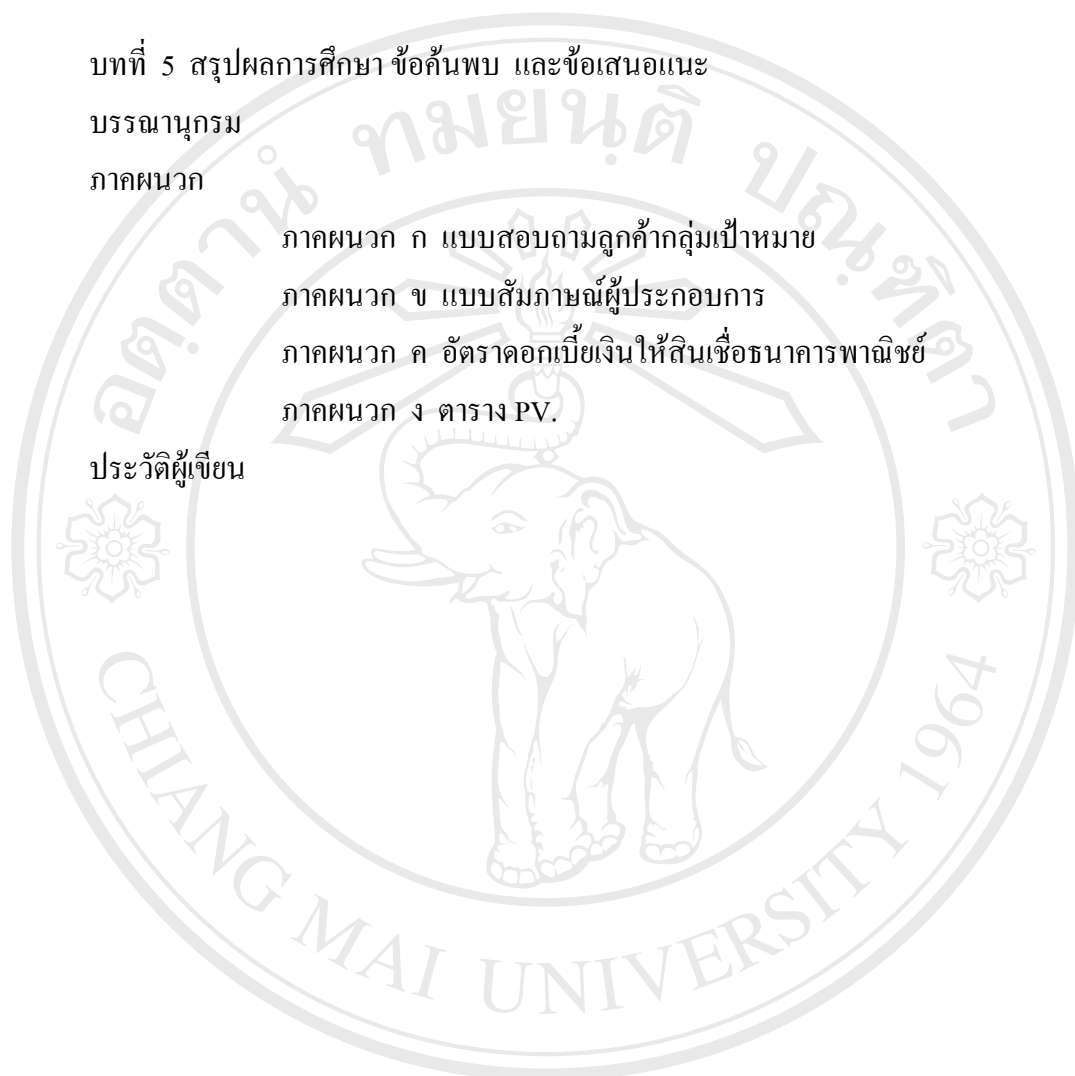


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 แผนการดำเนินงานและขอบเขตการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	6
2.2 ทบทวนวรรณกรรม	11
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	22
3.1 ขอบเขตการศึกษา	22
3.2 วิธีการศึกษา	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการสร้างเครื่องมือ	25
3.4 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลการศึกษา	27
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ	27
4.2 การวิเคราะห์ด้านการตลาด	44
4.3 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	54
4.4 การวิเคราะห์ด้านการเงิน	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	87
ภาคผนวก ก แบบสอบถามลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	88
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	94
ภาคผนวก ค อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์	107
ภาคผนวก ง ตาราง PV.	109
ประวัติผู้เขียน	110



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 แสดงระดับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตามค่าของคะแนน	17
2-2 แสดงยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตามประเภทสินค้าของจังหวัดนครสวรรค์ ระหว่างเดือน มกราคม – พฤษภาคม 2548	18
4-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	28
4-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	28
4-3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	29
4-4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	29
4-5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจังหวัดที่อยู่ปัจจุบัน	30
4-6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทางผ่านจังหวัดนครสวรรค์ กรณีที่อยู่จังหวัดอื่น ๆ	30
4-7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจหรือเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า OTOP	31
4-8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามประเภทกลุ่มสินค้า	31
4-9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ตามลักษณะของชนิดสินค้า	32
4-10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ที่สนใจซื้อในแต่ละครั้ง	33
4-11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ ต่อชิ้นที่ซื้อ	33
4-12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนที่ซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	34
4-13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	35
4 – 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจกรณีที่มีร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์ เปิดใหม่ที่สามารถให้บริการตามที่ต้องการ	36
4 - 16 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหารของ จังหวัดนครสวรรค์	36
4 - 17 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	37
4 – 18 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การขายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	38
4 - 19 แสดงจำนวนคะแนนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะเฉพาะของกิจการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	39
4 - 20 ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	51
4 – 21 ประมาณการรายละเอียดค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนเบื้องต้น	60
4 – 22 ประมาณการค่าเช่าร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ของจังหวัดนครสวรรค์	61
4 – 23 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อสินค้ามาจำหน่าย	62
4 – 24 ประมาณการค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน	63
4 – 25 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด	64
4 – 26 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ	64
4 – 27 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-28 ประมาณการคำนวณค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	66
4-29 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุน	69
4-30 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	69
4-31 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี	70
4-32 ประมาณการงบกระแสเงินสดในโครงการ	71
4-33 การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิในโครงการ (NPV)	71
4-34 แสดงระยะเวลาคืนทุนในโครงการ (PB)	72
4-35 การคำนวณอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	73
4-36 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%	75
4-37 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%	76
4-38 แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายเพิ่มขึ้นจากประมาณการ 10%	76
4-39 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า 5 ปี กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%	77
4-40 ประมาณการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%	78
4-41 แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน กรณียอดขายลดลงจากประมาณการ 10%	78

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2-1	แสดงขอบเขตและแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	8
2-2	ภาพแสดงแผนที่จังหวัดนครสวรรค์	21
4-1	แสดงที่ตั้งร้านจำหน่าย	55
4-2	ภาพแสดงการวางผังโครงการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหารของจังหวัดนครสวรรค์	57
4-3	ภาพแสดงการจัดแผนผังองค์การ	58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved