



กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว)

พเยาว์ สายทองสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT STRATEGIES FOR ENHANCING
THE COMPETIVENESS OF KHUBUA-TEENJOK HAND-WOVEN COTTON SKIRT,
A LOCAL COMMUNITY PRODUCT

Payao Saytongsuk

A Thesis Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2016

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถ
ทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว)

เพยาวี สายทองสุข


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT STRATEGIES FOR ENHANCING
THE COMPETIVENESS OF KHUBUA-TEENJOK HAND-WOVEN COTTON SKIRT,
A LOCAL COMMUNITY PRODUCT

Payao Saytongsuk

A Thesis Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2016

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถ
ทางการแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว)

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวเพียว สายทองสุข

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ สิงห์เจริญ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....

ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

(นายรพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทระโคติกา)

.....

กรรมการ

(ดร.นิภารัตน์ สายประเสริฐ)

.....

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ สิงห์เจริญ)



Thesis study Certificate
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Thesis Study Title Logistics and Supply Chain Management Strategies for Enhancing the Competiveness of Khubua – Teenjok Hand-woven Cotton Skirt, a Local Community Product

Researcher Miss Payao Saytongsuk

Program Management

Advisors Assoc. Prof. Tasanee Singchareon

Rajamangala University of Technology Rattanakosin Approved this Thesis in Partial fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration

..... Director of College of Innovation
(Mr. Rapee Moungnont)

Thesis Study Committee

..... Chairperson
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Niparat Saiprasert, Ph.D.)

..... Member
(Assoc. Prof. Tasanee Singchareon)

ชื่อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีด
ความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
ประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว)

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวเพียว สายทองสุข

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ สิงห์เจริญ

ปีการศึกษา

2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของ
สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก และ (2)
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานกับขีดความสามารถทางการ
แข่งขันของผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับ
สหกรณ์การเกษตร ไท-ยวน ราชบุรี จำกัด

วิธีการสำรวจเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามจากสมาชิก
สหกรณ์ จำนวน 216 คน ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 195 คน และผู้บริโภคจำนวน 400 คน ข้อมูล
วิเคราะห์โดยใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สมการถดถอย

ผลการศึกษาหลัก พบว่า 1) รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์ ด้าน
การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ระยะเวลาการผลิต รูปแบบของการบริหารจัดการ
องค์การหรือกลุ่ม แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบใน
การแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนการดำเนินการและการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ และ 2) กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานมีความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความ
ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ระดับคุณภาพของการส่งมอบ
ผลิตภัณฑ์ การให้บริการที่ดี ด้านการลดต้นทุน ความพึงพอใจ การไหลของข้อมูลและกิจกรรม มี
ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสะท้อนว่า การนำกลยุทธ์การ
จัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานมาใช้ จะทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันในเรื่องของการ
ลดต้นทุน และความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำสำคัญ : ผ้าขึ้นตีนจก, ห่วงโซ่อุปทาน, โลจิสติกส์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Thesis title	Logistics and Supply Chain Management Strategies for Enhancing the Competiveness of Local Community Product, <i>KhubuaTeenjok</i> Hand-woven Cotton Skirt
Researcher	Miss Payao Saytongsuk
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Assoc. Prof. Tasanee Singhareon
Academic Year	2016

Abstract

This research aimed to study the structure and operational process of Tai-Yuan Ratchaburi Agricultural Cooperative Ltd. in producing and distributing *KhubuaTeenjok* hand-woven cotton skirts; and to analyze relationship between logistics and supply chain management and competitiveness of *KhubuaTeenjok* hand-woven cotton skirt products in order to improve efficiency and effectiveness of Tai -Yuan Ratchaburi Agricultural Cooperative Ltd.

Simple random sampling technique was applied using self-reported questionnaire of 216 cooperative members, 195 sales representatives, and 400 consumers. Data were analyzed by using descriptive statistical analysis and regression analysis.

Major findings revealed that structure and operational process of cooperative on the aspect of production and sale of *KhubuaTeenjok* hand-woven cotton skirt products, manufacturing time, organizational management style, and source of material had statistically significant impact on competitiveness of the cooperative on the aspect of operation cost reduction and quality improvement; and logistic and supply chain management had statistically significant impact on competitiveness of cooperative. High standard delivery, good services, cost reduction, customer satisfaction, and flow of information and activity were positively and statistically related. The results implied that applying logistics and supply chain management can help improving competitive advantages in terms of cost reduction and customer satisfaction.

Keyword: *KhubuaTeenjok* Hand-woven Cotton Skirts, Supply Chain, Logistics

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์กฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ สิงห์เจริญ ดร.อุดม สมพร รองศาสตราจารย์สมยศ นาวิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรี ปานศิริ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของการวิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องในการจัดทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด รวมถึงตัวแทนจำหน่ายในต่างจังหวัดที่อำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

เหนือสิ่งอื่นใดผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ และคุณแม่ สำหรับความรักและความเสียสละที่มีให้ลูกคนนี้ ขอกราบขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว และเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ในคณะทุกคน ที่เป็นกำลังใจในการให้ความช่วยเหลือพร้อมคำแนะนำที่ดีมีคุณค่า ทำให้ผู้เขียนสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากผลการศึกษานี้ ผู้เขียนขอน้อมบูชาคุณบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอนจนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

พเยาว์ สายทองสุข
มกราคม 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพ.....	(8)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 คำถามในการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	7
2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	7
2.2 บทบาทสำคัญเชิงกลยุทธ์ของระบบห่วงโซ่อุปทาน.....	10
2.3 กลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน.....	13
2.4 การจัดการโลจิสติกส์.....	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย.....	31
4.1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้าน โลจิสติกส์ ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด.....	31
4.2 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และการสร้าง ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นดินจก.....	36
4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตร ไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์ การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด.....	39
4.6 การทดสอบสมมติฐาน.....	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	46
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	46
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	49
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	53
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้.....	53
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	54
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	57
ภาคผนวก ก ตัวอย่างเครื่องมือการวิจัย.....	58
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	68
ประวัติผู้วิจัย.....	70

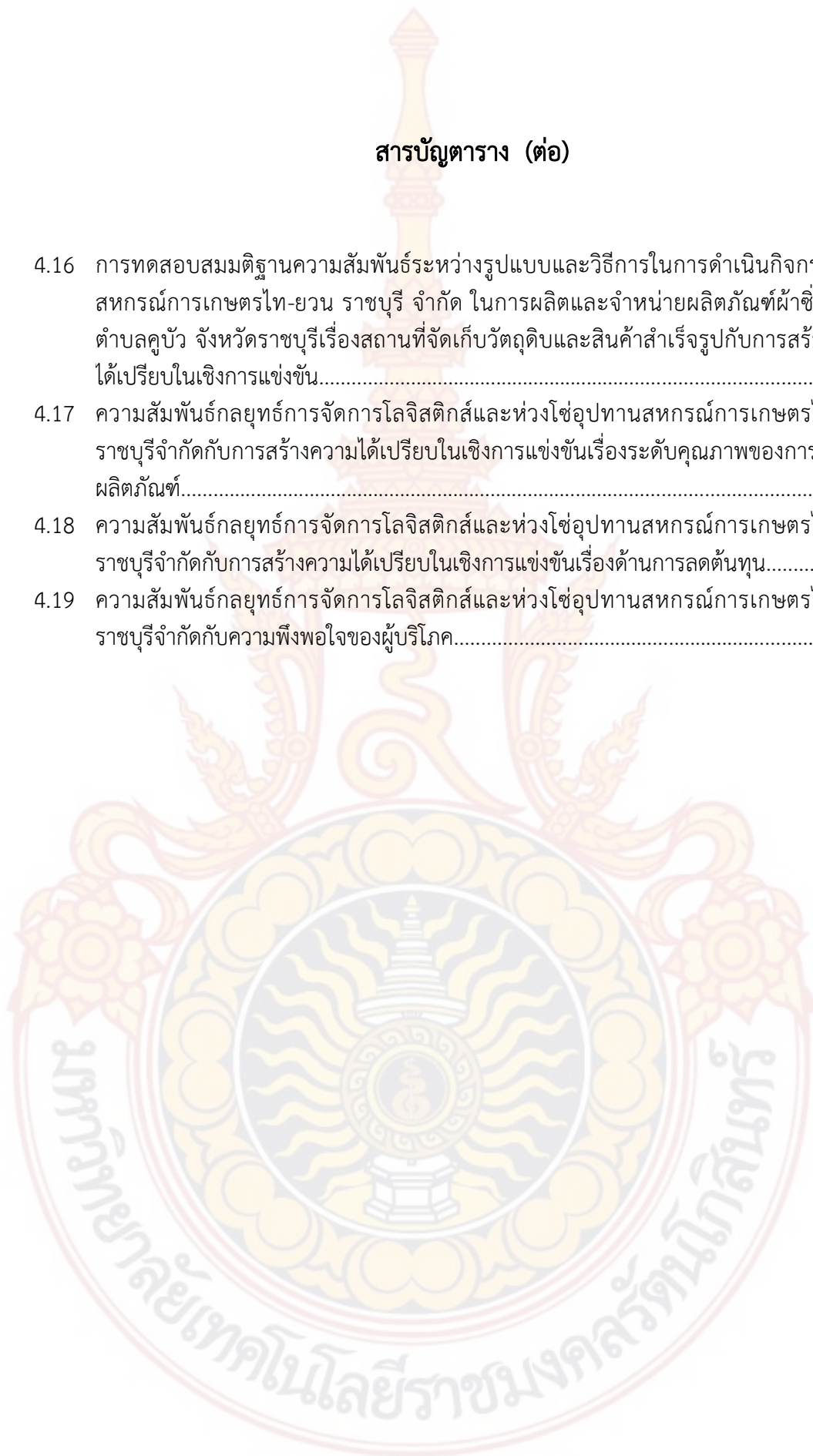


สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	วิธีการของระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อกลยุทธ์ขององค์กร.....	11
4.1	จำนวนผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก.....	31
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	34
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	34
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	35
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	35
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มจำแนกตามระดับการศึกษา.....	35
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา.....	36
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์.....	36
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้.....	37
4.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีจำแนกตามความสามารถในการดำเนินงาน.....	38
4.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีจำแนกตามทรัพยากร.....	39
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด.....	39
4.13	การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน.....	40
4.14	การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่มกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน.....	41
4.15	การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)


	หน้า
4.16 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของ สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปกับการสร้างความ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน.....	43
4.17 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบ ผลิตภัณฑ์.....	44
4.18 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องด้านการลดต้นทุน.....	44
4.19 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	45



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องนุ่งห่ม.....	8
2.2	กลยุทธ์การกำหนดราคา Nine-quality strategy.....	9
2.3	ระบบห่วงโซ่อุปทาน.....	10
2.4	การรวบรวมกิจการในแนวตั้ง.....	14
2.5	Basic/Direct supply chain.....	15
2.6	Extended supply chain.....	16
2.7	Ultimate supply chain.....	16
2.8	การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานด้วย ECR	20
2.9	การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน.....	21
2.10	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	26
2.11	แบบจำลองของการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและ ท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก.....	26





บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลปัจจุบัน โดยได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ด้วยการสนับสนุนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ตามศักยภาพทางการตลาดในระดับต่าง ๆ คือ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับส่งออก โดยจัดระบบการบริหารจัดการโครงการแบบบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างเทคโนโลยีและการจัดการควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านการตลาด โครงการ OTOP ช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน ดังนั้นการส่งเสริมการพัฒนาจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการสร้างสรรค คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมถึงการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มอาชีพ ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ทั้งนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แท้จริงนั้นเกิดจากพลังความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นและการมีผู้นำกลุ่มที่มีความสามารถ โดยรัฐเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนทางด้านเทคนิค จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็น และให้ความช่วยเหลือกิจกรรมทางการตลาด

ในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลมีนโยบายประกาศสงครามกับความยากจน อันเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ รัฐจึงได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยนำแนวคิดมาจากการพัฒนาสินค้าพื้นบ้านของจังหวัดโอกิตะ ประเทศญี่ปุ่น

ในปี พ.ศ.2549 รัฐบาลได้พัฒนา และขยายความหมายโครงการให้ครอบคลุมการดำเนินการกว้างขวางขึ้น โดยปรับเปลี่ยนเป็น “โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น” (OTOP) โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งไม่จำเป็นว่าหนึ่งตำบลจะต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจเป็นหลายชุมชน และไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดหรือภาคเดียวกัน แต่จะเป็นการรวมกลุ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบระบบเครือข่าย ส่วนที่ 2 คือ ผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท เรียกว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549 หน้า 11-12) จากการสนับสนุนของรัฐบาลจึงทำให้จำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนปี พ.ศ.2549 มีทั้งสิ้น 37,840 ราย ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่มีผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน อย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์มีอยู่ 11,231 ราย เมื่อพิจารณาตามประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า มีถึงร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่ไม่สามารถจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้ (26,609 ราย) ส่วนที่เหลือที่สามารถจำแนกตามประเภทได้ 11,231 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทของใช้-ของตกแต่ง-ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 31

(3,574 ราย) ของจำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่สามารถจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทอาหาร คิดเป็นร้อยละ 29 (3,234 ราย) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทอาหาร คิดเป็นร้อยละ 29 (3,234 ราย) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 25 (2,819 ราย) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทเครื่องตี คิดเป็นร้อยละ 8 (873 ราย) และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร คิดเป็นร้อยละ 7 (731 ราย) และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากยอดการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก ประชาชนส่วนใหญ่หันมาประกอบธุรกิจส่วนตัว บ้างก็เกิดจากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปี พ.ศ. 2540 เดิมเป็นกิจการส่วนตัวแต่เมื่อโครงการของภาครัฐเข้ามา ก็ไปจดทะเบียนแต่การบริหารงานก็ยังคงมีลักษณะเป็นกิจการส่วนตัวอยู่ เพียงแต่มีการจดทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บ้างก็ให้ลูกจ้างที่ตนมีอยู่เป็นสมาชิกกลุ่ม และมีโครงสร้างแบบกลุ่ม และใช้นโยบายของรัฐบาลในการสร้างช่องทางในการจัดจำหน่าย แต่อาศัยประสบการณ์ที่มีอยู่ ดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิชาการจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่ายอดการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นภายหลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อจำแนกยอดจำหน่ายเฉลี่ยตามประเภทเจ้าของผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการโดยกลุ่มชาวบ้านมียอดจำหน่ายเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มอื่น คือ 421,013 บาท/กลุ่ม/ปี หรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในขณะที่กลุ่ม SMEs และ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นกลุ่ม มียอดจำหน่ายเฉลี่ยสูงขึ้น 2,723,652 บาท/กลุ่ม/ปี และ 869,621 บาท/กลุ่ม/ปี ตามลำดับ ส่วนกลุ่มสหกรณ์มียอดจำหน่ายเฉลี่ยลดลง 27,660,000 บาท/กลุ่ม/ปี (ประชาชาติธุรกิจ, 2548) ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจขัดแย้งกับแก่นแท้ของนโยบายแก้ปัญหาความยากจนจากการนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบโดยประสบการณ์ทางธุรกิจ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นโดยแท้ ขาดประสบการณ์ทางการตลาด การบริหารจัดการด้านธุรกิจ ขาดความสามารถทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของสหกรณ์การเกษตร ไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ที่เกิดจากการรวมกลุ่มชาวบ้านตำบลคูบัวผลิตผ้าขึ้นตีนจก ซึ่งแต่เดิมชาวบ้านตำบลคูบัวจะผลิตผ้าขึ้นตีนจกแบบแยกกันผลิตแยกกันขายเป็นอาชีพเสริม และในปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวนราชบุรี จำกัด ได้รับจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ ผลิตและจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจก แต่ปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการในตำบลคูบัว จำนวนมากที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทเดียวกัน บ้างก็มาจากการถอนหุ้นจากสหกรณ์และเปิดกิจการเป็นของตนเอง บ้างก็ให้ลูกจ้างที่ตนมีอยู่เป็นสมาชิกกลุ่มมีโครงสร้างแบบกลุ่ม และใช้นโยบายของรัฐบาลในการสร้างช่องทางในการจัดจำหน่าย จึงทำให้สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด มีคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันค่อนข้างมาก

