

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	5
ABSTRACT.....	7
กิตติกรรมประกาศ.....	9
สารบัญ.....	10
รายการตาราง.....	12
รายการภาพประกอบ.....	13
บทที่ 1 บทนำ.....	14
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	14
วัตถุประสงค์.....	16
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	16
ขอบเขตการวิจัย.....	16
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระยะที่ 3.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินโครงการ.....	30
การบริหารโครงการ.....	44
กลุ่มและการบริหารจัดการ.....	53
หลักการตลาดและแนวคิดการตลาด.....	55
การวิจัยแบบผสมผสาน.....	65
การสนทนากลุ่ม.....	68
การสัมภาษณ์.....	72
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	77
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....	91
ขอบเขตการวิจัย.....	91
กลุ่มเป้าหมาย.....	92
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	92
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	93
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	94
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	95

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	96
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	99
บทที่ 5 การอภิปรายผล.....	119
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	119
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	120
อภิปรายผลการวิจัย.....	131
บรรณานุกรม.....	137
ภาคผนวก.....	141
ภาคผนวก ก ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต.....	142
ภาคผนวก ข หนังสือราชการ.....	146
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย.....	158
ภาคผนวก ง ประเด็นคำถามการสนทนากลุ่ม.....	163
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม.....	165
ประวัติผู้เขียน.....	167

## รายการตาราง

ตาราง	หน้า
1 ผลผลิตของโครงการ.....	20
2 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต.....	96
3 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่ม.....	98
4 จำนวนและร้อยละแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม.....	99

Prince of Songkla University  
Pattani Campus

## รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 โครงสร้างการบริหารโครงการ.....	23
2 กระบวนการดำเนินงานโครงการ.....	29
3 รูปแบบการประเมินที่ยึดจุดมุ่งหมายของ Tyler.....	33
4 ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการประเมินโครงการและการตัดสินใจ.....	36
5 รูปแบบการประเมิน CIPP.....	37
6 ความหมายของการตลาดเพื่อการสร้างคุณค่า และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า.....	57
7 การตลาดโดยองค์รวม.....	59
8 การให้ความสำคัญแก่การผลิต และการตลาด.....	61
9 ความแตกต่างระหว่างแนวความคิดทางการตลาด และแนวความคิดทางการขาย.....	62
10 กรอบแนวคิดการประเมินผลโครงการ.....	90
11 แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มในด้านการบริหารจัดการ.....	126
12 แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มในด้านการผลิต.....	128
13 แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มในด้านการตลาด.....	130

Prince of Songkhro University  
Pattani Campus