

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	8
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.6 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	49
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	49
3.2 ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	51
3.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย	52
3.4 การวิเคราะห์และประเมินผล	57
บทที่ 4 ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่	58
4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนเกษตรกรในการพัฒนาตลาดสินค้า เกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่	58
4.2 การสร้างมาตรฐานสินค้าเกษตรกรในระดับประเทศและระดับสากล	74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการตลาดสินค้าเกษตรชุมชน	86
5.1 การวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการตลาดสินค้าเกษตรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่	86
5.2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างเครือข่ายสินค้าเกษตร อินทรีย์ในการยกระดับผลิตผลทางการเกษตรชุมชนในตลาดที่สูงขึ้น	96
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	109
6.1 สรุปผลการวิจัย	109
6.2 อภิปรายผลการวิจัย	118
6.3 ข้อเสนอแนะ	118
บรรณานุกรม	126
ภาคผนวก	126
ภาคผนวก ก ภาพประกอบการดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การวิจัยเพื่อพัฒนาการ ตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน”	127
ภาคผนวก ข แบบฟอร์มแสดงความประสงค์เข้าร่วมโครงการ “การวิจัยเพื่อ พัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันใน อาเซียน”	131
ภาคผนวก ค แบบฟอร์มเพื่อประเมินคัดกรองผู้เข้าร่วมโครงการ “การวิจัยเพื่อ พัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันใน อาเซียน”	135
ประวัตินักวิจัย	146

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	แสดงข้อมูลกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่	50
ตารางที่ 4.2.1	ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในด้านการผลิตสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และ ระบบรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม	80
ตารางที่ 4.2.2	ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในด้านการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และการ จัดทำระบบควบคุมภายใน	84
ตารางที่ 5.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตสินค้าเกษตรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่	100
ตารางที่ 5.2	จำนวนและร้อยละช่องทางในการทำการตลาดของสินค้าเกษตร	101
ตารางที่ 5.3	จำนวนและร้อยละรูปแบบการตลาดที่ก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้า เกษตร	101
ตารางที่ 5.4	จำนวนและร้อยละความสำเร็จของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด	102
ตารางที่ 5.5	จำนวนและร้อยละปัญหาและอุปสรรคที่พบในการร่วมเปิดตลาดกับ OKRD FARM	103
ตารางที่ 5.6	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ อายุ และการศึกษา	104
ตารางที่ 5.7	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ อายุ และการศึกษา	105
ตารางที่ 5.8	จำนวนและร้อยละของช่องทางการบริโภคสินค้าเกษตรคุณภาพ	106
ตารางที่ 5.9	จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพ	107
ตารางที่ 5.10	จำนวนและร้อยละความเข้าใจโภชนาการด้านอาหารปลอดภัย	107
ตารางที่ 6.1	การสร้างศักยภาพมาตรฐานสินค้าเกษตร	110
ตารางที่ 6.2	ความสำเร็จการจัดการตลาดสินค้าเกษตรในระดับตลาดที่สูงขึ้นโดยวัด จากยอดขาย	116
ตารางที่ 6.3	การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ต่อการเปิดตลาดสินค้าเกษตร	113

สารบัญภาพ

- ภาพที่ 3.1 กรอบทฤษฎีชุดโครงการ
ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดแผนงานวิจัย

หน้า

53

55