อีกทั้งกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของการบริโภค ส่งผลกระทบต่อผ้าทอพื้นบ้าน ผ้าทอพื้นบ้านจึงจำเป็นต้องปรับตัวไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น แต่ละท้องถิ่นต้องพัฒนาคุณภาพของผ้าทอไปพร้อม ๆ กับการสืบทอดมรดกแห่งภูมิปัญญาให้เชื่อมโยงกับสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระบบทุนนิยม เพราะกระแสการบริโภคสินค้าแฟชั่นมีบทบาทและมีน้ำหนักมากกว่าการให้ผ้าทอพื้นบ้านมีบทบาทอยู่เพียงกลุ่มคนบางกลุ่มหรือใช้เพื่องานพิธีสำคัญ ๆ เท่านั้น กลุ่มชาวไทยยวนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรีเป็นชุมชนหนึ่งที่ต้องการสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาอันเป็นศาสตร์และศิลป์ที่แสดงออกผ่านทางผืนผ้า ชาวไทยยวนมีชื่อเสียงในการทอผ้าจก ซึ่งสืบทอดตำนานการทอผ้ามาตั้งแต่บรรพบุรุษจากแนวคิดของการสอดแทรกอารมณ์ทางสุนทรีย์แห่งศิลปะ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรม ผสมผสานแนวคิด

ทางวัฒนธรรมความเชื่อที่สนองต่อศรัทธาในศาสนา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดและสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบันเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนทั่วไปว่า “ผ้าซิ่นตีนจก” ผ้าทอพื้นบ้านอย่างผ้าจกได้รับการพัฒนาทั้งทางเทคนิคและคุณภาพ เพื่อประโยชน์ของผู้ซื้อและสนองต่อบรรณนิยมของตลาด หลายฝ่ายหวังว่าจะเป็นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งให้กับชุมชน แต่ผู้ผลิตซึ่งเป็นทั้งนักสร้างสรรค์และเจ้าของภูมิปัญญากลับไม่สามารถลืมหื้มตาม้าปากได้อย่างแท้จริง จากข้อมูลข้างต้นพบว่า ปัจจุบันผ้าจกถูกสร้างให้มีความหมายที่แสดงถึง ภาพลักษณ์ ธรรมเนียม ฐานะทางสังคม และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ใช้ผ้า ทำให้วิถีการถักทอผ้าจกเปลี่ยนแปลงไปโดยผสมผสานความต้องการของผู้บริโภคในระบบตลาดกับศิลปะที่เป็นตัวตนของผู้ทอ จะเห็นได้ว่าช่างทอพยายามที่จะปรับตัวให้มีชีวิตอยู่รอดภายใต้การเปลี่ยนแปลงตามสังคม แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะอยู่บนกระแสดังกล่าวได้อย่างมั่นคง เพราะกระแสการบริโภคสินค้าแฟชั่นมีพื้นที่อยู่ในระดับสูง อีกทั้งปัญหาในด้านราคาที่ยังค่อนข้างสูง และที่สำคัญกลุ่มเป้าหมายมีอยู่เพียงบางกลุ่มเท่านั้น จากจุดนี้เองจึงเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญว่า ทำอย่างไรให้ผ้าจกมีฐานการบริโภคเพิ่มขึ้น แนวทางการใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน จึงเป็นแนวคิดที่จะผลักดันให้มีการสร้างกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ Lambert and Sharma (1990, p 9) พบว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการนำเอาระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนโดยรวมขององค์การได้ รวมทั้งยังช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าซิ่นตีนจก (ผ้าคูบัว) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

1.2.2 เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมในการผลิต และการกระจายผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

1.2.3 เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

1.3 คำถามในการวิจัย

1.3.1 รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเป็นอย่างไร

1.3.2 ปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมในการผลิต และการกระจายผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

1.4.2 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่ดี

1.4.3 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้านการลดต้นทุน

1.4.4 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค

1.5 ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การศึกษานี้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก ในเขตตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี ได้แก่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวนราชบุรี จำกัด ผู้แทนจำหน่ายในต่างจังหวัด และผู้บริโภคที่ซื้อผ้าขึ้นตีนจก

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่มีคุณสมบัติเป็นบุคคลที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อจะได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงประเด็นการวิจัยและถูกต้องครบถ้วน โดยกำหนดจำนวนกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนชาวบ้าน 1 คน และสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด จำนวน 216 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากจากรายชื่อสมาชิก จากการใช้สูตรทาโรยามาเน่ (Yamane, 1967, p. 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่น ที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% สูตรการคำนวณ ในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ดังนี้

$$n = N/(1+Ne^2)$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งกำหนดเท่ากับ 0.05

$$n = 486/(1+486(0.05^2))$$

$$= 216 \text{ คน}$$

และผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก โดยการสุ่มแบบเจาะจงจากตัวแทนผู้จำหน่ายในต่างจังหวัดจำนวน 195 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 23 กันยายน 2556) และการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์ที่สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว จึงเลือกกลุ่มตามดุลพินิจของนักวิจัย

โดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (No probability sampling) (ศรีเพ็ญ ทรัพย์มันชัย มนวิภา ผดุงสิทธิ์ และ นภดล รมโพธิ์, 2555 หน้า 100) จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองในวันเสาร์ และอาทิตย์

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความเกี่ยวกับทฤษฎีแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน และสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด และจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรที่จะศึกษาได้ดังนี้

1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- 1) รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด
- 2) กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด

1.5.2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

- 1) การสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน
 - 2) ความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ผู้วิจัยเลือกสถานที่ในการศึกษาคือสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 ถึงมกราคม 2560

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนต่ำ และทำการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้เกินความคาดหวังโดยนำเอาการจัดการโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน

1.6.2 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง เทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อให้การจัดการการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าชิ้นดินจก สามารถจำหน่ายได้ทั้งภายในและต่างประเทศด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับการให้บริการสูงสุด ซึ่งจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด

1.6.3 รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรม หมายถึง การนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ตลอดจนความสามารถในการดำเนินกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลการวิจัยจะช่วยเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบและวิธีการของการดำเนินกิจกรรมให้กับสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด

1.7.2 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะช่วยให้สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของระบบการจัดการโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะในส่วน

ของการจัดการวัตถุดิบและการกระจายสินค้า โดยมีเป้าหมายหลักคือ การลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด และสร้างระดับคุณภาพการให้บริการ

1.7.3 เพื่อให้สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด สามารถนำกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าขึ้นตีนจก ในการแข่งขันตลาดภายในประเทศ

1.7.4 เพื่อใช้แบบจำลอง (Models) ที่ได้พัฒนาขึ้น ในการช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและสามารถพัฒนาไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7.5 ใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับงานวิจัยให้กับผู้ที่สนใจในการศึกษาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นแนวทางศึกษาและประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงแนวทางในการดำเนินกิจกรรมในองค์กรต่าง ๆ ในภาคอุตสาหกรรม



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) ในครั้งนี้ดำเนินไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้กำหนดประเด็นในการเสนอดังนี้

- 2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด
- 2.2 บทบาทสำคัญเชิงกลยุทธ์ของระบบห่วงโซ่อุปทาน
- 2.3 กลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน
- 2.4 การจัดการโลจิสติกส์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องนุ่งห่ม เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสร้างความไว้วางใจให้เกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ โดยการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม

2.1.1 การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market segment)

การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด โดยใช้การแบ่งส่วนตามพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral segmentation) เป็นการแบ่งตลาดโดยการอาศัยพื้นฐานของผู้บริโภคต่าง ๆ เช่น ความรู้ ทัศนคติ การใช้ผลิตภัณฑ์ และปฏิกิริยาตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ โอกาส คุณประโยชน์ สถานภาพของผู้ใช้ อัตราการใช้ ความภักดีต่อตรายี่ห้อ ความพร้อมที่จะซื้อและทัศนคติ ล้วนแต่เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งการใช้พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงบ่อยตามภาวะเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ทำให้ง่ายต่อการทำกลยุทธ์

2.1.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Market target)

1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มของพ่อค้าคนกลางหรือห้างร้านต่าง ๆ ที่มีการจัดจำหน่ายที่เป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มและสินค้าพื้นเมืองทั้งในจังหวัดราชบุรีและต่างจังหวัด ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีการรับซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าในจำนวนมาก ๆ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้จะนำผลิตภัณฑ์สินค้าไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้ารายย่อยต่อไป ซึ่งถือได้ว่ากลุ่มเป้าหมายนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่

2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนมีขนาดเล็กหรือกลุ่มย่อยที่เป็นกลุ่มเครือข่ายที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดเดียวกัน โดยกลุ่มย่อยเหล่านี้จะมีการรับซื้อสินค้าจะกลุ่มใหญ่เพื่อใช้จำหน่ายให้กับลูกค้า ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์สินค้าในกลุ่มนั้นไม่มีเพียงพอที่จะจำหน่ายให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายรอมยังรวมไปถึงกลุ่มของลูกค้าที่มีอาชีพเป็นข้าราชการจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่นิยมใช้สินค้าเครื่องนุ่งห่มที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ผ้าไหม ซึ่งกลุ่มข้าราชการเหล่านี้จะนำสินค้าไปแปรรูปเป็นชุดผ้าไหมที่ใช้สวมใส่ในการทำงาน ดังนั้นกลุ่มข้าราชการเหล่านี้ก็ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายรองที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งเช่นกัน

3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market positioning) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ถือเป็น การออกแบบการสร้างข้อเสนอการขายและการสร้างภาพพจน์ให้ลูกค้าในตลาดเป้าหมายเข้าใจ และเห็นคุณค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยกลุ่มแต่ละกลุ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามานั้นจะมีการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยจะเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ พร้อมทั้งจะคำนึงถึงคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้



ภาพที่ 2.1 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องนุ่งห่ม
ที่มา: แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. (2549 หน้า 32).

4) กลยุทธ์ทางการตลาด ในการผลิตสินค้าใด ๆ ก็ตาม สิ่งหนึ่งที่นับได้ว่าเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกิจก็คือ การจัดการทางการตลาด เป็นการจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรของธุรกิจ โดยการดำเนินงานเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการจัดการการตลาดให้ดำเนินต่อไป การจัดการด้านการตลาดจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ หรือที่เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Market mix) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทเครื่องนุ่งห่มนอกจากจะมุ่งเน้นทางการขายสินค้าแล้ว ก็ยังเน้นที่หลักการให้บริการทางการขายด้วย ยกตัวอย่างเช่น การบริการส่งสินค้าให้กับลูกค้า การรับตัดเย็บ และการออกแบบลายผ้าให้กับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องมีหลักของการบริการเพิ่มขึ้น 3 ประการ คือ ผู้ให้บริการหรือพนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

4.1) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัด จัดเป็นสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่า (Potential product) คือไม่เพียงแต่เป็นผ้าชิ้นดิน

จกที่จำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรงเท่านั้น แต่ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งมาแปรรูปโดยการตัดเย็บให้เป็นชุดที่สามารถสวมใส่ได้โดยทันที โดยจะมีการจัดรูปแบบของสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งขนาด สี และลวดลาย

4.2) ราคา ผ้าขึ้นตีนจก ของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัด จะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ High-value strategy (กลยุทธ์มูลค่าสูง) เนื่องจากราคาที่กำหนดไว้จะเป็นราคาที่สูงพอประมาณ และเป็นราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ในระดับปานกลางถึงสูง คือลูกค้าที่มีความต้องการที่จะใช้สินค้าที่มีคุณภาพ สวยงาม คงทน มีมาตรฐานที่ดี และยังมีความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าขึ้นตีนจก ผู้วิจัยจึงขอเสนอรายละเอียดและอธิบายกลยุทธ์ในการตั้งราคา ดังนี้

คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product quality)	ราคา		
	สูง	Premium strategy กลยุทธ์สินค้าราคาสูงกว่า คุณภาพ	ผ้าขึ้นตีนจก ของสหกรณ์ การเกษตรไทย-ยวน จำกัด High-value strategy
กลาง	Overcharging strategy กลยุทธ์สินค้าราคาสูงเกิน กว่าคุณภาพ	Medium-value strategy กลยุทธ์สินค้าราคาปานกลางและ คุณภาพสินค้าราคาปานกลาง	Good-value strategy กลยุทธ์สินค้าคุณภาพ เหนือราคา
ต่ำ	Riff-off strategy กลยุทธ์สินค้าตั้งราคา ลวง	False economic strategy กลยุทธ์สินค้าลอกเลียนแบบ	Economic strategy กลยุทธ์สินค้าราคาถูก

ภาพที่ 2.2 กลยุทธ์การกำหนดราคา Nine-quality strategy

ที่มา: แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. (2549, หน้า 32).

