

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ฎ
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญแผนภูมิ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของโครงการวิจัย	5
ขั้นตอนและวิธีการศึกษา	8
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	10
ระยะเวลาในการทำวิจัย	10
นิยามศัพท์	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวคิดด้านการจัดการการตลาด	14
ความหมายของการจัดการการตลาด	14
แนวความคิดการตลาด	15
การจัดการการตลาดแบบองค์รวม	15
การจัดการการตลาด	17
ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์	24
ประเภทของผลิตภัณฑ์	25
หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์	25
แนวทางและขั้นตอนในการออกแบบผลิตภัณฑ์	26

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

หลักเกณฑ์การวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์	29
การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์	29
ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการออกแบบโครงสร้างภาชนะบรรจุ	31
หลักการออกแบบกราฟิกสำหรับภาชนะบรรจุ	32
ภาชนะบรรจุสินค้า	32
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกภาชนะบรรจุสินค้า	33
แนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549	35
ความเป็นมาของโครงการ	35
วัตถุประสงค์ของโครงการ	36
กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	36
คุณสมบัติของผู้ผลิต และผู้ประกอบการ	36
ที่สามารถส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร	
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถเข้าคัดสรร	37
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร	37
การจัดระดับผลิตภัณฑ์	39
แนวคิดด้านโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	40
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 9)	40
ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทางสังคม	41
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	41
ช่องทางการตลาดในประเทศกับต่างประเทศ	42
การพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม	42
แผนงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP	42
หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น	44
หลักเกณฑ์และมาตรการคัดเลือกผลิตภัณฑ์	44
“หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP)	

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	52
ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	52
การเลือกตัวอย่างจากประเภทของผลิตภัณฑ์	52
การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากหมู่บ้านในพื้นที่	52
การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	53
ข้อมูลที่ใช้การศึกษาและการเก็บข้อมูล	55
ข้อมูลทุติยภูมิ	55
ข้อมูลปฐมภูมิ	55
ชนิดของเครื่องมือในการวิจัย	55
กรอบของการวิจัย	56
แผนการวิจัย	58
ระเบียบวิธีวิจัย	63
แผนการวิจัยโดยใช้กระบวนการ PAR กับแผนแม่บทชุมชน	63
กระบวนการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	65
บทที่ 4 บริบทชุมชน	69
บริบทชุมชน	69
ประวัติความเป็นมาของอำเภอหางดง	69
ประวัติตำบลในอำเภอหางดง	70
สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม	77
ที่ตั้งและอาณาเขต	77
ลักษณะทางภูมิประเทศ	78
ประชากรและการปกครอง	78
การเมืองและการบริหาร	79
โครงสร้างพื้นฐาน	80
การศึกษา ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม การศึกษา	81
การพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมของอำเภอหางดง	81

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

สภาพเศรษฐกิจ	84
สภาพเศรษฐกิจทางการเกษตรกรรม	84
สภาพเศรษฐกิจทางอุตสาหกรรม	84
ข้อมูลจากการลงพื้นที่ การดูงานนอกสถานที่ และการจัดจำหน่ายสินค้า	85
การลงพื้นที่เพื่อจัดเวทีทำความเข้าใจเกี่ยวกับชุดโครงการวิจัย	85
การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลบริบทชุมชน	85
การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา	86
การศึกษาดูงานนอกสถานที่	87
การจัดจำหน่ายสินค้านอกสถานที่	87
บทที่ 5 ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านงานหัตถกรรม อำเภอหางดง	89
กลุ่มผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	89
กลุ่มผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้	90
กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	90
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	91
กลุ่มผลิตภัณฑ์ประติมากรรม และของตกแต่งบ้าน	91
กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	92
บริบทกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์	93
ประวัติของผู้ประกอบการ	93
เรื่องเล่าจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	99
ข้อมูลการศึกษาผลิตภัณฑ์	99
ข้อมูลการผลิต และโครงสร้างขององค์กร	99
การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์	100
การออกแบบ การผลิต การตลาด และการเงิน	100
การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์	101
ผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	101
ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้	103
ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	105

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	107
ผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์และของตกแต่งบ้าน	109
กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	111
การวิเคราะห์หลักเกณฑ์การคัดสรรปี พ.ศ. 2549	113
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	113
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้	114
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	114
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	115
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ และของตกแต่ง	115
สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารแปรรูป	116
บทที่ 6 สรุปผล และข้อเสนอแนะ	117
สรุปผลการวิจัย	117
ข้อเสนอแนะ	119
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 6 กลุ่ม	124
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	139

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ความสำคัญของการออกแบบในชีวิตประจำวัน	25
4.1 องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง	70
4.2 องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง	71
4.3 องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง	71
4.4 องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหวน	72
4.5 องค์การบริหารส่วนตำบลหนองควาย	73
4.6 องค์การบริหารส่วนตำบลหนองควาย	73
4.7 ลักษณะทางภูมิประเทศ	77



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนผู้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน	3
3.1 แผนปฏิบัติการวิจัย (Action Plan)	58
4.1 ประชากรของแต่ละตำบลใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2548	78
4.2 รายชื่อคณะกรรมการบริหารองค์การปกครอง อ.หางดง จ.เชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2551	79
5.1 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	93
5.2 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้	94
5.3 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	95
5.4 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	96
5.5 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์และของตกแต่งบ้าน	97
5.6 ตารางประวัติกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	98
5.7 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	101
5.8 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้	103
5.9 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	105
5.10 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	107
5.11 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์และของตกแต่งบ้าน	109
5.12 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	111
5.13 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย	113
5.14 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เดินกรอบรูปไม้	114
5.15 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	114
5.16 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	115
5.17 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ และของตกแต่งบ้าน	115
5.18 สรุประดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	116

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการจัดการการตลาด	23
3.1 กรอบการวิจัย การศึกษาปัญหาความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น	57

