

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ฐ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญแผนภูมิ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
ขั้นตอนและวิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ระยะเวลาในการทำวิจัย	9
นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง	11
บทนำ	12
ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง	14
ปฏิสัมพันธ์โลกาภิวัตน์กับเศรษฐกิจพอเพียง	17
ปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง	25
ทฤษฎีการจัดการความรู้	31
ความหมายของการจัดการความรู้	32
การจัดการความรู้เบื้องต้น	33
วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดการความรู้	38
กรอบแนวคิดการจัดการความรู้	39
ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์	41
ประวัติของการออกแบบผลิตภัณฑ์	43
กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์	45
แนวคิดด้านการจัดการการตลาด	52
ความหมายของการตลาด การจัดการตลาด	52
กำหนดแผนยุทธศาสตร์	54
ส่วนประสมการตลาด	56
แนวคิดการสร้างแบรนด์	59
แนวคิดด้านโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	65
ความเป็นมาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	65
แนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549	66
ความเป็นมาของโครงการ	66
วัตถุประสงค์ของโครงการ	67
กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	67
คุณสมบัติของผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่สามารถส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร	67
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถเข้าคัดสรร	68
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร	68
การจัดระดับผลิตภัณฑ์	70
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	71
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	74
ระเบียบวิธีวิจัย	74
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	74
แผนการวิจัย	77
ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง	81
กิจกรรมในการวิจัย	81
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 1	81
ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	82
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 2	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์	85
การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต และด้านการตลาด	85
การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 3	86
การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ	88
การจัดเวที เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองวางจำหน่ายเป็นการนำผลิตภัณฑ์	92
การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4	93
การจัดนิทรรศการ	94
สรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้	94
การเก็บรวบรวมข้อมูล	95
การดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย	95
ข้อมูลที่ทำการศึกษา และการเก็บข้อมูล	96
การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล	97
บทที่ 4 บริบทชุมชน	99
ประวัติความเป็นมาของอำเภอคอยสะเก็ด	99
ประวัติตำบลประวัติตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ	
และตำบลเทพเสด็จ	101
สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม	103
ที่ตั้ง และอาณาเขต	103
ลักษณะทางภูมิประเทศ	104
โครงสร้างพื้นฐาน	104
การศึกษา ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม	106
การพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมของอำเภอคอยสะเก็ด	107
สภาพเศรษฐกิจ	109
สภาพเศรษฐกิจทางการเกษตรกรรม	109
บทที่ 5 ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน	112
ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์	112
ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง	116

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง	
กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ	120
ผลิตภัณฑ์ปั่นของกลุ่มงานปั่นศิลปะตกแต่ง	125
ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำนมไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว	128
ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร	132
ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	136
บทที่ 6 การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอต๋อยสะเก็ด	140
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis	140
ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์	140
ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง	144
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง	
กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ	147
ผลิตภัณฑ์ปั่นของกลุ่มงานปั่นศิลปะตกแต่ง	151
ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำนมไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว	155
ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร	159
ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	163
การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล	
หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion	167
ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์	167
ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง	167
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง	
กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ	167
ผลิตภัณฑ์ปั่นของกลุ่มงานปั่นศิลปะตกแต่ง	167
ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำนมไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว	168
ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นและกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร	168

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอมของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	168
การจัดการความรู้โดยกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	
ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	168
ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์	169
ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง	170
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง	
กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ	171
ผลิตภัณฑ์ปั้นของกลุ่มงานปั้นศิลปะตกแต่ง	172
ผลิตภัณฑ์ทอไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทอไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว	173
ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นและกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น	
และกล้วยฉาบสมุนไพร	174
ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	175
บทที่ 7 สรุป และข้อเสนอแนะ	176
ความต้องการชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์	
และศักยภาพชุมชน	176
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบการรวมกลุ่มภายในชุมชน	176
กลุ่มที่มีการปฏิบัติงานแบบผู้ประกอบการรายเดียว	176
รูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต	
ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ	
ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์	177
การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	
โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	178
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 1	178
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 2	179
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3	179
การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 4	179

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน	180
การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน	181
ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหา	182
เชิงนโยบาย	182
เชิงปฏิบัติ	182
ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	183
บรรณานุกรม	184
ภาคผนวก	189
ภาคผนวก ก ขั้นตอนการทำงานหัตถกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 7 กลุ่ม	190
ภาคผนวก ข ผลงานการออกแบบของนักศึกษา	198
ภาคผนวก ค ประวัติของผู้วิจัย	222

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	แผนผังโลกปฏิบัติ การใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน
2.2	แผนภาพกระบวนการขับเคลื่อนของทุนทางสังคม
2.3	การจัดการความรู้ของมนุษย์
2.4	โมเดลปลาหัว หรือ แผนผังอิชิกะวะ (Ishikawa diagram)
3.1	ผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน
3.2	การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1
3.3	ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
3.4	การจัดเวทีครั้งที่ 2 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาวิเคราะห์เพื่อหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์
3.5	การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์
3.6	การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต การตลาด
3.7	การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา
3.8	การนำผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการพัฒนาแล้ววางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการประชามติ
3.9	ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขพัฒนาคุณภาพ การจัดหน้าร้าน และจำหน่ายสินค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า
3.10	การจัดนิทรรศการเป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการที่พัฒนาแล้วไปจัดแสดงทดลองจัดจำหน่าย
4.1	แผนที่อำเภอคอยสะเก็ดในจังหวัดเชียงใหม่
4.2	สภาพทั่วไปของอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
4.3	เทศบาลตำบลคอยสะเก็ด อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
4.4	สภาพทั่วไปในพื้นที่ตำบลป่าป้อง อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
4.5	สภาพทั่วไปในพื้นที่ตำบลป่าป้อง อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
4.6	สภาพการคมนาคมระหว่างตำบล ในอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
4.7	การบริหารความรู้แกท้องถิ่นของคณะผู้วิจัย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4.8	สภาพการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น ตำบลป่าป้อง

อำเภออวยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

110

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.9 สภาพการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น ตำบลป่าป้อง อำเภออวยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่	111
4.10 ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล อำเภออวยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่	111
5.1 คุณสุภาพ และขวดน้ำอัดลมพลาสติก	112
5.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง	116
5.3 การพัฒนาวัตถุดิบโดยแปรรูปกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบ และแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ	121
5.4 ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่	128
5.5 กลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร	132
5.6 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผเห็ดหอม	136

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แผนปฏิบัติการวิจัย (Action Plan)	77
3.2 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน	87
6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	169
6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	170
6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง ของกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	171
6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ปั้นของกลุ่มงานปั้นศิลปะตงแต่งกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	172
6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ร่มไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำร่มไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	173
6.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ข้าวแตนและกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแตน และกล้วยฉาบสมุนไพรกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	174
6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	175

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 แสดงแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ	13
2.2 กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)	36
2.3 กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process)	37
2.4 ตารางเปรียบเทียบมุมมองทางการตลาดของลูกค้าและผู้ขาย	53
2.5 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)	57
2.6 ปริซึมการทำงานของแบรนด์	61
5.1 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	114
5.2 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	117
5.3 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	122
5.4 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	126
5.5 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	130
5.6 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	133
5.7 ลักษณะแผนภูมิขององค์กร	137