การกำหนดราคาโดยใช้เกณฑ์ราคาที่ยึดกับระดับคุณภาพสินค้านี้ จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่ต่อสู้ทางธุรกิจได้ เป็นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ดังนั้นราคาของผลิตภัณฑ์สินค้าจึงถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ธุรกิจต้องคำนึงถึง เพราะถ้าใช้การตั้งราคาสูงเกินไป หรือราคาที่ต่ำจนเกินไปอาจจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ได้รับ จะส่งผลให้ลูกค้าไม่กล้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้าและบริการ ถือว่าเป็นความเสี่ยงที่ธุรกิจต้องมีการวางแผนที่ดี เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี จากการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และการวางตำแหน่งจึงสามารถแสดงได้ตามภาพที่ 2.2 ซึ่งเป็นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการกำหนดราคาตามหลัก Nine-quality strategy (แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ, 2549 หน้า 32)

4.3) ช่องทางการจัดจำหน่าย สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัดมีช่องทางการจัดจำหน่ายในหลายทาง ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

4.3.1) การจัดจำหน่ายตามเทศกาลต่าง ๆ

4.3.2) การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายตามต่างจังหวัด

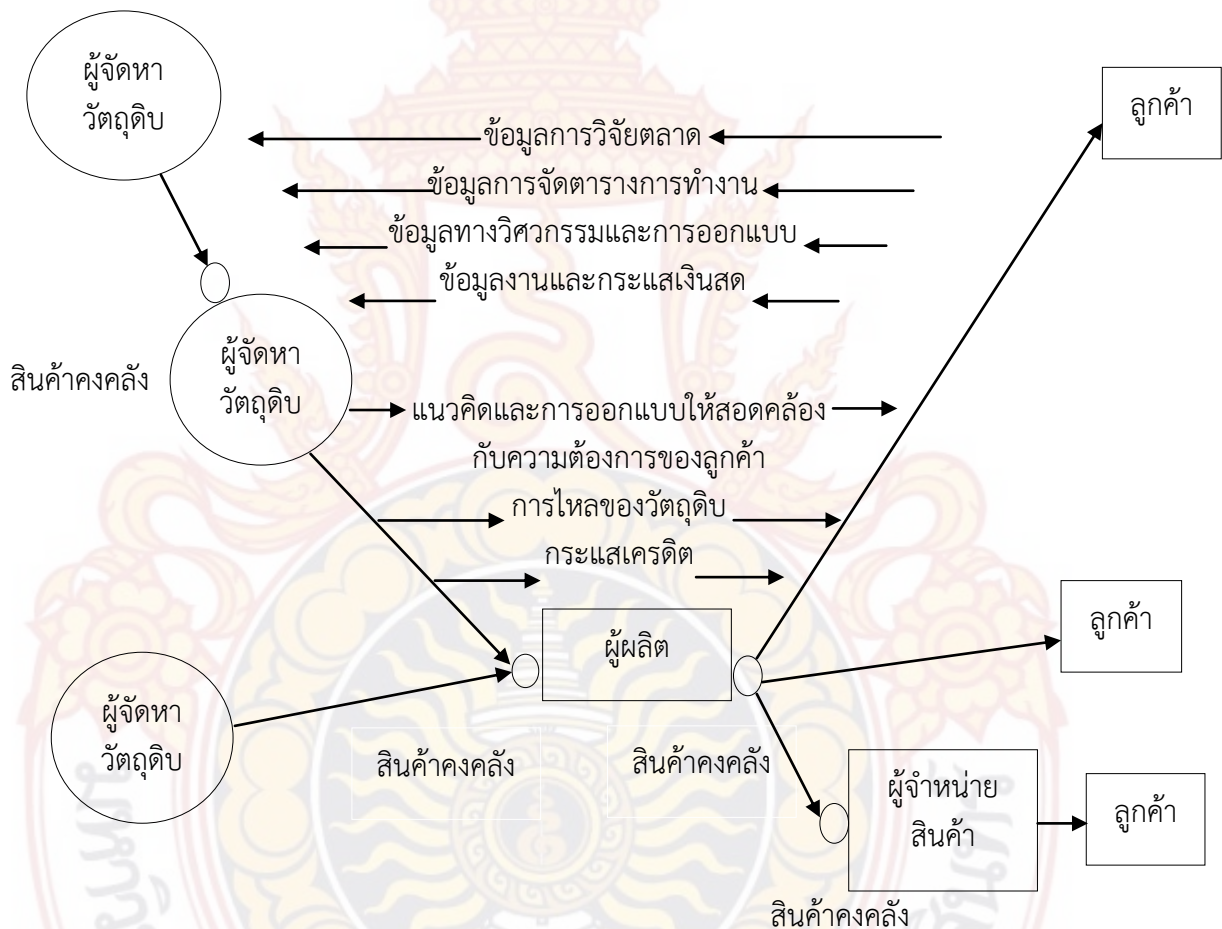
4.3.3) การจำหน่ายโดยร้านสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัด จังหวัดราชบุรี

4.4) การส่งเสริมการตลาด สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัด ดำเนินการส่งเสริมการตลาดโดยการสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า สร้างความน่าเชื่อถือ โดยใช้ความเป็นเอกลักษณ์

ของผ้าขึ้นตีนจก เป็นการโฆษณาปากต่อปาก ใช้ดีบอกต่อด้วยคุณภาพของวัดฤดูติบ และลวดลายของผ้าที่ไม่ซ้ำแบบกับคู่แข่ง

2.2 บทบาทสำคัญเชิงกลยุทธ์ของระบบห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัตถุดิบ และการให้บริการ การแปรสภาพวัตถุดิบเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย และการส่งมอบให้กับลูกค้า รวมเข้าด้วยกันกิจกรรมเหล่านี้ยังรวมถึงการจัดซื้อ การจ้างบริษัทจากภายนอก และหน้าที่อื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) และผู้จำหน่ายสินค้า (Distributors) ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ระบบห่วงโซ่อุปทาน

ที่มา: รชฎ ขำบุญ, ชุตริยะ ระบบ, วีรยา ภัทรอาชาชัย, จิราวรรณ สมหวัง และโสเมสกา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2549 หน้า 144).

แสดงถึงระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย การตัดสินใจในส่วนของ 1) การขนส่งจากผู้ขายวัตถุดิบ 2) การให้สินเชื่อและการโอนเงินสด 3) ผู้จัดหาวัตถุดิบ 4) ผู้จำหน่ายสินค้าและธนาคาร 5) ลูกค้า การค้าและเจ้าหนี้การซื้อสินค้า 6) คลังสินค้าและระบบคลังสินค้าคงคลัง 7) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ 8) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านการพยากรณ์ความต้องการและการผลิต

2.2.1 วัตถุประสงค์ของการสร้างห่วงโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการสร้างห่วงโซ่อุปทานของผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดแก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้จัดการห่วงโซ่อุปทานมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบัญชี การเงิน การตลาด และการผลิต เข้าด้วยกัน ในขณะที่ธุรกิจต่าง ๆ พยายามที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดต้นทุน และใช้ระยะเวลาอันสั้นในการนำเข้าสู่ตลาด ธุรกิจเหล่านี้ก็ยิ่งให้ความสำคัญกับห่วงโซ่อุปทานควบคู่กันไป กฎหมายสำคัญที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล ได้แก่ การเปลี่ยนสถานะของผู้จัดหาวัตถุดิบให้เป็นหุ้นส่วนทางการค้า เพื่อสามารถตอบสนองต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงของตลาดโดยรวมได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นการยืนยันว่า ระบบห่วงโซ่อุปทานสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจ จึงแสดงให้เห็นถึงหน้าที่การจัดการปฏิบัติการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์โดยรวมขององค์กร กลยุทธ์ต้นทุนต่ำหรือ กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็วจะมีความต้องการลักษณะของห่วงโซ่อุปทานแตกต่างกันไปจากกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เช่น กลยุทธ์ต้นทุนต่ำจะคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบโดยพิจารณาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายเป็นหลัก ผู้จัดหาวัตถุดิบจะต้องสามารถออกแบบสินค้าต้นทุนต่ำที่ตอบโจทย์ทางด้านหน้าที่การใช้งาน การมีปริมาณสินค้าคงคลังไม่น้อยที่สุด และการลดเวลานำ (Lead time) ลงได้ บริษัทจะต้องสามารถผสมผสานกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในการปฏิบัติการระดับบนและระดับล่าง รวมทั้งทราบถึงความแตกต่างของตัวสินค้าและสถานภาพในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการเลือกใช้กลยุทธ์ได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 วิธีการของระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อกลยุทธ์ขององค์กร

ระบบห่วงโซ่อุปทาน	กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	กลยุทธ์การตอบสนองที่รวดเร็ว	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
เป้าหมายของผู้จัดหาวัตถุดิบ	ตอบสนองความต้องการที่ต้นทุนต่ำสุดเท่าที่จะเป็นไปได้	ตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการที่ต้นทุนต่ำสุด	วิจัยตลาดร่วมกันและร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์
เกณฑ์การคัดเลือกเบื้องต้น	เลือกต้นทุนต่ำเป็นอันดับแรก	เลือกความสามารถ ความรวดเร็วและความยืดหยุ่นเป็นอันดับแรก	เลือกทักษะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก
ลักษณะของกระบวนการ	กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ รักษาการใช้งานให้อยู่ระดับสูง	กลยุทธ์การตอบสนองที่รวดเร็ว ลงทุนในการเพิ่มขีดความสามารถและความยืดหยุ่น	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กระบวนการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้
ลักษณะของสินค้าคงคลัง	ลดสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุดเพื่อลดต้นทุน	พัฒนาระบบการตอบสนองด้วย Buffer Stock เพื่อสร้างความมั่นใจ	ลดปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อหลีกเลี่ยงความล่าช้า
ลักษณะของเวลานำ	ลดเวลานำตราขบใดที่ต้นทุนไม่เพิ่มขึ้น	ลงทุนสูงเพื่อลดเวลาการผลิต	ลงทุนสูงเพื่อลดเวลานำในการพัฒนาและการสร้างนวัตกรรม
ลักษณะของการออกแบบผลิตภัณฑ์	สร้างผลการดำเนินงานสูงสุดและต้นทุนต่ำสุด	ใช้การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อลดเวลาการติดตั้งเครื่องจักร และเพิ่มความเร็วในการผลิต	ใช้การออกแบบที่เปลี่ยนไปเพื่อทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ในหลายรูปแบบ

ที่มา: Stainer. (2004, p. 234).

2.2.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ขณะที่ธุรกิจก้าวเข้าสู่แนวคิดของระบบห่วงโซ่อุปทาน การเคลื่อนที่ของปัจจัยนำเข้าและปัจจัยนำออกเริ่มตั้งแต่จากผู้จัดหาวัตถุดิบไปยังสายการผลิต คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และถึงมือผู้บริโภค จะเกิดขึ้นจากองค์การที่มีความเป็นอิสระต่อกัน ดังนั้นประเด็นทางด้านการบริหารจัดการ จึงมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพโดยรวม ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้โดยมีการข้อตกลงร่วมมือกันในเป้าหมายที่ต้องการ ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และวัฒนธรรมขององค์การที่สอดคล้องกัน ดังนี้ (Stefan, 2004, pp. 84-88)

2.2.2.1 การมีข้อตกลงร่วมกันในเป้าหมายที่ต้องการ (Mutual agreement on goals) การนำห่วงโซ่อุปทานไปประยุกต์ใช้ ต้องการมากกว่าข้อตกลงที่เป็นรูปของสัญญาระหว่างการซื้อหรือขายหุ้นส่วนธุรกิจห่วงโซ่อุปทานจะต้องเข้าใจว่า กลุ่มคนที่นำเงินมาใส่ลงไปในห่วงโซ่อุปทานได้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นการสร้างความสำเร็จร่วมกันในพันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเป็นการเพิ่มพูนมูลค่าให้ตัวผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน

2.2.2.2 ความไว้วางใจ (Trust) ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ระบบห่วงโซ่อุปทานประสบความสำเร็จ สมาชิกในระบบจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ดังนั้นความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จึงเป็นพื้นฐานสำคัญของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โอกาสจะประสบความสำเร็จจะอยู่ในระดับสูง ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลทางด้านความเสี่ยงและโอกาสในการลดต้นทุนระหว่างกัน กิจกรรมร่วมกัน เช่น การวิจัยลูกค้า การวิเคราะห์การขาย การพยากรณ์ การวางแผนการผลิต จะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน และเพิ่มโอกาสในความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นได้

2.2.2.3 วัฒนธรรมองค์การที่สอดคล้องกัน (Compatible organizational cultures) ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการมีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยองค์การที่มีความเชี่ยวชาญเป็นอิสระในแต่ละด้าน แต่ละฝ่ายจะพยายามแสวงหาผลกำไรจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของตน ซึ่งอาจนำไปสู่การกระทำที่ไม่เกิดผลสูงสุดให้กับระบบห่วงโซ่อุปทานโดยรวม ดังนั้น การมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์การและมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน จะช่วยสนับสนุนการติดต่อประสานงานทั้งในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทำให้สามารถลดความสำคัญและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการได้

จากการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทสำคัญเชิงกลยุทธ์ของระบบห่วงโซ่อุปทาน สามารถสรุปเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานได้ ดังนี้ เมื่อธุรกิจมีการเติบโตและก้าวเข้าสู่ตลาดระดับโลก อาทิเช่น ยุโรป ตะวันออก อเมริกาใต้ ประเทศจีน หรือประเทศเม็กซิโก การขยายขอบเขตห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นความท้าทายในเชิงกลยุทธ์ คุณภาพของการผลิตในพื้นที่เหล่านั้นอาจเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถขององค์การ เช่นเดียวกับระบบการจัดจำหน่ายที่อาจมีความน่าเชื่อถือไม่มากนักทำให้ต้องมีการเตรียมปริมาณสินค้า คงคลังในระดับที่สูงกว่าความต้องการ พิกัดและโควตาสินค้าอาจทำให้บริษัทประสบปัญหาและอุปสรรคสำหรับการประกอบธุรกิจในพื้นที่นั้น ๆ นอกจากนั้นแล้วความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน และสถานภาพทางการเมืองยังคงอยู่ในอัตราที่สูงในหลายพื้นที่ทั่วโลก ดังนั้นการก้าวไปสู่ความสำเร็จเชิงกลยุทธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งการค้นคว้าวิจัยอย่างรัดกุม ห่วงโซ่อุปทานในสภาพแวดล้อมควรมีความยืดหยุ่น ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการจัดทาสินค้าขึ้นส่วนอะไหล่ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการขนส่ง ภาชนะนำเข้าและอัตราแลกเปลี่ยน โดยสามารถใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย และเทคโนโลยีการสื่อสารในการจัดตารางเวลาและการขนส่งขึ้นส่วนอะไหล่ ขาเข้า และสินค้าสำเร็จรูปขาออก ที่สำคัญมีกลุ่มผู้ปฏิบัติการพร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ ที่สามารถ

จัดการทางด้านภาษีการค้า ค่าระวางการขนส่ง ศุลกากร รวมทั้งประเด็นทางการเมืองที่เกี่ยวข้องได้ ปัจจุบันบริษัท Mcdonald ได้วางแผนระบบห่วงโซ่อุปทานระดับโลกล่วงหน้าถึง 6 ปี ก่อนที่จะเกิดกิจการในสหพันธ์รัสเซีย โดยได้สร้างเมืองอาหาร (Food town) ที่มีมูลค่า 60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งประกอบไปด้วยโรงงานจัดหาวัตถุดิบตั้งอยู่ที่เมือง Moscow โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาต้นทุนค่าขนส่งให้ต่ำ และควบคุมระยะเวลาสั้นที่สุด เพื่อให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์และระดับการให้บริการลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ที่สูง

2.3 กลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน

เมื่อมีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจากแหล่งภายนอก องค์กรจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานที่จะนำมาปฏิบัติ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ (Brewer, & Speh, 2004, pp. 23-27)

2.3.1 กลยุทธ์ผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายราย (Many suppliers)

สำหรับกลยุทธ์นี้ ผู้จัดหาวัตถุดิบหลายรายจำหน่ายเสนอข้อมูลสินค้าหรือบริการที่มีคุณลักษณะตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ด้วยการเสนอใบแจ้งราคา ตามปกติแล้วผู้ซื้อจะทำการสั่งซื้อกับผู้ให้ราคาที่ดีที่สุด โดยจะใช้วิธีให้ผู้จัดหาวัตถุดิบแข่งขันกันเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ เป้าหมายไม่ได้อยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน แนวทางนี้จะยึดหลักความรับผิดชอบของผู้จัดหาวัตถุดิบในภาคงไวซึ่งเทคโนโลยีความชำนาญ ความสามารถในการพยากรณ์ เช่นเดียวกันกับต้นทุนที่ต่ำ คุณภาพ และความสามารถในการส่งมอบ

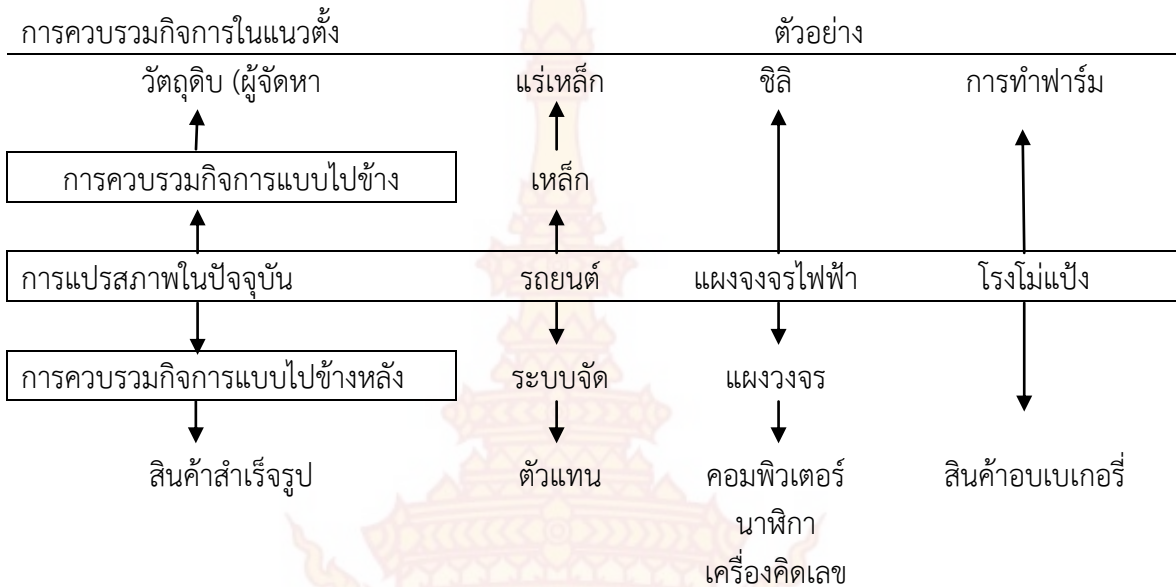
2.3.2 กลยุทธ์ผู้จำหน่ายวัตถุดิบน้อยราย (Few suppliers)

ผู้ซื้อจะเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับผู้จัดหาวัตถุดิบน้อยราย ผู้จัดหาวัตถุดิบในลักษณะนี้จะเข้าใจมุมมองของบริษัทที่จัดหา รวมทั้งผู้บริโภคนั้นได้มากกว่า กลยุทธ์นี้สามารถสร้างคุณค่าให้กับผู้จัดหาวัตถุดิบโดยก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of scale) และเส้นกราฟเรียนรู้ (Learning curve) ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ

ถึงแม้ว่าการมีผู้จัดหาวัตถุดิบน้อยรายจะทำให้เกิดความผูกพันกับผู้ซื้อ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการโน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันมากยิ่งขึ้นด้วยระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just-in-time system) เช่นเดียวกับนวัตกรรมการออกแบบ และความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยี ธุรกิจทางด้านบริการ เช่น บริษัท Marks and spencer ร้านค้าปลีกของประเทศอังกฤษ แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างการสร้างร่วมมือกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนของลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบ แต่อย่างไรก็ตาม การที่มีผู้จัดหาวัตถุดิบน้อยรายทำให้เกิดความเสี่ยงในการพึ่งพาระหว่างกันและมีต้นทุน การเปลี่ยนแปลงพันธมิตรทางการค้าอยู่ในระดับสูง ผู้ซื้อต้องเสี่ยงกับความสามารถของผู้จัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งความเกรงใจจากการเปิดเผยข้อมูลความลับทางธุรกิจให้กับคู่แข่งหรือการเปลี่ยนสถานะจากผู้จัดหาวัตถุดิบมาเป็นคู่แข่ง

2.3.3 กลยุทธ์การควบรวมกิจการในแนวตั้ง (Vertical integration)

การควบรวมกิจการในแนวตั้ง หมายถึง การพัฒนาความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการจากเดิมใช้การจัดซื้อจากผู้จัดหาวัตถุดิบ หรือการซื้อธุรกิจจากผู้จัดหาวัตถุดิบหรือผู้จำหน่ายสินค้าดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 การควบคุมกิจการในแนวตั้ง
ที่มา: รชฎ บำบุญ และคณะ. (2549, หน้า 164).

จะเห็นได้ว่าการควบคุมกิจการในสองลักษณะไม่ว่าจะเป็น การควบคุมกิจการแบบไปข้างหน้า (Forward integration) และการควบคุมกิจการแบบไปข้างหลัง (Backward integration) สำหรับองค์กรที่มีเงินทุนเพียงพอ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ แล้ว กลยุทธ์การควบคุมกิจการในแนวตั้งนี้ อาจเพิ่มโอกาสเป็นอย่างมากในการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ลดปริมาณสินค้าคงคลัง เพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการจัดตารางทำงานและการส่งมอบ โดยรูปแบบการควบคุมกิจการแบบไปข้างหน้า เป็นการผู้ผลิตชิ้นส่วนผลิตสินค้าสำเร็จรูปด้วยตนเอง ส่วนแบบการควบคุมกิจการแบบไปข้างหลัง เป็นการที่บริษัทซื้อกิจการของผู้จัดหาวัตถุดิบ ซึ่งกลยุทธ์การควบคุมกิจการแบบไปข้างหลัง อาจมีความเสี่ยงสำหรับอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หากผู้บริหารไม่สามารถก้าวตามได้ทัน หรือมีทรัพยากรทางด้านเงินทุนไม่เพียงพอที่จะลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

2.3.4 กลยุทธ์เครือข่ายเครทซี่ (Keiretsu networks)

ผู้ผลิตรายใหญ่จำนวนมากในประเทศญี่ปุ่นได้พบแนวทางที่ผสมผสานระหว่างกลยุทธ์จัดหาน้อยราย และกลยุทธ์การควบคุมกิจการในแนวตั้ง โดยบริษัทเหล่านั้นจะเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับผู้จัดหาวัตถุดิบผ่านการเข้าร่วมเป็นเจ้าของกิจการหรือการให้กู้ยืมผู้จัดหาวัตถุดิบเหล่านั้นจะถูกดึงเข้ามาเป็นแนวร่วมในการปฏิบัติการขององค์กร ที่เรียกว่า เครทซี่ โดยสมาชิกของเรทซี่จะได้รับการดูแลรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาวกับทางองค์กร และทำหน้าที่เปรียบเสมือนหุ้นส่วนในการจัดหาความรู้ความชำนาญทางด้านเทคนิค และการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอให้กับองค์กร สมาชิกสามารถที่จะมีผู้จัดหาวัตถุดิบให้กับตนเองในลักษณะของเครือข่ายต่อเนื่องลงไปตามห่วงโซ่อุปทานได้เช่นเดียวกัน

2.3.5 กลยุทธ์ลบบริษัทเสมือนจริง (Virtual companies)

บริษัทเสมือนจริงเป็นบริษัทที่ขึ้นอยู่กับผู้จัดหาวัตถุดิบหลายราย ซึ่งผู้จัดหาวัตถุดิบเหล่านั้นจะสร้างความสัมพันธ์โดยการจัดหาบริการตามความต้องการของบริษัท บริษัทเสมือนจริงจึงเป็นองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง การสร้างบริษัทให้เป็นเครือข่าย อาจทำได้โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการต่าง ๆ เช่น การทำบัญชีเงินเดือน การจัดหาบุคลากร การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารให้คำปรึกษา การผลิตชิ้นส่วน การตรวจสอบ และการจำหน่าย

สินค้า เป็นต้น โดยองค์การอาจสร้างความสัมพันธ์ในระยะสั้นหรือระยะยาว อาจรวมถึงการเป็นหุ้นส่วน ธุรกิจกันอย่างแท้จริงหรือเป็นเพียงผู้จัดหาวัตถุดิบหรือผู้รับเหมาช่วงก็ได้ ข้อดีของบริษัทเสมือนจริง ได้แก่ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการบริหารจัดการ การลงทุนที่ต่ำ มีความยืดหยุ่น และมีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ธุรกิจสิ่งทอถือเป็นตัวอย่างอุตสาหกรรมที่ประยุกต์ใช้กลยุทธ์นี้นักออกแบบเสื้อผ้าจะไม่ทำการผลิตด้วยตนเอง แต่จะให้สิทธิหรือออกใบอนุญาตให้กับผู้ผลิต จากนั้นผู้ผลิตอาจจะเช่าพื้นที่ เช่าเครื่องมืออุปกรณ์ในการเย็บ ทำสัญญาว่าจ้างแรงงานและทำการผลิตเสื้อผ้า

จากการศึกษากลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน สรุปได้ว่า เมื่อมีการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจากแหล่งภายนอก องค์การจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานที่จะนำมาปฏิบัติ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการเจรจาต่อรองกับผู้จัดหาวัตถุดิบหลายราย โดยใช้การเปรียบเทียบระหว่างกัน หรือการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวในลักษณะของหุ้นส่วนธุรกิจกับผู้จัดหาวัตถุดิบจำนวนน้อยรายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค หรือการควบรวมกิจการในแนวตั้ง โดยองค์การอาจตัดสินใจที่จะควบรวมกิจการกับผู้จัดหาวัตถุดิบโดยตรง หรือแนวทางการผสมผสานระหว่างการมีจำนวนผู้จัดหาวัตถุดิบน้อยราย และการควบรวมกิจการในแนวตั้งเข้าด้วยกัน ที่เรียกว่า เคเรตซึ (Keiretsu) ซึ่งบรรดาผู้จัดหาวัตถุดิบจะเป็นเสมือนผู้สนับสนุนให้กับองค์การ หรือบริษัทเสมือนจริง ซึ่งสร้างความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างองค์การและผู้จัดหาวัตถุดิบในการจัดหาบริการความต้องการขององค์การ

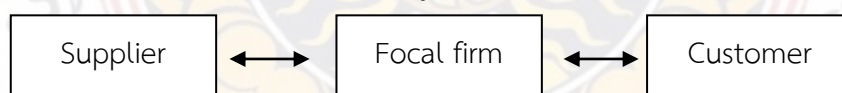
2.3.6 การพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

1) คำนิยาม Supply chain

Supply chain หรือห่วงโซ่อุปทาน ในภาษาไทยเป็นคำศัพท์ที่กำลังได้รับความนิยมในทุกภาคธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม แต่ ณ ปัจจุบันกลับยังไม่มีการให้คำนิยามที่ชัดเจนหรือเป็นการเฉพาะที่เป็นที่เข้าใจโดยทั่วกัน ทำให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของห่วงโซ่อุปทานยังไม่มี ความชัดเจน คำนิยามที่มีใช้กันอยู่นั้นก็มีหลากหลายที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับนำมาใช้อ้างอิง ได้แก่

2) คำนิยามของ Mentzer บิดาแห่ง Supply chain ได้แบ่ง Supply chain ออกเป็น 3 ระดับ คือ Basic/Direct supply chain, Extended supply chain และ Ultimate supply chain ดังรายละเอียด

ระดับที่ 1 Basic/Direct supply chain ประกอบด้วยกลุ่มของบริษัท 3 บริษัท หรือมากกว่าที่มีความเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ต้นทาง (ผู้ผลิต) ไปจนถึงปลายทาง (ลูกค้า) ทั้งในส่วนของ การส่งผ่านของสินค้าและบริการ การเงิน และข้อมูลทางการค้า



ภาพที่ 2.5 Basic/Direct supply chain

ที่มา: Brewer, & Speh. (2004, pp. 23-27).

ระดับที่ 2 Extended supply chain จะเป็นการขยาย Basic supply chain ให้กว้างออกไปอีกหนึ่งระดับ โดยจะมีการเพิ่มคนกลางทั้งในส่วนของผู้ผลิตและส่วนของลูกค้าขึ้นมา ซึ่งเมื่อระบบห่วงโซ่อุปทานมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นดังเช่นในระดับที่สองนี้ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานก็จะมี ความยุ่งยาก และซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการไหลของข้อมูลทางการค้า (Information flow) จะต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นใน

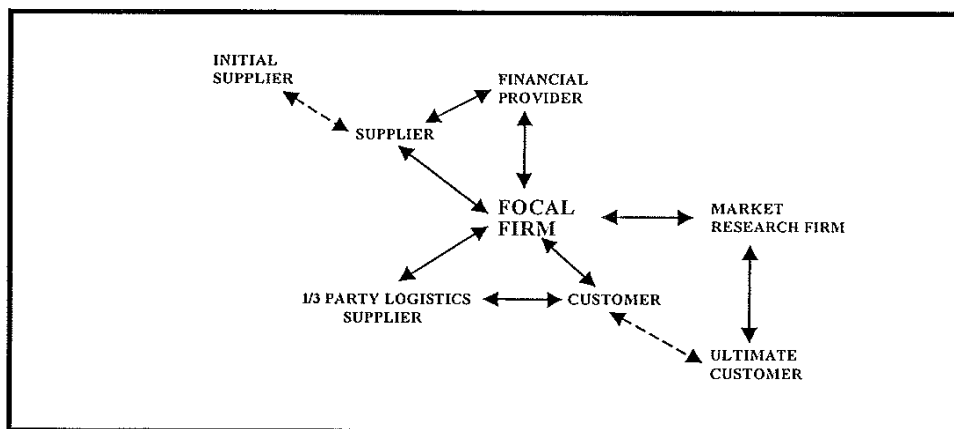
การส่งผ่านจากลูกค้า (Tier 2) ไปยังผู้ผลิต (Tier 2) และข้อมูลบางส่วนก็อาจเกิดการสูญหายหรือมีการบิดเบือนไปจากข้อมูลที่ได้รับมาจากลูกค้าโดยตรง



ภาพที่ 2.6 Extended supply chain

ที่มา: Brewer, & Speh. (2004, pp. 23-27).

ระดับที่ 3 Ultimate supply chain จะเป็น Supply chain ระดับสูงสุดที่ Mentzer ได้ให้คำจำกัดความไว้ คือ เป็นกลุ่มของบริษัทที่เกี่ยวข้องกันทั้งที่อยู่ต้นทางและปลายทาง โดยการส่งผ่านสินค้า/บริการ จะเริ่มต้นจากผู้ผลิตรายแรกสุด (Initial supplier) ไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate customer)



ภาพที่ 2.7 Ultimate supply chain

ที่มา: Brewer & Speh. (2004, pp. 23-27).

จากคำนิยามของ Mentzer พบว่าในทุก ๆ Supply Chain ทั้ง 3 ระดับนั้น จะมี Focal firm เป็นตัวกลางใน Chain นั้น ๆ เสมอ ความหมายของ Focal firm ก็คือ บริษัทที่อยู่ใน Supply chain ที่มีอำนาจต่อรองสูงที่สุดใน Chain นั้น ๆ และจะเป็นได้ว่า ยิ่งระดับของการบริหารโซ่อุปทานสูงขึ้นเท่าใด จำนวนของบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องจะมีมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้การบริหารโซ่อุปทานมีความยุ่งยากมากขึ้น สำหรับในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วการจัดการโซ่อุปทานจะอยู่ในระดับ Basic และ Extended supply chain เท่านั้น ส่วนการจัดการโซ่อุปทานในระดับ Ultimate supply chain นั้น มีเพียงผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งรับเอาการบริหารจัดการของบริษัทแม่จากต่างประเทศเข้ามาใช้ คำนิยามของ Stock และ Lambert นอกจากคำนิยาม Supply chain ของ Mentzer แล้ว ก็ยังมีคำนิยามที่ใช้กันอย่างแพร่หลายของ Stock และ Lambert ที่กล่าวไว้ในปี พ.ศ.2544 ว่าโซ่อุปทานคือการบูรณาการดัชนีการดำเนินธุรกิจจากลูกค้าคนสุดท้ายไปถึงผู้ผลิตรายแรกที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของจัดหาวัตถุดิบ สินค้าบริการ และข้อมูลทางการค้าที่ช่วยสร้างประโยชน์ส่วนเพิ่มให้แก่ลูกค้า และมีผู้มีส่วนได้เสียในระบบการค่านั้นโดย Stock และ Lambert ได้กำหนดดัชนีชี้วัดการดำเนินธุรกิจซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมทางกาค้า 8 กิจกรรม ได้แก่

- Customer Relationship Management
- Customer Service Management
- Demand Management
- Order Fulfillment
- Manufacturing Flow Management
- Supplier Relationship Management
- Product Development and Commercialization
- Return

จากคำนิยามของ Stock และ Lambert แล้ว จะเห็นได้ว่า ความต้องการสินค้า บริการและข้อมูลทางการค้า นั้น เริ่มมาจากลูกค้าเป็นผู้ดึงให้ระบบโซ่อุปทานเกิดการผลิตสินค้าขึ้นมา (Pull strategy) ด้วยเหตุนี้ จึงมีคำถามเกิดขึ้นว่าในความเป็นจริงแล้วเราควรที่จะเรียกชื่อว่า “โซ่อุปทาน” (Supply chain) หรือควรที่จะเรียกว่า “โซ่อุปสงค์” (Demand chain) กันแน่ เนื่องจากความต้องการสินค้านั้นเกิดขึ้นมาจากฝั่งของลูกค้า ไม่ใช่เกิดจากความต้องการที่จะขายสินค้าของฝ่ายผู้ผลิต

และคำนิยามของ Council of Logistics Management (CLM) คำนิยามที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดก็คือ Council of Logistics Management (CLM) ที่ว่าโซ่อุปทานเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การแปรรูป และกิจกรรมโลจิสติกส์ทุก ๆ กิจกรรม ซึ่งจะรวมถึงการประสานงานกัน (Coordination) และการปฏิบัติ/ร่วมมือกัน (Collaboration) ระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ตัวกลาง ผู้ให้บริการขนส่ง และลูกค้า

จากทั้งสามคำนิยามข้างต้น พอที่จะสรุปความหมายโดยรวมของ Supply chain หมายถึง การบริหารการส่งผ่านของข้อมูล (Information) และสินค้าหรือบริการ (Product or service) จากแหล่งกำเนิดวัตถุดิบ (Initial supplier) ไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate customer) โดยจะต้องมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัท/ผู้มีส่วนร่วม ที่เป็นสมาชิกภายในโซ่อุปทานสำเร็จได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

- มีความไวเนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน
- มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน
- มีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน
- มีการใช้ระบบบูรณาการ
- มีการพัฒนาบุคลากร

ซึ่งหากทุก ๆ บริษัทในโซ่อุปทาน เห็นความสำคัญของการทำงานอย่างเป็นระบบ และมีการทำงานร่วมกันแล้ว จะทำให้โซ่อุปทานประสบความสำเร็จในการดำเนินการ สามารถที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ลดต้นทุนของโซ่อุปทานจากการทำงาน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการควบคุมสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล ส่งผลต่อต้นทุนรวมที่ลดลง และท้ายสุดจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

2.3.7 เครื่องมือการพัฒนาระบบการจัดการโซ่อุปทาน

แนวคิดหรือเครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการที่สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนากระบวนการโซ่อุปทาน ได้แก่ ระบบที่เรียกว่า (Efficient Consumer Response หรือ ECR) ซึ่ง ECR เป็นแนวคิดด้านการจัดการสมัยใหม่ โดยจะเน้นย้ำความสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในระบบโซ่อุปทาน เพื่อที่จะลดต้นทุน

ในการดำเนินงาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เร็วขึ้น ด้วยต้นทุนต่ำลง แนวคิด ECR นี้จะต้องอาศัยความร่วมมือกันในการทำกิจกรรมทางการค้าและโลจิสติกส์ ระหว่างผู้ที่มีส่วนในการจัดส่งสินค้าและร้านค้าปลีก โดย ECR มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ การจัดการด้านอุปสงค์ (Demand management) การจัดการด้านอุปทาน (Supply management) และการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Enabling technology)

1) การจัดการด้านอุปสงค์ (Demand management) เพื่อสนองความต้องการผู้บริโภค การบริหารงานด้านความต้องการของผู้บริโภคนั้น เป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะกำหนดว่า แผนการบริหารงานนี้จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากถ้าความต้องการของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นมาโดยไม่คาดคิด จะส่งผลกระทบต่อการทำงานในส่วนอื่น ทั้งหมด ในการบริหารงานด้านความต้องการของผู้บริโภคนั้น ประกอบไปด้วย 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1.1) พัฒนากลยุทธ์และศักยภาพ (Strategy & capabilities)

1.2) การบริหารความหลากหลายของบริการอย่างมีประสิทธิภาพ (Optimize assortments)

1.3) การส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ (Optimize promotion)

1.4) วิธีการนำเสนอบริการใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (Optimize Introductions)

2.3.8 การจัดการด้านอุปทาน (Supply management)

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ การจัดการด้านอุปทานนี้ถือเป็นส่วนสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดการด้านอุปสงค์ของผู้บริโภค การปรับปรุงกระบวนการจัดส่งสินค้า/การจัดเก็บสินค้า ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความน่าเชื่อถือในการจัดการและช่วยลดต้นทุนในส่วนคลังสินค้า ซึ่งการบริหารงานด้านอุปทานนี้ ประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ 6 ส่วน ได้แก่

1) ระบบการสั่งซื้อโดยอัตโนมัติ (Automated store ordering)

2) การจัดส่งและเติมบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous replenishment)

3) การเคลื่อนย้ายสินค้าในคลัง (Cross docking)

4) การประสานงานร่วมกับซัพพลายเออร์ (Integrated suppliers)

5) การดำเนินงานที่เป็นที่วางใจได้ (Reliable operation)

6) การบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (Synchronized production)

2.3.9 การพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Enabling technology)

การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้า และการสื่อสารกันทางระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ช่วยให้การจัดส่งสินค้าและการเติมสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับการที่ธุรกิจควรต้องทราบต้นทุนในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมอย่างถูกต้อง รวมถึงต้นทุนจากการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ในปัจจุบันพบว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าสามารถปฏิบัติงานได้รวดเร็วขึ้นและลดข้อผิดพลาดจากการดำเนินงานรูปแบบของระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้แก่

1) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI)

2) การหักบัญชีและโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer: EFT)

3) ระบบรหัสและการจัดเก็บฐานข้อมูล (Item Coding and Database Maintenance)

4) การหาต้นทุนกิจกรรม (Activity Based Costing: ABC)

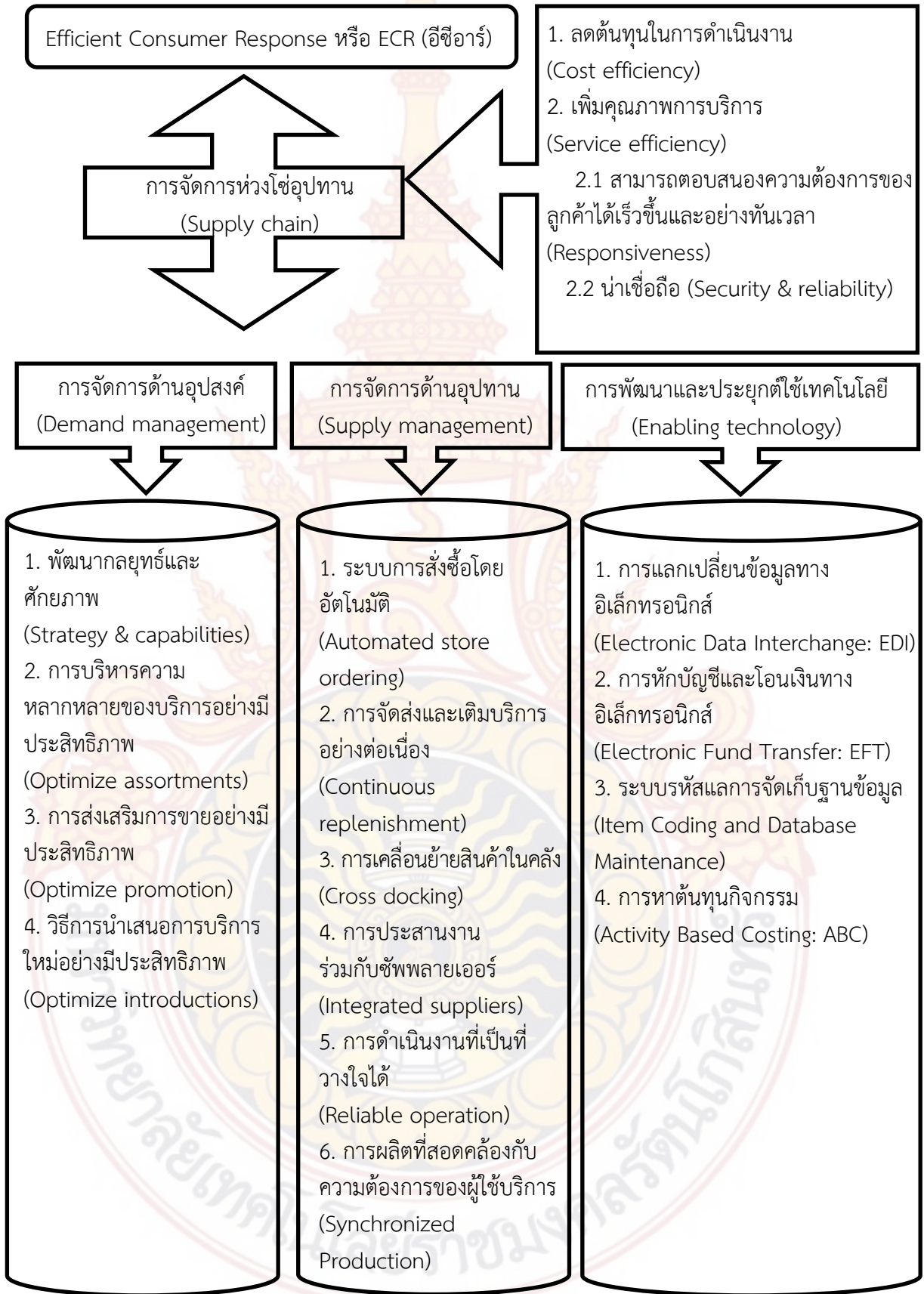
ปัจจุบันการจัดการโซ่อุปทานได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกิจการ โดยการนำสินค้าและบริการไปตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันเวลา (Responsiveness) นำเชื่อถือ (Security & reliability) และมีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่ำที่สุด (Cost efficiency) จากความสำคัญดังกล่าวได้ทำให้เกิดการประสานความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกที่อยู่ในโซ่อุปทาน เพื่อปรับปรุงการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นความร่วมมือในการวางแผนการพยากรณ์ และการเติมเต็มบริการของผู้ให้และผู้ให้บริการ

2.4 การจัดการโลจิสติกส์

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics management) หมายถึง การเคลื่อนย้าย (Flow) สินค้าและข้อมูลต่าง ๆ ตั้งแต่เป็นวัตถุดิบจนเป็นสินค้าสำเร็จรูปจากต้นทางจนถึงปลายทางไปส่งยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมีการประสานและความร่วมมือในแต่ละขั้นตอนการดำเนินงาน (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2547, หน้า 59) จากความหมายดังกล่าวจะพบว่า ระบบโลจิสติกส์เป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง เปรียบเสมือนแม่น้ำที่กระแสน้ำไหลผ่านภูมิภาคที่แตกต่างกันไป ความแตกต่างของพื้นที่ภูมิประเทศจึงไม่ใช่จุดสำคัญ แต่ความสำคัญอยู่ที่การไหลของน้ำ นอกจากนี้ ยังพบว่าระบบ โลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ไป ณ ที่ที่มีความต้องการจำเป็นจะต้องมีการบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านข้อมูลข่าวสาร การขนส่ง สินค้าคงคลัง คลังสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ โดยประสานกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้เข้าด้วยกันในอันที่จะทำให้สินค้าหรือวัตถุดิบตั้งแต่การจัดหา การเคลื่อนย้ายสินค้าให้มีต้นทุนต่ำที่สุด รวมทั้งมีการเพิ่มระดับการบริการเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

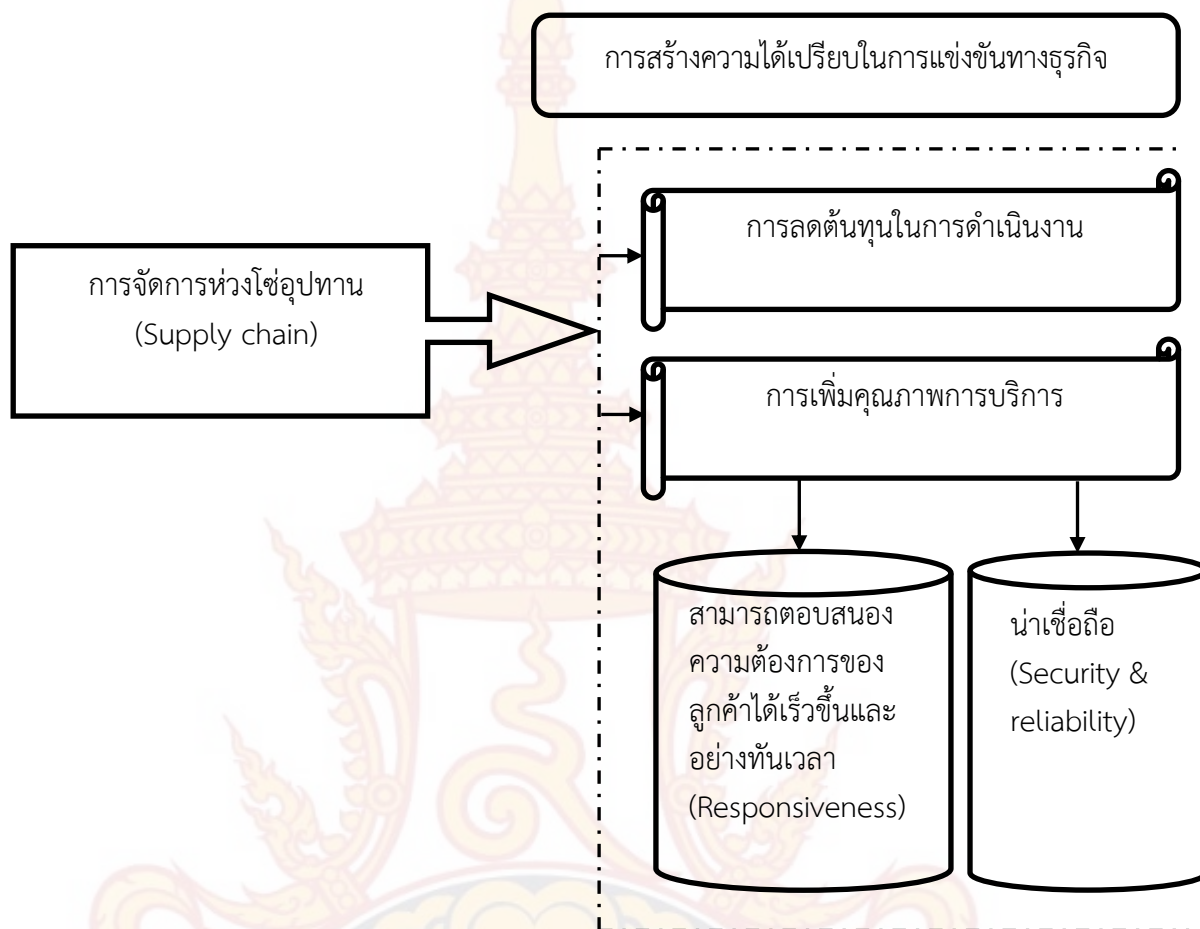
วัตถุประสงค์การจัดการโลจิสติกส์ คือการทำให้การปฏิบัติการมีประสิทธิภาพ โดยใช้การผสมผสานทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายขนส่ง และการจัดเก็บสินค้าเมื่อค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และต้นทุนสินค้าคงคลังของปัจจัยนำเข้าและปัจจัยนำออกมีปริมาณสูง การมุ่งเน้นในเรื่องของโลจิสติกส์จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน ผลที่ได้จากแนวคิดนี้ได้แก่ การลดต้นทุนและการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า โดยทั่วไปค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าจะอยู่ที่ประมาณ 25% ของต้นทุนสินค้า ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงทำการประเมินทางเลือกการจัดจำหน่ายอยู่โดยตลอด

เครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการที่สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนากระบวนการโซ่อุปทานก็คือระบบที่เรียกว่า Efficient Consumer Response หรือ ECR โดยจะเน้นย้ำความสำคัญของการร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในระบบโซ่อุปทาน เพื่อที่จะลดต้นทุนในการดำเนินงาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ด้วยต้นทุนต่ำลง แนวคิด ECR นี้จะต้องอาศัยความร่วมมือกันในการทำกิจกรรมทางโลจิสติกส์ โดย ECR มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ การจัดการด้านอุปสงค์ (Demand management) การจัดการด้านอุปทาน (Supply management) และการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Enabling technology) ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 การพัฒนาระบบโซ่อุปทานด้วย ECR

ที่มา: Douglas. (2004, p. 349).



ภาพที่ 2.9 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ที่มา: แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. (2549, หน้า 89).

แต่อย่างไรก็ตามการที่จะพัฒนาวิธีการนำเสนอการให้บริการไปยังผู้ใช้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั้น ควรปล่อยให้ช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างผู้ประกอบการ คนกลาง ลูกค้า นั้น เป็นไปตามกลไกของตลาด แต่ในช่องทางอื่นสามารถพัฒนาวิธีการนำเสนอการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้แก่

1. ผู้ผลิต – ตัวแทน – ลูกค้า สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบนี้ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อกับลูกค้าโดยตรงมากขึ้น

2. ผู้ผลิต – E-commerce – ลูกค้า ในช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้ จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าชาวต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ภาครัฐจะต้องสนับสนุน ในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการในการทำธุรกิจโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นการอบรมการใช้คอมพิวเตอร์ และการใช้โปรแกรมต่าง ๆ

ภาครัฐจะต้องมีการส่งเสริมหรือเผยแพร่เว็บไซต์ต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าชาวไทยและต่างประเทศได้รับทราบการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการด้านขั้นตอนการส่งออกต่าง ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้ เป็นช่องทางที่มีศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการ การร่วมมือกันพัฒนาระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการ จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการนำเสนอการให้บริการได้มากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลักของการจัดการระบบโลจิสติกส์ของดักลาส (Douglas, 2004, pp. 345-349) สามารถแบ่งออกได้เป็นสองขั้นตอนหลัก ๆ คือ กิจกรรมขาเข้า (Inbound) และกิจกรรมขาออก (Outbound) โดยกิจกรรมขาเข้าประกอบด้วยขั้นตอนการไหลหรือการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนจากต้นทางมาถึงยังบริษัทหรือผู้ประกอบการ (Material management) ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ ดังนี้ คือ กิจกรรมการจัดการ (Sourcing) การจัดซื้อ (Purchasing) กิจกรรมการขนส่งขาเข้า (Inbound transportation) การรับและการเก็บรักษาสินค้า (Receiving & storage) และกิจกรรมเกี่ยวกับวัตถุดิบคงคลัง (Raw material inventory) ขณะที่กิจกรรมขาออก (Outbound) ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปไปยังลูกค้า (Physical distribution) ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้การประมวลคำสั่งซื้อ (Order processing) กิจกรรมสินค้าคงคลัง (Material handling) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การขนส่งขาออก (Outbound transportation) การบริการลูกค้า (Customer service) นอกจากนี้กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปยังรวมไปถึงการนำสินค้าที่ใช้แล้วกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอีกด้วย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของการบริโภค ส่งผลกระทบต่อผ้าทอพื้นบ้าน ผ้าทอพื้นบ้านจำเป็นต้องปรับตัวไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น แต่ละท้องถิ่นต้องพัฒนาคุณภาพของผ้าทอไปพร้อม ๆ กับการสืบต่อมรดกแห่งภูมิปัญญาให้เชื่อมโยงกับสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระบบทุนนิยม เพราะกระแสการบริโภคสินค้าแฟชั่นมีบทบาทและมีน้ำหนักมากกว่าการให้ผ้าทอพื้นบ้านมีบทบาทอยู่เพียงกลุ่มคนบางกลุ่มหรือใช้เพื่องานพิธีสำคัญ ๆ เท่านั้น กลุ่มชาวไทยยวนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรีเป็นชุมชนหนึ่งที่ต้องการสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาอันเป็นศาสตร์และศิลป์ที่แสดงออกผ่านทางผืนผ้า ชาวไทยยวนมีชื่อเสียงในการทอผ้าจาก ซึ่งสืบต่อด้านานการทอผ้ามาตั้งแต่บรรพบุรุษจากแนวคิดของการสอดแทรกอารมณ์ทางสุนทรีย์แห่งศิลปะ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมผสมผสานแนวคิดทางวัฒนธรรมความเชื่อที่สนองต่อศรัทธาในศาสนา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดและสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบัน เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนทั่วไปว่า “ผ้าชิ้นตีนจก” ผ้าทอพื้นบ้านอย่างผ้าจกได้รับการพัฒนาทั้งทางเทคนิคและคุณภาพ เพื่อประโยชน์ของผู้ซื้อและสนองตอบรสนิยมของตลาด หลายฝ่ายหวังว่าจะเป็นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งให้กับชุมชน แต่ผู้ผลิตซึ่งเป็นทั้งนักสร้างสรรค์และเจ้าของภูมิปัญญากลับไม่สามารถลืมหือปากได้ ในปี พ.ศ.2544 รัฐบาลมีนโยบายประกาศสงครามกับความยากจน อันเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ รัฐจึงได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยนำแนวคิดมาจากการพัฒนาสินค้าพื้นบ้านของจังหวัดโอกิตะ ประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาของทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2546, หน้า 14) พบว่า งานวิจัยที่เชื่อมโยงระหว่างผลิตภัณฑ์ชุมชนและการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยที่มีส่วนใหญ่มุ่งจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) แต่อย่างไรก็

ตามเนื่องจากแนวคิดรูปแบบและลักษณะของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน และ SME มีความแตกต่างกันทำให้การนำเอาผลงานวิจัยที่ได้รับจากการวิจัย SME มาใช้พัฒนากับโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ค่อยสัมฤทธิ์ผล และในหลาย ๆ ครั้งซึ่งยังก่อให้เกิดความวุ่นวายสับสนให้แก่ผู้ปฏิบัติอีกด้วย นอกจากนี้การศึกษายังพบว่ายังไม่มีการศึกษาใดที่ชี้ให้เห็นถึงประเด็นสำคัญเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นปัจจัยที่สำคัญให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของประเทศไทยสามารถสร้างผลกำไรได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ และผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มลงได้อย่างไร รวมทั้งผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร

ผลการศึกษาโครงการ Smart OTOP ปี 2547 (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, www2.manager.co.th, 19 กรกฎาคม 2556) พบว่า ประชากรในท้องถิ่นยังขาดความรู้ความเข้าใจในการหาตลาด และรูปแบบของการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไปสู่ตลาดในสภาพที่ตรงกับความต้องการ เช่น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม รวมทั้งขาดการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นลง นอกจากนี้ยังขาดทักษะ หรือการจัดการในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะ และความรู้ความเข้าใจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดเทคนิค และองค์ความรู้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้พวกเขาสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของพวกเขาได้อย่างสัมฤทธิ์ผล การที่โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จะประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากประชาชนหรือชาวบ้านในชุมชนนำเอาความคิดสร้างสรรค์หรือนำเอาภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจจะยังไม่เพียงพอ แต่ภาครัฐควรที่จะเข้ามาดูแลและสนับสนุนในเรื่องของทุนหมุนเวียนและการหาตลาดในระยะเริ่มต้น การสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดเทคนิคการบริหารจัดการต่าง ๆ ให้กับชาวบ้านเหล่านี้ หนึ่งในเทคนิคหรือองค์ความรู้ที่ชาวบ้านควรรู้ และนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นในท้องถิ่นของตน คือ การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (Logistics & supply chain management)

ระบบโลจิสติกส์ในมุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ กระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่การที่ผู้ประกอบการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ไปจนถึงกระบวนการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การบรรจุไปจนถึงการส่งมอบให้ถึงมือของลูกค้าประเด็นหลัก ๆ อยู่ที่ว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้นรวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ แล้วผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มลงได้อย่างไร และผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือยกระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2546, หน้า 29)

ผลการศึกษาของอุมร์มัต หลายชูไทย (2545, หน้า 35) การจัดทำระบบการจัดลำดับงานการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดอัตราการผลิตงานเสร็จไม่ทันกำหนดส่งมอบ โดยศึกษาสภาพการทำงานและปัญหาการวางแผนการผลิต ที่ไม่มีประสิทธิภาพในธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ และหาแนวทางแก้ไขโดยการศึกษาวิธีการทำงาน การวางแผนและการควบคุมการผลิต การจัดทำตารางการผลิต และประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการปรับปรุงระบบการทำงาน สาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบการวางแผนการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ไม่มีการศึกษากำล้างการผลิตที่แท้จริงไม่มีหน่วยงานวางแผน

การผลิตและผู้รับผิดชอบโดยตรง และการจัดการวัตถุดิบขาดประสิทธิภาพ จากสภาพที่เกิดขึ้นจึงส่งผลให้เกิดการทำงานล่วงเวลามากและการส่งมอบทำให้เกิดความล่าช้า

ผลการศึกษาของศศิธร พักคง และปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ (2558, หน้า 107) เรื่องการจัดการโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม : กรณีศึกษา “มะพร้าว น้ำหอมสวนลุงแดง” จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าการจัดการโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมของสวนลุงแดงนั้นมีการจัดการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสินค้า และ การออกแบบการดำเนินงาน เพื่อให้ทุกขั้นตอนดำเนินการราบรื่นและจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตามที่มีการทำข้อตกลงในการซื้อขายสินค้า และจากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการสวนมะพร้าว คือ ปริมาณผลิตที่ไม่แน่นอน ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค โรคพืชและแมลงศัตรูพืชที่มีการแพร่กระจาย และปัญหาที่เกิดจากภัยธรรมชาติที่ยากต่อการแก้ไขและป้องกัน

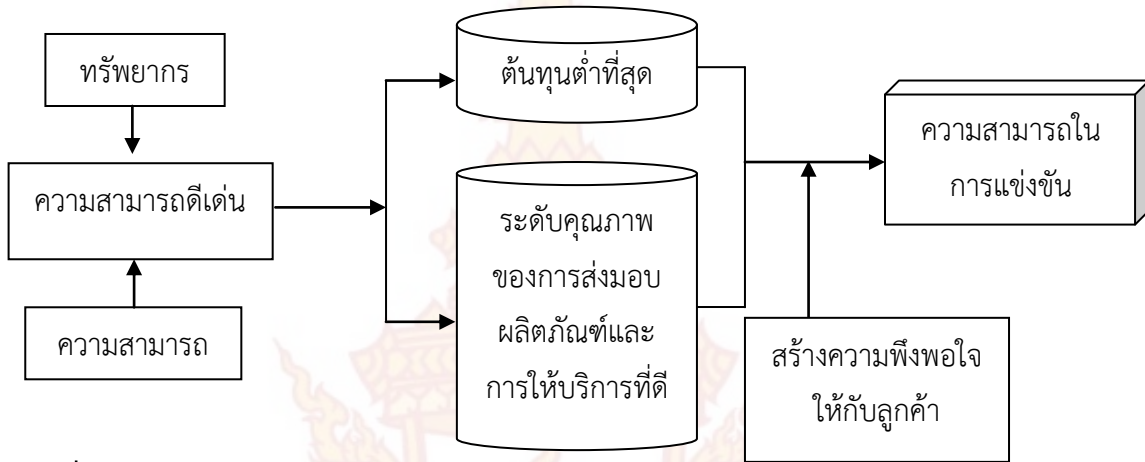
และการศึกษาของกรกนก จรัสสิริธูปรีดา (2553, หน้า 91) ที่ศึกษากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจเครื่องนุ่งห่มขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเพื่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยพึ่งพาการส่งออกในสัดส่วนสูงเกินกว่าร้อยละ 60 ของ GDP วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมหลักของไทยที่มีปริมาณการส่งออกมากเป็นอันดับ 4 ของประเทศมูลค่าการส่งออกกว่า 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯและนำรายได้สู่ประเทศกว่า 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯหรือกว่า 1 แสนล้านบาทที่มีการจ้างงานมากที่สุดกว่า 1 ล้านคน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, <http://cms.sme.go.th/osmep>, 19 กรกฎาคม 2556) ปัจจุบันเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการสร้างความรู้ใหม่ ๆ เป็นการปฏิรูปกระบวนการผลิตใหม่และพัฒนาศักยภาพและทักษะให้สามารถสร้างผลิตภาพ (Productivity) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้ากับนานาประเทศอีกทั้งยังปรับตัวเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative entrepreneur) เพื่อรองรับกับภาครัฐบาลที่ได้ส่งเสริมแผนพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ตั้งแต่ปี 2553-2555 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยควรปรับปรุงและพัฒนาตนเองโดยเฉพาะ SMEs ควรทำการพัฒนาและปรับปรุงทั้งระบบภายในและพัฒนาด้านการออกแบบและด้านการวิเคราะห์การตลาดต่างประเทศเพื่อมุ่งเน้นการหาตลาดใหม่และปรับเปลี่ยนตำแหน่ง (Segment) ให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพของธุรกิจและควรปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้รับจ้างการผลิต (OEM) มาเป็นการพัฒนาเป็นตราสินค้า (OBM) แทน เพื่อหลีกเลี่ยงกับการแข่งขันด้านราคากับประเทศจีนอินโดนีเซียหรือเวียดนาม นอกจากนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยควรรวมตัวกันในรูปแบบ Cluster เพื่อประโยชน์ร่วมกันและการนำนวัตกรรมสิ่งทอแนวใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่างออกไปจากเดิมเพื่อเพิ่มมูลค่าสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดและมุ่งเน้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่สามารถทำกำไรและเพิ่มมูลค่าและกลยุทธ์เป็นวิธีการที่ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์โดยมีความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกต่อไปอีกทั้งฤดี นิยมรัตน์ (2553, หน้า 75-76) ได้ศึกษา การจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสถานประกอบการมีกิจกรรมการบริการลูกค้า การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงาน มีกิจกรรมการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบการบรรจุหีบห่อ การขนของและการจัดส่ง โลจิสติกส์ย้อนกลับ การกระจายสินค้า การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และกิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ส่วน

กิจกรรมโลจิสติกส์ที่สถานประกอบการมีการดำเนินการน้อยได้แก่ กิจกรรมคลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง และการพยากรณ์และวางแผนอุปสงค์ ถ้ากล่าวถึงประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสถานประกอบการผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงครามมีประสิทธิภาพด้านคุณภาพอยู่ในระดับที่ได้เปรียบคู่แข่ง สำหรับประสิทธิภาพด้านเวลาพบว่าอยู่ในระดับได้เปรียบคู่แข่งยกเว้นประเด็นที่อยู่ในระดับมีปัญหาได้แก่ระยะเวลาในการส่งคำสั่งซื้อภายในองค์กร ระยะเวลาในการถือครองและการบรรจุภัณฑ์สินค้า รวมทั้งระยะเวลาในการเก็บสินค้าสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสิทธิภาพด้านต้นทุน พบว่ามีอยู่ในระดับได้เปรียบคู่แข่ง และอยู่ในระดับปกติเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ด้านศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสถานประกอบการมีศักยภาพในระดับน้อยทั้ง 5 ด้านเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ ด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความร่วมมือกันระหว่างองค์กร ด้านการกำหนดกลยุทธ์องค์กร และด้านการวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน

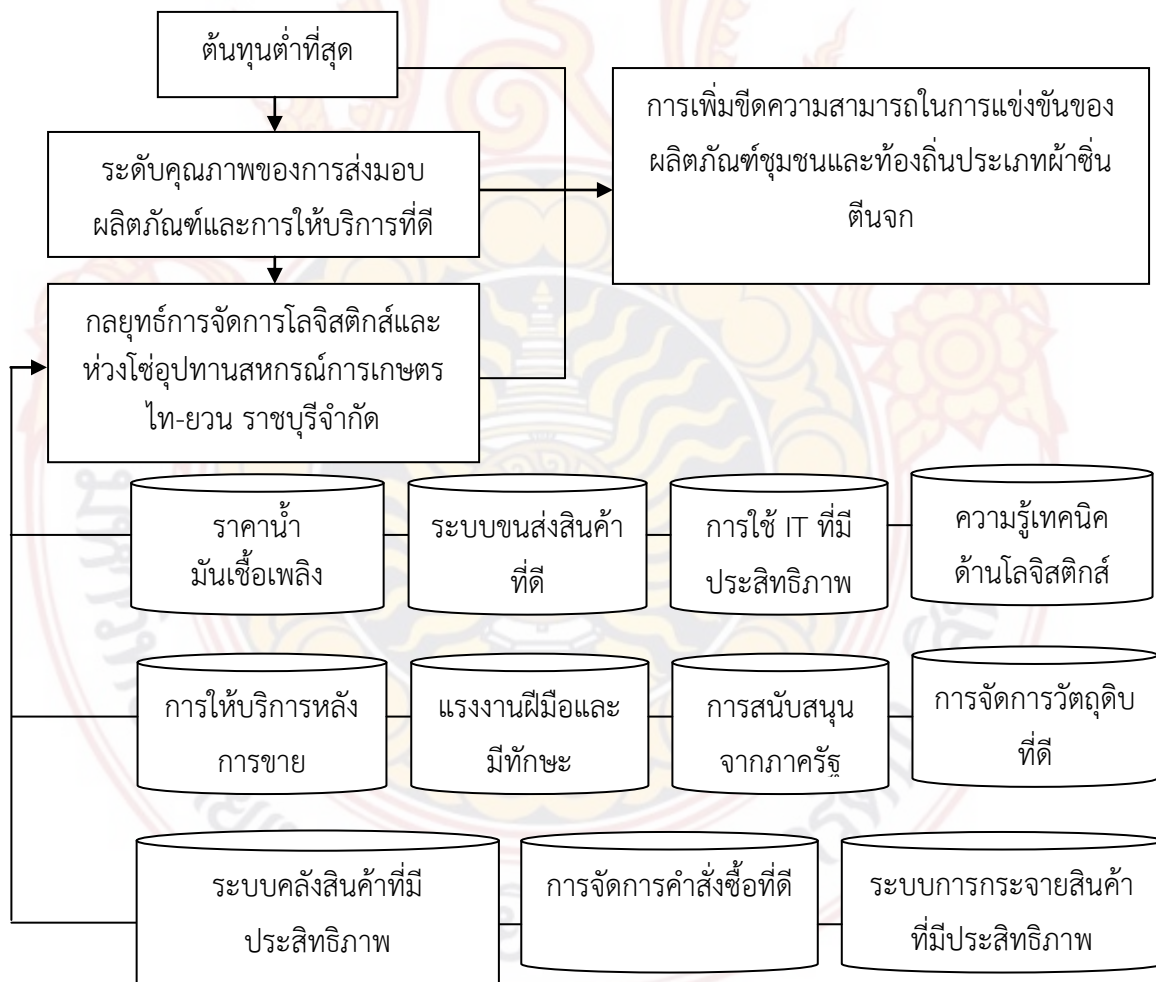
จากประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยจะทำการศึกษารูปแบบของการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด ซึ่งมีเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก โดยจะทำการศึกษารูปแบบและลักษณะในการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด และทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินการหรือกิจกรรมของของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด นอกจากนี้ยังศึกษาถึงสถานภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด รวมทั้งจะทำการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด การศึกษารุ่นนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้าขึ้นตีนจก (บ้านคูบัว) โดยผลงานวิจัยที่ได้รับจะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องนุ่งห่มทั่วประเทศสามารถนำเอาหลักการของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานไปประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างรายได้ด้วยการนำเอาทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับของการให้บริการที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ จึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดการระบบโลจิสติกส์ในมุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ กระบวนการการเริ่มต้นตั้งแต่การที่ผู้ประกอบการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ไปจนถึงกระบวนการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การบรรจุไปจนถึงการส่งมอบให้ถึงมือของลูกค้า ประเด็นหลัก ๆ อยู่ที่ว่าจะอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้น รวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้อย่างไร และผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือยกระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร

2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยและแนวคิดกรอบแนวคิด (ตัวแปรที่ศึกษา) ตามแนวคิดการสร้างความสามารถดีเด่น (สมยศ นาวิการ, 2551, หน้า 212) จึงสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.11 แบบจำลองของการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) มีขั้นตอนในดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 แบบสอบถามสัมภาษณ์ สำหรับการเก็บข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการทำงานของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก โดยการสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนสมาชิกสหกรณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำแบบสอบถามต่อไป มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยกำหนดข้อคำถามอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการทำงานของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ และสมุดจดบันทึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องและสมบูรณ์

3.1.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เคยซื้อผ้าขึ้นตีนจกของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด จำนวน 400 ชุด และแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนสมาชิกสหกรณ์ จำนวน 216 คน รวมถึงตัวแทนผู้จำหน่ายในต่างจังหวัด จำนวน 195 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยมีลักษณะคำถามทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก ได้แก่ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้

ซึ่งแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 เป็นลักษณะคำถามแบบปิด โดยใช้การวัดระดับช่วงมาตรา (Interval scale) แบ่งเป็น 5 ระดับคือ

- | | | |
|---------|----------|-------------------|
| ระดับ 5 | ระดับค่า | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ระดับ 4 | ระดับค่า | เห็นด้วยมาก |
| ระดับ 3 | ระดับค่า | เห็นด้วยปานกลาง |

ระดับ 2 ระดับค่า เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1 ระดับค่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

หลังจากได้นำแบบสอบถามมาประมวลผลแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้ผลการวิเคราะห์ค่าระดับเพื่อสรุปผลการวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538 หน้า 10)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของคะแนนในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยแบ่งระดับคะแนนเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ คือ

4.21 - 5.00	อยู่ในเกณฑ์	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	อยู่ในเกณฑ์	เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	อยู่ในเกณฑ์	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	อยู่ในเกณฑ์	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	อยู่ในเกณฑ์	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตร ไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเป็นลักษณะคำถามแบบปิด โดยใช้การวัดตัวแปรระดับนามมาตรา (Nominal scale) มีทั้งหมด 4 ข้อ

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำเครื่องมือมาทำการทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิจัยและการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงผู้มีความรู้และประสบการณ์ในพื้นที่ศึกษา เพื่อทำการตรวจสอบแบบสอบถามให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาหรือประเด็นที่ต้องการวัด จากนั้นตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะให้ถูกต้องสมบูรณ์ และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำทดสอบกับประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยวิธีการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามแบบ Cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540 หน้า 125) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.886 โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงในพื้นที่ศึกษาต่อไปได้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าขึ้นตีนจก ในเขตตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่มีคุณสมบัติเป็นบุคคลที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงประเด็นการวิจัยและถูกต้องครบถ้วน โดยกำหนดจำนวนกลุ่มเป้าหมายคือ ปราชญ์ชาวบ้าน 1 คน และสมาชิกสหกรณ์ จำนวน 216 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

(Simple random sampling) แบบการจับฉลากจากรายชื่อสมาชิก จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโรยามาเน่ (Yamane, 1967, p. 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% สูตรการคำนวณ ในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนประชากร
 e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งกำหนดเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{486}{1+486(0.05^2)}$$

$$= 216 \text{ คน}$$

และผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก โดยการสุ่มแบบเจาะจงจากตัวแทน ผู้จำหน่ายในต่างจังหวัดจำนวน 195 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 23 กันยายน 2556) และการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อที่สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว จึงเลือกกลุ่มตามดุลพินิจของนักวิจัย โดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (No probability sampling) (ศรีเพ็ญ ทรัพย์มันชัย, มนวิภา ผดุงสิทธิ์ และนภดล ร่มโพธิ์, 2555, หน้า 100) จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเองในวันเสาร์ และอาทิตย์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยทำหนังสือในนามคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ไปยังสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด เพื่อแจ้งรายละเอียดและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ศึกษา

3.3.2 ผู้วิจัยทำการสำรวจบริบทชุมชนเชิงพื้นที่และสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรีจำกัด ที่ปรากฏในปัจจุบัน

3.3.3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด โดยผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเข้าใจตรงกันและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องครบถ้วน หลังจากผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้น ผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อความถูกต้องและครบสมบูรณ์อีกครั้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) ประกอบกับการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้ให้ข้อมูลมีพฤติกรรม การแสดงออกอย่างไร ตรงกับการให้ข้อมูลหรือไม่ เพียงใด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้คัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์

3.4.2 ตรวจสอบและลงรหัส (Coding from) ในแบบสอบถามทุกข้อ

3.4.3 นำข้อมูลที่ตรวจสอบและลงรหัสแล้วไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS)

3.4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ครั้งนี้มี 3 ประเภทคือ

3.4.4.1 สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลออกเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD.)

3.4.4.2 สถิติอนุมาน (Inductive statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยการใช้สถิติ Chi-square, และ Regression analysis

3.4.4.3 ข้อมูลที่ได้รับในเชิงคุณภาพ วิเคราะห์โดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ หลังจากนั้นข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์แล้วจะนำมาบูรณาการและเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ก่อนที่จะเขียนเป็นรายงานต่อไป



บทที่ 4 ผลการวิจัย

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก ได้แก่ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้

4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด

4.6 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์

ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านและตัวแทนสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์	จำนวนผู้เห็นด้วย	จำนวนผู้ไม่เห็นด้วย	สรุปผลการสัมภาษณ์
1. ระบบการขนส่งสินค้าที่ดีมีผลหรือไม่อย่างไร	11	0	การจำหน่ายสินค้าทุกชนิดย่อมมีส่วนสัมพันธ์กับระบบการขนส่ง ดังนั้นเมื่อระบบการขนส่งสินค้าดี ทำให้การกระจายสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์	จำนวนผู้เห็นด้วย	จำนวนผู้ไม่เห็นด้วย	สรุปบทการสัมภาษณ์
2. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง	11	0	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาราคาน้ำมันมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้น แต่เมื่อในช่วงปี 2557 ราคาน้ำมันเริ่มปรับตัวลดลง ส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานลดลง ดังนั้นถ้าราคาน้ำมันเกิดความผันผวน อาจทำให้ไม่สามารถคำนวณผลกำไรที่แน่นอนได้
3. การจัดการวัตถุดิบที่ดี	8	3	การจัดเก็บวัตถุดิบส่วนใหญ่ต่างคนต่างเก็บ ไม่มีการสั่งวัตถุดิบมาสต็อกไว้ในคลังสินค้า
4. การมีระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	8	3	การจัดเก็บสินค้าหลังจากการผลิตแล้ว สมาชิกจะนำมาวางจำหน่ายที่สหกรณ์ และจัดเก็บไว้ที่สหกรณ์ สหกรณ์จะรับซื้อและนำมาวางจำหน่ายต่อไป
5. ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	11	0	การกระจายสินค้าส่วนใหญ่ส่งทางไปรษณีย์สำหรับตัวแทนที่จำหน่ายในต่างจังหวัด
6. การจัดการคำสั่งซื้อที่ดี	11	0	มีการผลิตตามคำสั่งซื้อ
7. การให้บริการหลังการขาย	7	4	การบริการหลังการขายส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการรับคืนสินค้ากรณีพบการชำรุดเสียหาย
8. การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ	7	4	ขาดการนำระบบสารสนเทศมาใช้ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่มีอายุเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุ และมีวิถีชีวิตเรียบง่าย รักความสงบ ไม่ค่อยข้องเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยี ดังนั้นการนำระบบสารสนเทศมาใช้จึงมีน้อย
9. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	11	0	ปัจจัยหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุน เรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น รัฐจึงให้การส่งเสริมสนับสนุน

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์	จำนวนผู้เห็นด้วย	จำนวนผู้ไม่เห็นด้วย	สรุปบทการสัมภาษณ์
10. การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ	11	0	แรงงานที่มีฝีมือย่อมส่งผลถึงคุณภาพของสินค้า ดังนั้นผ้าชิ้นตีนจกที่จำหน่ายโดยสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด จึงมีคุณภาพ เน้นงานฝีมือ
11. การมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์	6	5	สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งความเข้าใจของปราชญ์ชาวบ้านคือ การขนส่งเท่านั้น จะไม่ทราบถึงกิจกรรมที่ดำเนินภายใต้การจัดการโลจิสติกส์ และเห็นว่าไม่ได้มีความสำคัญมากนัก เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินงานทุกหน่วยงานก็เกี่ยวข้องกับการขนส่งอยู่แล้ว

จากตารางที่ 4.1 ผลการสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน 1 คน และตัวแทนสมาชิกสหกรณ์ 10 คน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าชิ้นตีนจก สามารถสรุปได้เป็น 11 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการขนส่งสินค้าที่ดีมีผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์มากที่สุด

ประเด็นที่ 2 ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ประเด็นที่ 3 การจัดการวัตถุดิบที่ดี

ประเด็นที่ 4 การมีระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 5 ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 6 การจัดการคำสั่งซื้อที่ดี

ประเด็นที่ 7 การให้บริการหลังการขาย

ประเด็นที่ 8 การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 9 การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

ประเด็นที่ 10 การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ

ประเด็นที่ 11 การมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ข้างต้นประกอบกับการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ในบทที่ 2 พบว่า กิจกรรมการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานสามารถแบ่งออกเป็น 2 กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้า และกิจกรรมการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน ผู้วิจัยจึงขอเสนอปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านโลจิสติกส์ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าชิ้นตีนจก โดยสรุปประเด็นการสัมภาษณ์ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ตามกิจกรรมการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานตามที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

1. ปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า
 - 1.1 ระบบการขนส่งสินค้าที่ดีมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 1.2 ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 1.3 การจัดการวัตถุดิบที่ดีมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 1.4 การมีระบบคลังสินค้าที่ดีมีประสิทธิภาพผลหรือไม่อย่างไร
 - 1.5 ระบบการกระจายสินค้าที่ดีมีประสิทธิภาพผลหรือไม่อย่างไร
2. การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน
 - 2.1 การจัดการคำสั่งซื้อที่ดีมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 2.2 การให้บริการหลังการขายมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 2.3 การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 2.4 การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 2.5 การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือมีผลหรือไม่อย่างไร
 - 2.6 การมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์มีผลหรือไม่อย่างไร

4.2 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนผู้จำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	85	43.6	140	35.0
หญิง	110	56.4	260	65.0
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.0 และ 65.0

