

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
-------------	-----

สารบัญภาพ	(10)
-----------	------

บทที่ 1 บทนำ	1
--------------	---

ความสำคัญของปัญหา	1
-------------------	---

วัตถุประสงค์ในการศึกษา	6
------------------------	---

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
---------------------------	---

ขอบเขตการศึกษา	7
----------------	---

วิธีการศึกษา	7
--------------	---

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	7
-------------------------	---

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	9
------------------------	---

บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสารและแนวคิดทางทฤษฎี	16
--	----

ตรวจสอบเอกสาร	16
---------------	----

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	22
-----------------------------	----

แนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การผลิต	22
----------------------------------	----

แนวคิดทฤษฎีต้นทุนและผลตอบแทน	23
------------------------------	----

แนวคิดทางการตลาด	24
------------------	----

พฤติกรรมผู้บริโภค	26
-------------------	----

แบบจำลองชิปปี้	28
----------------	----

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	51
---	----

บทที่ 3 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และการผลิต	53
--	----

สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์	53
-------------------------	----

สภาพทั่วไปทางสังคมของสมาชิกกลุ่ม	60
----------------------------------	----

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจของสมาชิกกลุ่ม	63
-------------------------------------	----

สภาพทั่วไปของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย	67
--	----

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	78
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน	78
ต้นทุนการผลิต	79
กำไรและผลตอบแทน	92
ส่วนที่ 2 การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	99
ช่องทางการตลาด	99
ปริมาณการจำหน่าย	103
ส่วนเหลือการตลาด	107
พฤติกรรมผู้บริโภค	117
ส่วนที่ 3 การประเมินผลกลุ่ม	154
ผลการประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสภาวะแวดล้อม	154
ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า	155
ผลการประเมินด้านกระบวนการ	157
ผลการประเมินด้านปัจจัยออก	158
ผลการประเมินความสำเร็จ	158
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	164
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	164
กลยุทธ์ทางการดำเนินงานจากการวิเคราะห์ SWOT Matrix	167
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	176
สรุป	176
ข้อเสนอแนะ	183
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	186
ภาคผนวก	190

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 รายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามภาคปี พ.ศ. 2547	2
2 สถิติส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	4
3 เกณฑ์ที่ใช้เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคกับค่าคะแนนที่คำนวณได้	28
4 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินบริบท	31
5 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินปัจจัยเข้า	33
6 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินกระบวนการ	35
7 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินปัจจัยออก	37
8 เพศของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	61
9 อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและบุตรที่อยู่ในอุปการะของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	อาชีพหลักและอาชีพรองของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้ว ปี พ.ศ. 2548	63
11	ลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้ว ปี พ.ศ. 2548	64
12	ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	65
13	รายได้หลักและรายได้รองโดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	66
14	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	68
15	อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	75
16	อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีย้อมสีสังเคราะห์ของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	76
17	อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปีของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548	77
18	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทอนเนกประสงค์ขนาด 1×60 เมตร	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าปูโต๊ะขนาด 1×2.5 เมตร 87
20	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าคลุมไหล่ขนาด 0.55×2 เมตร 88
21	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าพันคอขนาด 0.50×1.8 เมตร 89
22	สรุปผลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 90
23	สรุปผลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 91
24	ผลตอบแทนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 96
25	ผลตอบแทนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 97
26	สรุปผลตอบแทนจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 98
27	ปริมาณและยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วปี พ.ศ. 2548 106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
28	ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีข้อมลัทธิธรรมชาติ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในจังหวัด	108
29	ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีข้อมลัทธิธรรมชาติ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ (กรณีทีกลุ่มได้มีการออกร้านที่ เมืองทองธานี)	111
30	ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีข้อมลัทธิสังเคราะห์ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในจังหวัด	113
31	ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีข้อมลัทธิสังเคราะห์ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ (กรณีทีกลุ่มได้มีการออกร้านที่ เมืองทองธานี)	116
32	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย	119
33	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีข้อม ลัทธิธรรมชาติ	121
34	สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ในกรณีข้อมลัทธิธรรมชาติ	125
35	เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ในกรณีข้อมลัทธิธรรมชาติ	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
36	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีย้อมสีธรรมชาติ	127
37	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีย้อมสีสังเคราะห์	129
38	สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกรณีย้อมสีสังเคราะห์	133
39	เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกรณีย้อมสีสังเคราะห์	134
40	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในกรณีย้อมสีสังเคราะห์	135
41	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว	137
42	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วในกรณีย้อมสีธรรมชาติ	139
43	สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนในกรณีย้อมสีธรรมชาติ	143

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
44	เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กในกรณีศึกษา	144
45	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วในกรณีศึกษา	145
46	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอ ผ้าบ้านดอยแก้วในกรณีศึกษา	147
47	สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอย แก้วของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กในกรณีศึกษา	151
48	เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กในกรณีศึกษา	152
49	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนครนิวยอร์กในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วในกรณีศึกษา	153
50	ผลการประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสถานะแวดล้อม (Context) ของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว	159
51	ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input) ของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว	160
52	ผลการประเมินด้านกระบวนการ (Process) ของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว	161

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
53	ผลการประเมินด้านปัจจัยออก (Product) ของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้ว	162
54	สรุปผลการประเมินกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้ว	163
55	ตาราง SWOT Matrix	171
56	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส	172
57	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค	173
58	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส	174
59	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค	175

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิธีการตลาดสินค้าเกษตร	26
2	การวิเคราะห์ SWOT Matrix	52
3	แผนที่ตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	56
4	แผนผังรูปแบบการบริหารงานกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว	57
5	กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตและ กรณีเยี่ยมชมสังเคราะห์	74
6	ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิตของ กลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วปี พ.ศ. 2548	100
7	ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายกรณีเยี่ยมชมสังเคราะห์ของ กลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วปี พ.ศ. 2548	102
8	ส่วนเลื่อมการตลาดของกลุ่มในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิต	109
9	ส่วนเลื่อมการตลาดของกลุ่มในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคในกรณีที่กลุ่มได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี กรณีเยี่ยมชมวิถีชีวิต	110
10	ส่วนเลื่อมการตลาดของกลุ่มในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีเยี่ยมชมสังเคราะห์	114

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
11	ส่วนเหลือมการตลาดของกลุ่มในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคในกรณีที่กลุ่มได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี กรณีซ่อมสี่สังเคราะห์	115