

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.....	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับข้าว.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
ประเด็นที่กำลังดำเนินการ.....	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	40
วิธีการดำเนินงาน.....	40
กลุ่มเป้าหมาย.....	41
พื้นที่ดำเนินงาน.....	41
แผนการดำเนินงาน.....	42
ขั้นตอนการติดตามประเมินผล.....	46

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บริบทของพื้นที่ศึกษา.....	47
ด้านกายภาพ.....	47
ด้านสิ่งแวดล้อม.....	49
ด้านสังคม.....	50
ด้านเศรษฐกิจ.....	53
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า.....	55
บทที่ 5 ปฏิบัติการวิจัยในพื้นที่.....	58
กิจกรรมดำเนินงาน.....	58
ผลที่ได้รับ.....	59
บทที่ 6 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	75
สรุปผลที่ได้รับ.....	75
เป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง.....	76
ผลที่ได้รับ.....	76
วิธีการวัดผลประเมินผล.....	80
ข้อเสนอแนะอื่น.....	80
รายการอ้างอิง.....	82
ภาคผนวก.....	85
ภาคผนวก ก ประวัติคณะผู้วิจัย.....	86
ภาคผนวก ข ภายถ่ายกิจกรรม.....	98

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ข้อดีและข้อเสียของช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละประเภท.....	10
2.2 แสดงการพิจารณาจำนวนคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละระดับ.....	13
2.3 แสดงรายละเอียดของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	25
2.4 คำถาม 7 คำถาม (6 W 1H) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการที่เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค.....	28
3.1 แผนการดำเนินงาน.....	43
4.1 แสดงจำนวนครัวเรือนและประชากรตำบลพระเสารี อำเภอมหาชนะชัย จังหวัด ยโสธร.....	51
4.2 แสดงการแบ่งการปกครององค์การบริหารส่วนตำบลพระเสารี อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร.....	51
5.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน.....	67

สารบัญรูปร่างภาพ

รูปภาพที่		หน้า
1.1	แสดงรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า.....	2
1.2	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
2.1	แสดงองค์ประกอบของการจัดจำหน่าย.....	7
2.2	แสดงประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย.....	9
2.3	แสดงระดับช่องทางการจัดจำหน่าย.....	12
2.4	แสดงการขยายช่องทางการจำหน่ายในแนวนอน.....	14
2.5	แสดงการขยายช่องทางการจำหน่ายในแนวตั้ง.....	15
5.1	การเตรียมพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย.....	59
5.2	การวางแผนดำเนินโครงการร่วมกับชุมชน.....	60
5.3	การวางแผนการดำเนินโครงการร่วมกันกับชุมชน.....	61
5.4	การลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลบริบทของชุมชน.....	62
5.5	การสำรวจปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มโรงสีข้าวบ้านหัวดง.....	64
5.6	แสดงกิจกรรมการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มโรงสีข้าวบ้านหัวดง.....	64

5.7	แสดงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากข้าวของกลุ่มโรงสีข้าวบ้านหัวดง.....	65
5.8	แสดงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าชุมชน.....	65
5.9	แสดงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านธงฟ้าประชารัฐ.....	66
5.10	แสดงกิจกรรมการประชุมเพื่อหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม.....	66
5.11	ผลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่ม.....	67
5.12	แสดงกิจกรรมการระดมความคิดเพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม.....	68
5.13	แสดงเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม.....	69
5.14	แสดงรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มโรงสีข้าวบ้านหัวดง.....	70
5.15	แสดงการจัดตั้งข้าวแต่นกลุ่มแม่บ้านบ้านหัวดงผ่านเฟสบุ๊ก.....	71
5.16	แสดงการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านเฟสบุ๊กของกลุ่ม.....	72
5.17	แสดงตัวอย่างการฝากขายหน้าร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก.....	72