

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	3
ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยตามแผนการดำเนินงาน	3
แผนการบริหารแผนงานวิจัยและแผนการดำเนินงาน	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม</b>	
ข้อมูลชาเมืองในประเทศไทย	6
ความหมายของธุรกิจชุมชน	7
การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	7
วิสาหกิจชุมชน	8
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	9
ภูมิปัญญาชาวบ้าน	14
องค์ประกอบของแผนธุรกิจ	15
โมเดลธุรกิจ (Business model)	16
การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)	19
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ(Business Strategy)	19
การสร้างคุณค่า (Value creation)	22
การทบทวนวรรณกรรม	23
กรอบแนวความคิดของการวิจัย	26
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
การเลือกพื้นที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
ระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)</b>	
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	35
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
ศักยภาพชุมชนของการปลูกเมี่ยง	30
การวิเคราะห์ด้านการผลิต ชาเมี่ยงในพื้นที่ปี พ.ศ. 2549-2560	35
การศึกษาและพัฒนาระบบการผลิตผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงแปรรูป ผลผลิตจากชาเมี่ยง	43
การวิเคราะห์ทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ชาอ่อนนางเกตุ	48
แผนกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง ตราอ่อนนางเกตุ	52
การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis) ของกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง	57
การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตชาเมี่ยง	58
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย</b>	
สรุปผลการวิจัย	62
อภิปรายผลการวิจัย	65
บทสรุปและข้อเสนอแนะ	68
ผลสำเร็จของการวิจัยในการพัฒนาท้องถิ่น	69
<b>บรรณานุกรม</b>	70
<b>ภาคผนวก</b>	72

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย	4
4.1	ข้อมูลด้านประชากรตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	31
4.2	พฤติกรรมการปลูกพืชของเกษตรกร	32
4.3	ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของชุมชนตำบลป่าแป๋	34
4.4	ปัญหา อุปสรรค และศักยภาพของชุมชนตำบลป่าแป๋	35
4.5	รายชื่อสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ	43
4.6	สภาพแวดล้อมของโมเดลธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมือง	50
4.7	ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	55
4.8	ราคาขาย ผลตอบแทนสุทธิ และมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	55
4.9	การประมาณยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	56
4.10	การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	57
5.1	ผลวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารจัดการดำเนินงานการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมืองตราม่อนนางเกตุ	65

## สารบัญรูปลูกภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	แนวคิดหลักในการสร้างแผนโมเดลธุรกิจ	17
2.2	แผนผังโมเดลธุรกิจ	19
2.3	กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่ใช้ในการแข่งขัน	20
2.4	กรอบแนวความคิดในการพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถ การบริหารวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋	26
2.5	พัฒนาการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	19
2.6	แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจนอกชุมชน	28
4.1	ลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ตำบลป่าแป๋	30
4.2	การจัดเวทีพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ “ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ชาเมี่ยงพื้นเมือง”	36
4.3	เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่ายชุมชน	36
4.4	ลักษณะของใบ ลำต้น และยอดชาเมี่ยง ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่	38
4.5	แปลงเพาะต้นกล้าชาเมี่ยงที่ได้จากการเพาะเมล็ด ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่	39
4.6	การเก็บต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยงจากสวน ณ ตำบลป่าแป๋ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่	41
4.7	การสร้างโรงเรือนผลิตและเก็บรวบรวมต้นกล้าพันธุ์ชาเมี่ยง	41
4.8	กิจกรรมการปลูกจิตสำนึกในการปกป้องรักษาทรัพยากรชาเมี่ยง	42
4.9	การสรุปผลการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุ์ชาเมี่ยงร่วมกับ โรงเรียนป่าแป๋วิทยา	43
4.10	แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่ 1	44
4.11	กระบวนการผลิตเมี่ยงของสถานประกอบการแห่งที่ 1	44
4.12	เก็บใบเมี่ยง ใบที่ 3-5 จากยอด	45
4.13	เก็บใบเมี่ยงได้กำมือแล้วมัดด้วยตอก	45
4.14	นำเมี่ยงที่บรรจุในไหไปนึ่ง	45
4.15	เมี่ยงที่นึ่งเสร็จแล้วบรรจุลงในต่าง	45
4.16	แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่ 2	46
4.17	กระบวนการผลิตเมี่ยงของสถานประกอบการแห่งที่ 2	47
4.18	เมี่ยงที่นึ่งเสร็จแล้วบรรจุลงในต่าง	47
4.19	แผนผังของสถานประกอบการแห่งที่ 3	48
4.20	โครงสร้างต้นทุนของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงตราม่อนนางเกตุ	49
4.21	Business Model Canvas ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง ตราม่อนนางเกตุ	51
4.22	ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเมี่ยง	56
4.23	การจัดอบรมการหาหรือเพื่อพัฒนาตราสินค้าของกลุ่ม	58

## สารบัญรูปรภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.24	พัฒนาการของการออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม	59
4.25	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาเมืองของกลุ่มบ้านปางมะเกลือ	61
5.1	Lean Model Canvas ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมือง ตราม่อนนางเกตุ	67

