

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
วัตถุประสงค์ของกรวิจัย	4
ขอบเขตของ โครงการวิจัย	5
ขั้นตอน และวิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ระยะเวลาในการทำวิจัย	9
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง	11
กรอบแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	12
การสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง	13
การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	14
ทฤษฎีการจัดการความรู้	15
ความหมายของการจัดการความรู้	15
การจัดการความรู้เบื้องต้น	16
วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดการความรู้	21
กรอบแนวคิดการจัดการความรู้	22
ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์	24
ประวัติของการออกแบบผลิตภัณฑ์	25
กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์	26
ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์	27
แนวคิดด้านการจัดการการตลาด	28
ความหมายของการตลาด การจัดการตลาด	28
แนวความคิดการตลาด	29
การจัดการการตลาดแบบองค์รวม (The Holistic Marketing Concept)	30
การจัดการการตลาด	31
แนวคิดด้านโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	38
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 9)	38
ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภพคน และการคุ้มครองทางสังคม	38
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	39
ช่องทางการตลาดในประเทศกับต่างประเทศ	40
การพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม	40
แผนงาน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP	40
แนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549	42
ความเป็นมาของโครงการ	42
วัตถุประสงค์ของโครงการ	42
กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	43
คุณสมบัติของผู้ผลิต และผู้ประกอบการที่สามารถส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร	43
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถเข้าคัดสรร	43
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร	43
การจัดระดับผลิตภัณฑ์	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	49
ระเบียบวิธีวิจัย	49
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แผนการวิจัย	52
ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง	56
กิจกรรมในการวิจัย	56
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 1	56
ศึกษาฐานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	57
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 2	58
จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการ ออกแบบผลิตภัณฑ์	60
การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการผลิต และด้านการตลาด	60
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 3	61
การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ	63
การจัดเวที เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองวางจำหน่ายเป็นการนำผลิตภัณฑ์	67
การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4	68
การจัดนิทรรศการ	69
สรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้	69
การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
การดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย	70
ข้อมูลที่ทำการศึกษา และการเก็บข้อมูล	71
การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล	72
บทที่ 4 บริบทชุมชน	74
ประวัติความเป็นมาของอำเภอคอยสะเก็ด	74
ประวัติตำบลแม่โป่ง สันปูเคย	75
สภาพทางสังคม และวัฒนธรรม	79
ที่ตั้ง และอาณาเขต	79
ลักษณะทางภูมิประเทศ	79
โครงสร้างพื้นฐาน	80
การศึกษา ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม	81
การพัฒนาทางสังคม และวัฒนธรรมของอำเภอคอยสะเก็ด	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สภาพเศรษฐกิจ	85
สภาพเศรษฐกิจทางการเกษตรกรรม	86
บทที่ 5 ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน	88
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดขี้เหล็ก	88
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป	
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอย	93
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขง และชาพร้อมดื่ม ของกลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย	97
ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมุยขอ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันปูเลย	102
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู	
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันต้นดู่	105
ผลิตภัณฑ์ไม้กระสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง	110
ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ของกลุ่มทอผ้าสันปูเลย	115
บทที่ 6 การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอออดยสะเกิด	119
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	119
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดขี้เหล็ก	119
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป	
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอย	123
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขง และชาพร้อมดื่ม ของกลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย	126
ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมุยขอ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันปูเลย	130
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู	
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันต้นดู่	134
ผลิตภัณฑ์ไม้กระสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง	138
ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ของกลุ่มทอผ้าสันปูเลย	141
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล	
หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion	145
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดขี้เหล็ก	145
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอย	145
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พืช และชาพร้อมดื่ม ของกลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย	146
ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมวย ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านสันปูเลย	146
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันต้นดู่	146
ผลิตภัณฑ์ไม้กระสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง	146
ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ของกลุ่มทอผ้าสันปูเลย	147
การจัดการความรู้โดยกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	147
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านตลาดบึงเหล็ก	147
ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป	149
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอย	
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พืช และชาพร้อมดื่ม ของกลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย	150
ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมวย ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านสันปูเลย	151
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันต้นดู่	152
ผลิตภัณฑ์ไม้กระสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง	153
ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ของกลุ่มทอผ้าสันปูเลย	154
บทที่ 7 สรุป และข้อเสนอแนะ	155
ความต้องการชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพชุมชน	155
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบการรวมกลุ่มภายในชุมชน	155
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบผู้ประกอบการรายเดียว	155
รูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต	156
ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	157
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 1	157
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 2	158
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3	158
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 4	158
การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน	159
การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	160
ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา	160
เชิงนโยบาย	160
เชิงปฏิบัติ	160
ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	161
บรรณานุกรม	163
ภาคผนวก	168
ภาคผนวก ก ขั้นตอนการทำงานหัตถกรรมของกลุ่มธุรกิจชุมชน	169
ภาคผนวก ข ผลงานออกของนักศึกษา	172
ภาคผนวก ค ประวัติผู้รับผิดชอบแผนงานวิจัย	188

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การจัดการความรู้ของมนุษย์	17
2.2 กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process)	20
2.3 โมเดลปลาทู หรือ แผนผังอิชิกะวะ (Ishikawa diagram)	23
3.1 ผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน	51
3.2 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1	57
3.3 ศึกษาฐานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	58
3.4 การจัดเวทีครั้งที่ 2 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาฐานมาวิเคราะห์เพื่อหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์	59
3.5 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์	60
3.6 การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต การตลาด	61
3.7 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา	63
3.8 การนำผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการพัฒนาแล้ววางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการ ประชาพิจารณ์	67
3.9 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขพัฒนาคุณภาพ การจัดหน้าร้าน และจำหน่ายสินค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า	68
3.10 การจัดนิทรรศการ เป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการที่พัฒนาแล้วไปจัดแสดงทดลองจัดจำหน่าย	69
5.1 ผลิตภัณฑ์จากเห็ดชนิดต่าง ๆ	89
5.2 ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอย	93
5.3 กลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย	98
5.4 ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง	102
5.5 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู	105
5.6 ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง	111

5.7	กลุ่มทอผ้าสำลุเลย	115
-----	-------------------	-----

สารบัญญัตราวง		
ตารางที่		หน้า
3.1	แผนปฏิบัติการวิจัย (Action Plan)	52
3.2	การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน	62
7.1	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดขี้เหล็ก กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	148
7.2	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเชิงคอกกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	150
7.3	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรชง และชาพร้อมดื่ม ของกลุ่มการแปรรูปสมุนไพรไทย กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	151
7.4	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมุยอ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสำลุเลยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	152
7.5	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นคู้กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	153
7.6	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ไม้กระสลัก ของกลุ่มหัตถกรรมแกะสลักบ้านยางทอง กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	154
7.7	วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ ของกลุ่มทอผ้าสำลุเลยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	155

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
2.1	กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)	19
2.2	กรอบแนวคิดการจัดการการตลาด	37
5.1	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	90
5.2	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	94
5.3	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	99
5.4	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	103
5.5	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	107
5.6	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	112
5.7	ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	117

