

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	3
ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยตามแผนการดำเนินงาน	4
แผนการบริหารแผนงานวิจัยและแผนการดำเนินงาน	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม</b>	
ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม	8
วิสาหกิจชุมชน	9
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	10
ภูมิปัญญาชาวบ้าน	15
องค์ประกอบของแผนธุรกิจ	16
โมเดลธุรกิจ	17
การสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	20
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	22
การสร้างคุณค่า	25
การวิเคราะห์ชี้แจงคุณค่า	26
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	28
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
ประเภทของการวิจัย	32
ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ	32
ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	34

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	34
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	37
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
สถานการณ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	41
ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	43
ข้อมูลการประเมินความเป็นผู้ประกอบการและการประเมินความสามารถ ทางการตลาดเทียบคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน	45
ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	57
ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวม	62
การยอมรับและความยินดีซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภค	70
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย</b>	
สรุปผลการวิจัย	138
อภิปรายผลการวิจัย	143
บทสรุปและข้อเสนอแนะ	147
ผลสำเร็จของการวิจัยในการพัฒนาท้องถิ่น	148
<b>บรรณานุกรม</b>	149
<b>ภาคผนวก</b>	151
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	170

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย	5
4.1	จำนวนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่	39
4.2	จำนวนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	40
4.3	จำนวนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในอำเภอแม่ออนจำแนกตามประเภทกิจการ	41
4.4	อายุของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	43
4.5	อาชีพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	44
4.6	ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	44
4.7	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	45
4.8	สถานภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	46
4.9	ประสบการณ์ดำเนินการ	46
4.10	ลักษณะของกิจการของผู้ประกอบการ	46
4.11	การปรับปรุงผลิตภัณฑ์	47
4.12	การเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ออน	48
4.13	การตัดสินใจต่อการกำหนดราคาวัตถุดิบของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ออน	48
4.14	การวางแผนการผลิตของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	48
4.15	การตั้งเป้าหมายดำเนินการผลิตของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	49
4.16	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	49
4.17	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคตของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	50
4.18	ระดับความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	50
4.19	ความสามารถทางการตลาดเทียบคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	51
4.20	การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต	52
4.21	การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	53
4.22	การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด	54
4.23	การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านคุณภาพสินค้า	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการเงิน	56
4.25 นโยบายรัฐที่มีผลต่อการยกระดับสินค้าชุมชน อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	58
4.26 สภาพแวดล้อมภายในของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	63
4.27 ลักษณะตัวอย่างของผู้บริโภคจำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน	70
4.28 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามแหล่งในการซื้อผลิตภัณฑ์	71
4.29 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามเหตุผลในการซื้อ	72
4.30 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	72
4.31 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามการเจาะจงซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน	73
4.32 อัตราส่วนร้อยละในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของกลุ่มลูกค้า	73
4.33 อัตราส่วนร้อยละในพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทของกลุ่มลูกค้า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเอกชนด้านศิลปวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ	73
4.34 อัตราส่วนร้อยละของลูกค้าจำแนกตามความคิดเห็นต่อราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	74
4.35 อัตราส่วนร้อยละจำแนกตามข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนในการกำหนดราคา	74
4.36 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามมูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	74
4.37 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	75
4.38 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามสื่อที่รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	75
4.39 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	76
4.40 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มลูกค้าจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	76
4.41 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	77
4.42 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค	78
4.43 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มผู้บริโภค	78
4.44 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มผู้บริโภค	79
4.45 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ที่กำหนดราคาผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	79
4.46 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากธุรกิจชุมชนกับ สถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	80
4.47 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	80
4.48 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชนกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	81

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.49 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของผู้ซื้อสินค้าจำแนกตามเพศ	81
4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของผู้ซื้อสินค้าจำแนกตามเพศ	82
4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของผู้ซื้อสินค้าจำแนกตามเพศ	83
4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของผู้ซื้อสินค้าจำแนกตามเพศ	83
4.53 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	84
4.54 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	85
4.55 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเชียงใหม่	86
4.56 วิสาหกิจชุมชนที่สำนักงานเกษตรอำเภอคัดเลือกเป็นตัวแทนเข้าร่วมโครงการ	88
5.1 ผลวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและด้านการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูป ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่	143

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	8
2.2 จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามตำบลในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	8
2.3 จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในอำเภอแม่อริมจำแนกตามประเภทของกิจการ	9
2.4 แนวคิดหลักในการสร้างแผนโมเดลธุรกิจ	18
2.5 แผนผังโมเดลธุรกิจ	20
2.6 ตัวแบบกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน	22
2.7 กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่ใช้ในการแข่งขัน	23
2.8 การบริหารโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain)	28
2.9 แนวคิดการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้วยแนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขัน	31
4.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	42
4.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	42
4.3 การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	47
4.4 การจัดประชุมกลุ่มเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	57
4.5 การจัดประชุมกลุ่มเพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	62
4.6 ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านการผลิตของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	68
4.7 ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	69
4.8 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโป่งแยงนอก	92
4.9 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวรวมใจชี้เหล็ก	102
4.10 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางกอครบวงจร	109
4.11 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพร ๙ อ้อย	116
4.12 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มเศรษฐกิจเรือทองเกษตรอินทรีย์	123
4.13 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพียงพอดี	130
4.14 กระบวนการพัฒनावิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังป้อง	137
5.1 Lean Model Canvas ของผลิตภัณฑ์ต้นแบบของสินค้าเกษตรแปรรูปในอำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่	146