

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
คำนำ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา หลักการและเหตุผล.....	1
กรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์.....	4
คำถามในการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์และเป้าหมาย.....	5
กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินงาน.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จักสานจากเส้นพลาสติก.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
ประเด็นที่กำลังดำเนินการ.....	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	36
วิธีการดำเนินงาน.....	36
กลุ่มเป้าหมาย.....	37
พื้นที่ดำเนินงาน.....	37
แผนการดำเนินงาน.....	38
ขั้นตอนการติดตามประเมินผล.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บริบทของพื้นที่ศึกษา.....	44
ด้านกายภาพ.....	44
ด้านสิ่งแวดล้อม.....	50
ด้านสังคม.....	51
ด้านเศรษฐกิจ.....	55
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า.....	57
บทที่ 5 ปฏิบัติการวิจัยในพื้นที่.....	63
กิจกรรมดำเนินงาน.....	63
ผลที่ได้รับ.....	64
บทที่ 6 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	78
สรุปผลที่ได้รับ.....	78
เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย.....	79
ผลที่ได้รับ.....	80
วิธีวัดผลและประเมินผล.....	84
ข้อเสนอแนะอื่น.....	84
รายการอ้างอิง.....	86
ภาคผนวก.....	89
ภาคผนวก ก ประวัติคณะผู้วิจัย.....	90
ภาคผนวก ข ภาพถ่ายกิจกรรม.....	101

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	ข้อดีและข้อเสียของช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละประเภท.....	11
2.2	แสดงการพิจารณาจำนวนคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละระดับ.....	14
2.3	แสดงรายละเอียดของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	26
2.4	คำถาม 7 คำถาม (6 W 1H) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการที่เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค.....	29
3.1	แผนการดำเนินงาน.....	39
4.1	แสดงจำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรของตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด.....	48
4.2	แสดงรายชื่อผู้นำหมู่บ้านในแต่ละท้องที่ในตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด.....	51
5.1	ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน.....	71
5.2	แสดงการเปรียบเทียบช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบเดิมและแบบใหม่ของกลุ่ม	73

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่		หน้า
1.1	แสดงรูปแบบช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้า.....	2
1.2	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
2.1	แสดงองค์ประกอบของการจัดจำหน่าย.....	8
2.2	แสดงประเภทของช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	11
2.3	แสดงระดับช่องทางทางการจัดจำหน่าย.....	13
2.4	แสดงการขยายช่องทางทางการจำหน่ายในแนวนอน.....	15
2.5	แสดงการขยายช่องทางทางการจำหน่ายในแนวตั้ง.....	16
5.1	การลงชุมชนเพื่อเตรียมพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย.....	65
5.2	ผลิตภัณฑ์จักสานจากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน.....	65
5.3	การประชุมชี้แจงเพื่อทำความเข้าใจโครงการชุมชนกลุ่มจักสานบ้านชุมดิน.....	66
5.4	กลุ่มเป้าหมายร่วมพูดคุยเพื่อวางแผนการดำเนินโครงการร่วมกัน.....	67
5.5	การวางแผนการดำเนินโครงการร่วมกันกับกลุ่มจักสานบ้านชุมดิน.....	68
5.6	การลงพื้นที่เพื่อพบปะพูดคุยกับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ.....	68
5.7	การสัมภาษณ์กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านชุมดิน.....	69
5.8	ประเด็นปัญหาของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน.....	70
5.9	แสดงการจัดตั้งกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านชุมดินผ่านเฟสบุ๊ก.....	74
5.10	แสดงการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านเฟสบุ๊กของกลุ่ม.....	75
5.11	แสดงตัวอย่างการตั้งหน้าร้านเพื่อจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม.....	75