภาพของชุมชนด้วยการจัดเวทีชาวบ้าน	64
การศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาดด้วยการสัมภาษณ์	66
การศึกษาข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดด้วยการใช้แบบสอบถาม	70
การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการตามโครงการย่อย	80
โครงการทดสอบตลาดหลังการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทอง	86
โครงการสัมมนาเพื่อสรุปผลการวิจัยและการนำเสนอผลการวิจัย	90
การทำกิจกรรมร่วมกับชุดโครงการจัดการความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการผลิตลำไยอบแห้งสีทองของบ้านเหมืองแก้วฯ	92
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา</b>	<b>96</b>
ส่วนที่ 1 สรุปผลจากการเปิดเวทีชาวบ้านและการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม	96
ส่วนที่ 2 สรุปผลจากแบบสอบถาม	97
ส่วนที่ 3 สรุปผลจากการทำโครงการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	99
ส่วนที่ 4 การอภิปรายผลการศึกษา	100
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ	101
ส่วนที่ 6 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่ได้รับ	102
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>103</b>
ภาคผนวก ก. โครงการที่ได้รับการอนุมัติแล้ว	(1)
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามและแบบประเมินโครงการ	(17)
ภาคผนวก ค. ภาพการจัดโครงการอบรมการสร้างตราสินค้า	(25)
ภาคผนวก ง. ภาพการจัดโครงการอบรมการสร้างบรรจุภัณฑ์	(26)
ภาคผนวก จ. ภาพการโครงการทดสอบตลาด	(27)
ภาคผนวก ฉ. ภาพการศึกษาดูงานที่บ้านป่าไผ่และบ้านเจดีย์สามแม่ควัว	(28)
ภาคผนวก ช. ภาพการสัมมนาสรุปผลการวิจัย	(29)
ภาคผนวก ซ. แบบว-1สด	(30)

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยตั้งแต่ปี 2543-2549	13
2.2 หลักคิดและเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน	21
2.3 แนวคิด จุดเน้น การดำเนินการ เครื่องมือและกำไรของแนวคิดการตลาด	26
3.1 รายชื่อชาวบ้านเหมืองกวัก หมู่ 5 และบ้านใหม่เหมืองกวัก หมู่ 19 ที่ร่วมโครงการ	55
3.2 แผนการดำเนินงาน โครงการวิจัยตั้งแต่ธันวาคม 2550 ถึงพฤศจิกายน 2551	61
4.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
4.2 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
4.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
4.4 อาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
4.5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	72
4.6 การเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน	73
4.7 ราคาลำไยสดเฉลี่ยต่อกิโลกรัมตั้งแต่ปี 2548-2551	74
4.8 รายรับและกำไรจากการผลิตลำไยอบแห้งสี่ทอง	75
4.9 ปัญหาการเก็บรักษา คุณภาพ ราคาขาย สิ้นค้าขาดตลาด และ การติดต่อแหล่งขาย	77
4.10 ปัญหาด้านการจัดการการขาย	78
4.11 ปัญหาด้านการวางกลยุทธ์ในการขาย	79
4.12 องค์ประกอบของตราสินค้าที่กลุ่มตัดสินใจเลือกใช้	82

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	แผนที่จังหวัดลำพูน	8
2.2	สัดส่วนของมูลค้ำลำไยส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2549	14
2.3	หน่วยระบบการดำเนินชีวิตของหนึ่งชุมชน	23
2.4	ส่วนประสมทางการตลาด	27
2.5	กรอบแนวคิดในการทำวิจัย (Conceptual Frame Work)	53
4.1	การเปิดเวทีชาวบ้าน ณ บ้านเหมืองก๊วก หมู่ 5 ต.มะเขือแจ้ อ.เมือง จ.ลำพูน	64
4.2	การจำหน่ายลำไยอบแห้งสีทองแบบซังกิโยขาย และบรรจุลงในถุงพลาสติกใส	66
4.3	กระบวนการผลิตลำไยอบแห้งสีทอง	67
4.4	การอบลำไยที่ใช้พื้นเป็นเชื้อเพลิงและการจัดเรียงลำไยเข้าเตาอบ	68
4.5	ช่องทางการจัดจำหน่ายลำไยอบแห้งสีทองของกลุ่มเกษตรกรบ้านเหมืองก๊วก	76
4.6	การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการสร้างตราสินค้า	80
4.7	การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการสร้างบรรจุภัณฑ์ฯ	83
4.8	บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองแบบกล่องพลาสติก	84
4.9	บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองแบบตะกร้าสานมีหูหิ้ว	84
4.10	บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองแบบตะกร้าสานกลม	84
4.11	บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองแบบกล่อง	85
4.12	สติ๊กเกอร์ป้ายชื่อสำหรับติดลงในบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทอง	85
4.13	บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับใส่ลำไยอบแห้งสีทอง	85
4.14	การทดสอบตลาดลำไยอบแห้งสีทอง ณ เจเจ มาร์เก็ต	87
4.15	การทดสอบตลาดลำไยอบแห้งสีทอง ณ กาดของฝาก เซ็นทรัล แอร์พอร์ต	87
4.16	ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของชุมชนอื่น ๆ ที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	88
4.17	ปัญหาสีผิวของลำไยอบแห้งเปลี่ยนไปเมื่อวางจำหน่ายไปแล้ว 2-3 สัปดาห์	88
4.18	การอบรมการบรรจุลำไยอบแห้งสีทองให้ถูกต้องตามมาตรฐาน อย.	90
4.19	การสรุปการสัมมนาการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมฯ	91
4.20	การนำกลุ่มเกษตรกรฯ เข้ามชนจุดขาย ณ กาดของฝาก เซ็นทรัล แอร์พอร์ต	92
4.21	การศึกษาดูงาน ณ บ้านป่าไผ่ และบ้านเจดีย์สามแม่ควัว จังหวัดเชียงใหม่	93
4.22	การแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ	94
4.23	การฝึกอบรมเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตฯ ให้ได้รับมาตรฐาน อย. และ GMP	94