

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	4
2.1.1 โครงสร้างตลาดและการกำหนดราคา	4
2.1.2 ส่วนประสมการตลาด	6
2.1.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	10
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	15
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	15
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
4.1 การดำเนินงานของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	17
4.1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	17
4.1.2 การบริหารการจัดการองค์กร	19
4.1.3 การผลิตและเทคโนโลยีการผลิต	25
4.1.4 การบริหารการจัดการองค์กร	34
4.1.5 การตลาด	36
4.1.6 การเงิน	40
4.1.7 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	43
4.1.8 ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างธุรกิจ	45
4.2 การดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	48
4.2.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	48
4.2.2 การบริหารการจัดการองค์กร	50
4.2.3 การผลิตและเทคโนโลยีการผลิต	55
4.2.4 ต้นทุนผลตอบแทนผลิตภัณฑ์	65
4.2.5 การตลาด	70
4.2.6 การเงิน	75
4.2.7 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	79
4.2.8 ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างธุรกิจ	81
4.3 การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์ และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	84
4.3.1 การจัดองค์กร	84
4.3.2 การผลิต	84
4.3.3 การตลาด	85
4.3.4 การเงิน	85
4.3.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	85
4.3.6 ความยั่งยืนของธุรกิจ	86
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	95
5.1 สรุปผลการศึกษา	95

5.1.1 การดำเนินงานกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	95
5.1.2 การดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	96
5.1.3 เปรียบเทียบการดำเนินงานกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	97
5.2 ข้อเสนอแนะ	99
เอกสารอ้างอิง	100
ภาคผนวก	102
ภาคผนวก ก รูปภาพ	103
ภาคผนวก ข การคำนวณต้นทุนการผลิต	107
ประวัติผู้เขียน	139



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และตำแหน่งหน้าที่	20
4.2 การจัดซื้อวัตถุดิบ และวัสดุที่ใช้ในการผลิต	29
4.3 การจัดหาอุปกรณ์การผลิตและอุปกรณ์สำนักงาน	30
4.4 แรงงานที่ใช้ในการผลิต	31
4.5 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามกวน 1 ห่อ (กรณีขายส่ง)	35
4.6 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามกวน 1 ห่อ (กรณีขายปลีก)	36
4.7 ราคาผลิตภัณฑ์และผลตอบแทนต่อหน่วย	39
4.8 แสดงรายชื่อสมาชิกกลุ่มเกษตรกรร่วมใจและตำแหน่งหน้าที่	51
4.9 การจัดซื้อวัตถุดิบ และวัสดุที่ใช้ในการผลิต	59
4.10 การจัดหาอุปกรณ์การผลิตและอุปกรณ์สำนักงาน	60
4.11 แรงงานที่ใช้ในการผลิต	61
4.12 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามแช่อิ่ม 1 ถุง(10 กิโลกรัม) (กรณีขายส่ง)	67
4.13 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามแช่อิ่ม 1 ถุง(350 กรัม) (กรณีขายปลีก)	68
4.14 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามหยี 1 ถุง(10กิโลกรัม) (กรณีขายส่ง)	69
4.15 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์มะขามหยี 1 ถุง(350 กรัม) (กรณีขายปลีก)	70
4.16 ราคาผลิตภัณฑ์และผลตอบแทนต่อหน่วย	74
4.17 แสดงการเปรียบเทียบการจัดองค์กรของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	87
4.18 แสดงการเปรียบเทียบการผลิตของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	88

4.19	แสดงการเปรียบเทียบการตลาดของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	90
4.20	แสดงการเปรียบเทียบการเงินของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	92
4.21	แสดงการเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	93
4.22	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ ของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่วมใจ	94



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป	หน้า	
2.1	ช่องทางกรจัดจําหนายทางตรงหรือช่องทางศูนย์ระดับ	8
2.2	ช่องทางกรจัดจําหนายทางอ้อมหนึ่งระดับ	8
2.3	ช่องทางกรจัดจําหนายทางอ้อมสองระดับ	9
2.4	ช่องทางกรจัดจําหนายทางอ้อมสามระดับ	9
4.1	ที่ตั้งกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	18
4.2	การจัดองค์กรของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	23
4.3	กระบวนการผลิตมะขามหวาน	33
4.4	ช่องทางกรจัดจําหนายผลิตภัณฑ์แบบที่ 1	38
4.5	ช่องทางกรจัดจําหนายผลิตภัณฑ์แบบที่ 2	38
4.6	ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างธุรกิจของกลุ่ม 102 สร้างสรรค์	47
4.7	ที่ตั้งกลุ่มเกษตรกรรวมใจ	49
4.8	การจัดองค์กรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	53
4.9	กระบวนการผลิตมะขามแช่อิ่ม	63
4.10	กระบวนการผลิตมะขามหยี	64
4.11	ช่องทางกรจัดจําหนายผลิตภัณฑ์แบบที่ 1	72
4.12	ช่องทางกรจัดจําหนายผลิตภัณฑ์แบบที่ 2	73
4.13	ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจ	83

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved