

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาความสำคัญและปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 นิยามคำศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1.1 โครงสร้างการตลาดและการกำหนดราคา	4
2.1.2 ส่วนประสมการตลาด	6
2.1.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	14
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	14
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
บทที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่ม	16
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์	16
4.1.1 ชื่อสถานประกอบการ	16

4.1.2	สถานที่ตั้ง	16
4.1.3	ผู้นำคนสำคัญของกลุ่มฯ	17
4.2	ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม	17
4.3	บทบาทของกลุ่มฯ ต่อชุมชน	19
4.4	การจัดการองค์กรและการบริหารงานของกลุ่มฯ	19
4.4.1	การจัดการองค์กรของกลุ่มฯ	19
4.4.2	การบริหารงาน	23
4.4.3	ปัญหาการจัดการองค์กรของกลุ่มฯ	23
4.5	แหล่งให้ความสนับสนุนและช่วยเหลือแก่กลุ่มฯ	23
4.6	ศักยภาพการจัดการองค์กรของกลุ่มฯ	24
บทที่ 5	ผลการศึกษา	25
5.1	การผลิตและเทคโนโลยีการผลิต	25
5.1.1	ผลิตภัณฑ์	25
5.1.2	การบริหารการผลิตและการวางแผนการผลิต	26
5.1.3	การจัดหาปัจจัยการผลิต	26
5.1.4	แรงงานและการจ้างงาน	32
5.1.5	ต้นทุนของผลิตภัณฑ์	36
5.1.6	ผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์	39
5.1.7	กรรมวิธีการผลิต	67
5.1.8	การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	76
5.1.9	ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต	76
5.1.10	ศักยภาพด้านการผลิต	77
5.2	การตลาด	80
5.2.1	รูปแบบและการแข่งขัน	80
5.2.2	การบริหารการตลาดและการวางแผนการตลาด	80
5.2.3	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	81
5.2.4	ช่องทางการจัดจำหน่าย	81
5.2.5	ราคาและการตั้งราคา	84
5.2.6	การส่งเสริมการขาย	86

5.2.7 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด	87
5.2.8 ศักยภาพด้านการตลาด	87
5.3 การเงิน	88
5.3.1 การบริหารการเงินและการวางแผนการเงิน	88
5.3.2 แหล่งเงินทุน	88
5.3.3 ผลการดำเนินงาน	88
5.3.4 ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน	90
5.3.5 ศักยภาพด้านการเงิน	90
5.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่ม	91
5.4.1 จุดแข็ง	91
5.4.2 จุดอ่อน	91
5.4.3 โอกาส	92
5.4.4 อุปสรรค	92
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	93
6.1 สรุปผลการศึกษา	93
6.1.1 การจัดการองค์กร	93
6.1.2 การผลิต	93
6.1.3 การตลาด	94
6.1.4 การเงิน	95
6.2 ศักยภาพของกลุ่มฯ	96
6.3 ข้อเสนอแนะ	96
เอกสารอ้างอิง	97
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก รูปภาพ	
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	
ภาคผนวก ค การคำนวณต้นทุนการผลิต	
ประวัติผู้เขียน	209

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 รายชื่อสมาชิกในกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์ และหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละคน	20
5.1 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์	28
5.2 การจัดหาวัตถุดิบและวัสดุที่ใช้ในการผลิต	30
5.3 การจัดหาวัสดุ อุปกรณ์การผลิต และอุปกรณ์สำนักงาน	32
5.4 แรงงานและการจ้างงาน	33
5.5 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์แผ่นภาพโลหะ ขนาด 4x6 นิ้ว	48
5.6 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์แผ่นภาพโลหะ ขนาด 6X9 นิ้ว	49
5.7 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์แผ่นภาพโลหะ ขนาด 8X12 นิ้ว	50
5.8 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์แผ่นภาพโลหะ ขนาด 30X50 ซม.	51
5.9 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์แผ่นภาพโลหะ ขนาด 40X60 ซม.	52
5.10 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 5 บาท	53
5.11 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 10 บาท	54
5.12 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 15 บาท	55
5.13 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 20 บาท	56
5.14 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 50 บาท	57
5.15 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชั้นและพาน น้ำหนัก 100 บาท	58
5.16 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กล่องใส่นามบัตร ขนาด 3x5 นิ้ว	59
5.17 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ที่คั่นหนังสือ	60
5.18 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ	61
5.19 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จานรองแก้ว	62
5.20 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กำไลแบบเกลี้ยง น้ำหนัก 10 กรัม	63
5.21 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กำไลแบบตอกลาย น้ำหนัก 10 กรัม	64
5.22 ต้นทุนผลิตภัณฑ์สร้อยคอ, ข้อมือ น้ำหนัก 10 กรัม	65
5.23 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กระเป๋า น้ำหนัก 10 บาท	66
5.24 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เข็มขัด น้ำหนัก 10 บาท	67

5.25 คักยภาพผลิตภันท์ของกลุ่มเชียงใหม่คิลป์ (พิจารณาโดยใช้ราคาขายส่ง)	78
5.26 คักยภาพผลิตภันท์ของกลุ่มเชียงใหม่คิลป์ (พิจารณาโดยใช้ราคาขายปลีก)	79
5.27 ราคาผลิตภันท์ของกลุ่มเชียงใหม่คิลป์	85
5.28 การตั้งราคา	86



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
4.1 ที่ตั้งของกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์	16
4.2 แผนผังการจัดองค์การของกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์	22
5.1 กระบวนการทำแผ่นภาพโลหะ	68
5.2 กระบวนการทำชั้นและพื้น	69
5.3 กระบวนการทำกล่องใสนามบัตร	70
5.4 กระบวนการทำที่คั่นหนังสือ	70
5.5 กระบวนการทำพวงกุญแจ	71
5.6 กระบวนการทำจานรองแก้ว	71
5.7 กระบวนการทำกำไลแบบเกลี้ยง	72
5.8 กระบวนการทำกำไลแบบตอกลาย	73
5.9 กระบวนการทำสร้อยคอ, ข้อมือ	74
5.10 กระบวนการทำกระเป๋า	75
5.11 กระบวนการทำเข็มขัด	76
5.12 สัดส่วนการจำหน่าย	82
5.13 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบที่ 1	82
5.14 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบที่ 2	83
5.15 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบที่ 3	83
5.16 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบที่ 4	84