

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ฐ
สารบัญตาราง	ฑ
สารบัญแผนภูมิ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
ขั้นตอน และวิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ระยะเวลาในการทำวิจัย	9
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง	11
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	12
การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้	14
ทฤษฎีการจัดการความรู้	16
ความหมายของการจัดการความรู้	16
การจัดการความรู้เบื้องต้น	18
วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดการความรู้	23
กรอบแนวคิดการจัดการความรู้	24
ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์	26
ประวัติของการออกแบบผลิตภัณฑ์	28
กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์	29
หลักการของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ	31
การจัดการเรื่องการออกแบบที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ใหม่	33
กลุ่มลูกค้าที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์	37
ข้อควรคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์	40
แนวคิดด้านการจัดการการตลาด	44
ความหมายของการตลาด การจัดการตลาด	44
แนวความคิดการตลาด	45
การจัดการการตลาดแบบองค์รวม (The Holistic Marketing Concept)	46
การจัดการการตลาด	47
แนวคิดด้านโรงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	54
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 9)	54
ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคน และการคุ้มครองทางสังคม	55
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	55
ช่องทางการตลาดในประเทศกับต่างประเทศ	56
การพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม	56
แผนงาน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP	56
แนวทางการจัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549	58
ความเป็นมาของโครงการ	58
วัตถุประสงค์ของโครงการ	58
กรอบการจัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	59
คุณสมบัติของผู้ผลิต และผู้ประกอบการที่สามารถส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร	59
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถเข้าคัดสรร	59
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร	60
การจัดระดับผลิตภัณฑ์	62
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	65
ระเบียบวิธีวิจัย	65
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	65
แผนการวิจัย	68
ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง	72
กิจกรรมในการวิจัย	72
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 1	72
ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	73
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 2	75
จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์	76
การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการผลิต และด้านการตลาด	76
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 3	77
การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ	79
การจัดเวที เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองวางจำหน่ายเป็นการนำผลิตภัณฑ์	83
การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4	83
การจัดนิทรรศการ	84
สรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้	85
การเก็บรวบรวมข้อมูล	86
การดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย	86
ข้อมูลที่ใช้การศึกษา และการเก็บข้อมูล	87
การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล	88
บทที่ 4 บริบทชุมชน	90
ประวัติความเป็นมาของอำเภอโดยสังเขป	90
ประวัติตำบลแม่คือ ตำบลหลวงใต้ ตำบลสันปูเลย ตำบลป่าเมียง และตำบลแม่ฮ้อยเงิน	92
สภาพทางสังคม และวัฒนธรรม	93
ที่ตั้ง และอาณาเขต	94
ลักษณะทางภูมิประเทศ	94
โครงสร้างพื้นฐาน	94

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม	96
การพัฒนาทางสังคม และวัฒนธรรมของอำเภอคอยสะเก็ด	97
สภาพเศรษฐกิจ	99
สภาพเศรษฐกิจทางการเกษตรกรรม	99
บทที่ 5 ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน	100
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม	100
ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัด และร่มโมบาย	104
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา	
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา	109
ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน	112
ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่	116
ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย	119
ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ และหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง	122
บทที่ 6 การวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอคอยสะเก็ด	127
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	128
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม	128
ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัด และร่มโมบาย	132
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา	
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา	136
ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน	139
ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่	143
ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย	146
ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ และหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง	150
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอด	154
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion	
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม	154
ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัด และร่มโมบาย	154
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา	155
ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน	155
ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่	155
ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย	156
ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ และหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง	156
การจัดการความรู้โดยกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	156
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม	157
ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโมบาย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา	158
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา	159
ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน	160
ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่	161
ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย	162
ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ และหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง	163
บทที่ 7 สรุป และข้อเสนอแนะ	164
ความต้องการชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพชุมชน	164
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบการรวมกลุ่มภายในชุมชน	164
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบผู้ประกอบการรายเดียว	164
รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต	165
ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์	
การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	166
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 1	166
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 2	167
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3	167

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 4	167
การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน	167
การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	168
ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา	168
เชิงนโยบาย	168
เชิงปฏิบัติ	169
ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	170
บรรณานุกรม	171
ภาคผนวก	176
ภาคผนวก ก ขั้นตอนการทำงานหัตถกรรมของกลุ่มธุรกิจชุมชน	177
ภาคผนวก ข ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาสาขาศิลปกรรม	183
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	207

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การจัดการความรู้ของมนุษย์	19
2.2 โมเดลปลาหัว หรือ แผนผังอิชิคาวะ (Ishikawa diagram)	25
3.1 ผลลัพธ์ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลแม่คือ ตำบลหลวงใต้ ตำบลสันปูเลย ตำบลป่าเมี่ยง และตำบลแม่ฮ้อยเงิน	67
3.2 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1	73
3.3 ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	74
3.4 การจัดเวทีครั้งที่ 2 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาวิเคราะห์ เพื่อหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์	75
3.5 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นตัวอย่างในการวิจัย	76
3.6 การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต การตลาด	77
3.7 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา	79
3.8 การนำผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการพัฒนาแล้ว วางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานจำหน่าย	83
3.9 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ การจัดหน้าร้าน และจำหน่ายสินค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า	84
3.10 การจัดนิทรรศการ เป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการที่พัฒนาแล้ว ไปจัดแสดงตลอดจัดจำหน่าย	85
3.11 การจัดประชุมสรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้	86
5.1 สถานที่ทำงาน และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม	100
5.2 การผลิตชิ้นงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา	105
5.3 คุณประไพ เชื้อนล้อม และผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากใบชา	109
5.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง	112
5.5 ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่	116
5.6 ผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง	123

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แผนปฏิบัติการวิจัย (Action Plan)	68
3.2 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน	78
6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	157
6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์โคมไฟรม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัด และร่มโมบาย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	158
6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าขาวเขากับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	159
6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงินกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	160
6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	161
6.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	162
6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ หรือหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	163

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 กรอบหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	13
2.2 กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)	21
2.3 กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process)	22
2.4 วิเคราะห์การออกแบบที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	34
2.5 กรอบแนวคิดการจัดการการตลาด	53
5.1 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	101
5.2 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	106
5.3 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	110
5.4 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	113
5.5 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	117
5.6 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	120
5.7 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	124