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนผู้จำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	21	10.8	18	4.5
15,001-35,000 บาท	25	12.8	204	51.0
35,001-55,000 บาท	116	59.5	103	25.8
มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	33	16.9	75	18.8
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ตัวแทนผู้จำหน่ายมีรายได้ระหว่าง 35,001-55,000 บาท ร้อยละ 59.5 ส่วนผู้บริโภคมียาได้ระหว่าง 15,000-35,000 บาท ร้อยละ 51

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนผู้จำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	24	12.3	33	8.3
31-40 ปี	55	28.2	94	23.5
41-50 ปี	73	37.4	154	38.5
51 ปีขึ้นไป	43	22.1	119	29.8
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 38.5 และร้อยละ 37.4

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนผู้จำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	80	41.0	159	39.8
เกษตรกร	31	15.9	63	15.8
รับจ้าง/พนักงานบริษัท	5	2.6	22	5.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	79	40.5	156	39.0
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 41 และร้อยละ 39.8

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนผู้จำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	77	39.5	113	28.3
ปริญญาตรี	106	54.4	268	67.0
สูงกว่าปริญญาตรี	12	6.2	19	4.8
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภคมีระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 54.4 และร้อยละ 67

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	กลุ่มตัวอย่าง			
	ตัวแทนจำหน่าย		ผู้บริโภค	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	38	19.5	99	24.8
ภาคเหนือ	74	37.9	173	43.3
ภาคใต้	14	7.2	38	9.5
ภาคตะวันตก	37	19.0	11	2.8
ภาคตะวันออก	16	8.2	20	5.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	16	8.2	59	14.8
รวม	195	100.0	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภคส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือร้อยละ 37.9 และร้อยละ 43.3

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก ได้แก่ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายและการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย			
1. ระบบการขนส่งสินค้าที่ดี	3.43	1.451	มาก
2. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง	3.58	1.161	มาก
3. การจัดการวัตถุดิบที่ดี	3.04	1.453	ปานกลาง
4. การมีระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	3.41	1.431	มาก
5. ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	3.45	1.249	มาก
รวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย	3.38	1.128	ปานกลาง
การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน			
6. การจัดการคำสั่งซื้อที่ดี	3.18	1.461	ปานกลาง

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
7. การให้บริการหลังการขาย	3.52	1.177	มาก
8. การมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ	2.88	1.278	ปานกลาง
9. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	3.29	1.413	ปานกลาง
10. การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ	3.39	1.255	ปานกลาง
11. การมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์	3.02	1.384	ปานกลาง
รวมการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน	3.27	1.025	ปานกลาง
รวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์	3.38	1.128	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.38$, $SD.=1.128$) หากพิจารณาในแต่ละกิจกรรมพบว่า

กิจกรรมที่ 1 คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.38$, $SD.=1.128$) โดยเฉพาะในเรื่องของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.58$, $SD.=1.161$) รองลงมาคือเรื่อง ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x}=3.45$, $SD.=1.249$)

กิจกรรมที่ 2 คือการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.27$, $SD.=1.025$) โดยเฉพาะเรื่องการให้บริการหลังการขายเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.52$, $SD.=1.177$) รองลงมาคือเรื่องการมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ ($\bar{x}=3.39$, $SD.=1.413$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
การลดต้นทุนการดำเนินการ			
1. ช่วยลดและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ	3.59	1.011	มาก
2. มีผลกำไรและผลประโยชน์โดยรวมดีขึ้น	3.35	1.360	ปานกลาง
3. การดำเนินการและมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ	3.49	1.104	มาก
4. เพิ่มความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพได้สูงขึ้น	3.59	1.140	มาก
รวมการลดต้นทุนการดำเนินการ	3.50	0.823	มาก
การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ			
5. ยกระดับคุณภาพของการให้บริการอย่างเหมาะสม	3.74	1.021	มาก
6. ส่งมอบสินค้าในเวลาที่ถูกค่าต้องการ	3.77	1.290	มาก
7. ส่งมอบสินค้าในสภาพที่สมบูรณ์และส่งยังสถานที่ที่ต้องการ	3.72	1.075	มาก
รวมการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ	3.76	0.832	มาก
รวมประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้	3.63	0.743	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจกโดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$, $SD.=0.743$) เมื่อพิจารณาพบว่า

1. การลดต้นทุนการดำเนินการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.50$, $SD.=0.823$) โดยเฉพาะเรื่องช่วยลดและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x}=3.59$, $SD.=1.011$) และเพิ่มความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพได้สูงยิ่งขึ้น ($\bar{x}=3.59$, $SD.=1.140$) รองลงมาคือเรื่อง การดำเนินการและมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x}=3.49$, $SD.=1.104$)

2. การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.76$, $SD.=0.832$) โดยเฉพาะเรื่องส่งมอบสินค้าในเวลาที่ถูกค้ำต้องการ ($\bar{x}=3.77$, $SD.=1.290$) รองลงมาคือเรื่อง การยกระดับคุณภาพของการให้บริการอย่างเหมาะสม ($\bar{x}=3.74$, $SD.=1.021$)

4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีจำแนกตามความสามารถในการดำเนินงาน

n=216		
ความสามารถในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต		
ช่วงเวลาว่างจะทำการผลิต	102	47.2
ทำการผลิตทุกฤดูกาล	25	11.6
ทำการผลิตเต็มเวลาทุกวัน	29	13.4
ทำการผลิตเฉพาะตามคำสั่งซื้อ	60	27.8
รูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่ม		
ไม่มีการรวมกลุ่มต่างคนต่างผลิต	11	5.1
มีผู้นำกลุ่มแต่ไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่ม	32	14.8
มีผู้นำกลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม	173	80.1

จากตารางที่ 4.10 พบว่า สมาชิกสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด มักผลิตสินค้าในช่วงเวลาว่างร้อยละ 47.2 ซึ่งมีผู้นำกลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มร้อยละ 80.1 โดยแหล่งที่มาของวัตถุดิบคือในจังหวัดทั้งหมดร้อยละ 43.5

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีจำแนกตามทรัพยากร

ทรัพยากร	จำนวน	ร้อยละ
n=216		
แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต		
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด	94	43.5
ใช้วัตถุดิบภายนอกจังหวัดทั้งหมด	40	18.5
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80	43	19.9
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80	39	18.1
สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป		
บ้านหรือสถานที่ผลิต	24	11.1
ผลิตแล้วทำการจำหน่ายทันที	45	20.8
คลังสินค้าของสหกรณ์	147	68.1

จากตารางที่ 4.11 พบว่าทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี ร้อยละ 94 มีแหล่งที่มาโดยใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด และจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่คลังสินค้าของสหกรณ์ ร้อยละ 68.1

4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด	4.16	0.799	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจสินค้าของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$, $SD.=0.799$)

4.6 การทดสอบสมมติฐาน

1. รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2. กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่ดี

3. กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้านการลดต้นทุน

4. กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.13 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

H_1 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน	ช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต			p-value	
	ช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต	ทำการผลิตทุกฤดูกาล	ทำการผลิตเต็มเวลาทุกวัน		ทำการผลิตเฉพาะตามคำสั่งซื้อ
<u>การลดต้นทุนการดำเนินการ</u>					
น้อย	28	13	5	20	0.009**
ปานกลาง	30	3	3	17	
มาก	44	9	21	23	
<u>การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ</u>					
น้อย	25	9	5	11	0.403
ปานกลาง	20	5	4	16	
มาก	57	11	20	33	

** ระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.13 พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่

ทำการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องการลงทุนการดำเนินการ ค่า $p=0.009$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ส่วนเรื่องการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต ค่า $p=0.403$ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

ตารางที่ 4.14 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่มกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่มไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

H_1 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบใน เชิงการแข่งขัน	รูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่ม			p-value
	ไม่มีการรวมกลุ่ม ต่างคนต่างผลิต	มีผู้นำกลุ่มแต่ไม่มี การกำหนดระเบียบ ปฏิบัติของกลุ่ม	ผู้นำกลุ่ม มีระเบียบ ปฏิบัติและโครงสร้าง การบริหารงานกลุ่ม	
<u>การลงทุนการดำเนินการ</u>				
น้อย	2	9	55	0.044*
ปานกลาง	0	12	41	
มาก	9	11	77	
<u>การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ</u>				
น้อย	2	8	40	0.596
ปานกลาง	1	9	35	
มาก	8	15	98	

* ระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องการลงทุนการดำเนินการ ค่า $p=0.044$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ส่วนเรื่องการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้น

ตื่นจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่ม ค่า $p=0.596$ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

ตารางที่ 4.15 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

H_1 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน	แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต				p-value
	ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด	ใช้วัตถุดิบภายนอกจังหวัดทั้งหมด	ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80	ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80	
<u>การลดต้นทุนการดำเนินการ</u>					
น้อย	26	20	12	8	0.007**
ปานกลาง	25	11	12	5	
มาก	43	9	19	26	
<u>การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ</u>					
น้อย	19	15	13	3	0.007**
ปานกลาง	18	12	8	7	
มาก	57	13	22	29	

** ระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.15 พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องการลดต้นทุนการดำเนินการและการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการค่า $p=0.007$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ตารางที่ 4.16 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

H_1 : รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การแข่งขัน	สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป			p-value
	บ้านหรือสถานที่ผลิต	ผลิตแล้วทำการจำหน่ายทันที	คลังสินค้าของสหกรณ์	
<u>การลดต้นทุนการดำเนินการ</u>				
น้อย	6	18	42	0.053
ปานกลาง	2	8	43	
มาก	16	19	62	
<u>การเพิ่มระดับคุณภาพการบริการ</u>				
น้อย	6	11	33	0.498
ปานกลาง	2	8	35	
มาก	16	26	79	

จากตารางที่ 4.16 พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันในทุกเรื่อง ค่า $p=0.053$ และ $p=0.498$ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดีสมมติฐาน คือ

H_0 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัดไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี

H_1 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัดมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ (B)	ค่านัยสำคัญ (sig)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r^2)
ปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า	-0.58	0.113	0.211
การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน	0.417	0.000**	

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 พบว่ามีหลักฐานเพียงพอที่จะสรุปได้ว่ากลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดในส่วนของกิจกรรมการไหลของข้อมูลกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดีในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ($r^2=0.211$, $sig=0.000$) ซึ่งค่า (sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และสามารถเขียนเป็นสมการเส้นตรงได้คือ $\hat{y} = 2.335 + 0.417X_1$; $R_2 = 0.211$ โดยสามารถประมาณการกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกิจกรรมการไหลของข้อมูลกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดีได้ร้อยละ 21.1

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องด้านการลดต้นทุนสมมติฐาน คือ

H_0 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องด้านการลดต้นทุน

H_1 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องด้านการลดต้นทุน

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ (B)	ค่านัยสำคัญ (sig)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r^2)
ปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า	0.003	0.937	0.119
การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน	0.277	0.000**	

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 พบว่ามีหลักฐานเพียงพอที่จะสรุปได้ว่ากลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดในส่วนของกิจกรรมการไหลของข้อมูลกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้านการลดต้นทุนในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ($r^2=0.119$, $sig=0.000$) ซึ่งค่า (sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และสามารถเขียนเป็นสมการเส้นตรงได้คือ $\hat{y} = 2.843 + 0.277X_1$; $R_2 = 0.119$ โดยสามารถประมาณการกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกิจกรรมการไหลของข้อมูลกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้านการลดต้นทุนได้ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความพึงพอใจของผู้บริโภคสมมติฐาน คือ

H_0 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค

H_1 : กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน	ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ (B)	ค่านัยสำคัญ (sig)	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r^2)
ปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า	0.085	0.040*	0.20
การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน	0.064	0.028*	

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่ามีหลักฐานเพียงพอที่จะสรุปได้ว่ากลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดเรื่องปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า และการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค ($r^2=0.20$, $sig=0.040$, 0.085) ($r^2=0.20$, $sig=0.028$, 0.064) ซึ่งค่า (sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และสามารถเขียนเป็นสมการเส้นตรงได้คือ $\hat{y} = 2.622 + 0.085X_1 + 0.064X_2$; $R_2=0.20$ โดยสามารถประมาณการกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดเรื่องปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า และการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคร้อยละ 20

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) โดยการศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด และตรวจสอบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมในการผลิต และการกระจายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตลอดจนการหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก ได้แก่ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้

จากการสัมภาษณ์ประชาชนชาวบ้าน ตัวแทนสมาชิกสหกรณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ในการผลิตและจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ซึ่งสามารถสรุปประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.1.1.1 เรื่องราคาที่มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา เมื่อราคาน้ำมันลดลง ย่อมส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตลดลงตามไปด้วย เนื่องจากการขนส่งสินค้ามีค่าใช้จ่ายเรื่องค่าน้ำมัน แต่ก็ถือว่าส่งผลกระทบต่อการทำงานไม่มาก

5.1.1.2 เรื่องการขนส่ง อย่างที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า การขนส่งสินค้าของสหกรณ์ในการจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจก ให้กับตัวแทนจำหน่ายในต่างจังหวัดส่วนใหญ่ส่งทางไปรษณีย์ และบางรายมารับสินค้าเองที่สหกรณ์ จึงทำให้เรื่องการขนส่งไม่ประสบปัญหาสำหรับการดำเนินการของสหกรณ์

5.1.1.3 เรื่องการจัดการวัตถุดิบ ส่วนใหญ่สมาชิกสหกรณ์จะเป็นผู้ดำเนินการเรื่องการจัดหาวัตถุดิบมาผลิต หากมีวัตถุดิบใดที่ไม่สามารถหาได้ สหกรณ์จะมีให้สมาชิก เช่น ถ้าในช่วงที่มีการผลิตจำนวนมาก แล้ววัตถุดิบไม่เพียงพอ สหกรณ์จะมีวัตถุดิบไว้รองรับให้สมาชิกเพื่อทำการผลิต โดยมีการจัดเก็บคลังสินค้าไว้ที่สหกรณ์

5.1.1.4 เรื่องคลังสินค้าในการจัดเก็บ ส่วนใหญ่สมาชิกจะผลิตและนำมาจำหน่ายที่สหกรณ์ ก็ถือว่าสหกรณ์ก็จะเป็นที่จัดเก็บสินค้าให้กับสมาชิกด้วย แต่ส่วนใหญ่จะนำมาวางจำหน่ายทั้งหมด

5.1.1.5 เรื่องการกระจายสินค้า ส่วนใหญ่นำมาวางจำหน่ายทุกชิ้น ส่วนที่มีการสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในต่างจังหวัด มีการรับ order ก่อนล่วงหน้า และจัดส่งให้กับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ และทันเวลาที่กำหนด

5.1.1.6 เรื่องการสั่งซื้อ ได้กล่าวไปแล้วในข้อที่ 5.1.1.5

5.1.1.7 การให้บริการหลังการขาย ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ซื้อสินค้ามักจะเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำอีก ดังนั้นการบริการหลังการขาย จะเป็นเรื่องของการรับประกันสินค้า

5.1.1.8 เรื่องระบบสารสนเทศ เนื่องจากสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด เปิดดำเนินการเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในการผลิตและจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจก สมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวไท-ยวน เป็นคนพื้นบ้าน จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องระบบสารสนเทศ

5.1.1.9 การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนเรื่องการอนุรักษ์ผ้าและวัฒนธรรมของชาวไท-ยวน

5.1.1.10 เรื่องแรงงานที่มีทักษะและฝีมือ สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ถือได้ว่าสมาชิกของสหกรณ์ทุกคนมีทักษะและฝีมือในการผลิตผ้าขึ้นตีนจก ดังนั้นชิ้นงานที่ออกมาจึงมีเอกลักษณ์ และเป็นงานฝีมือที่ปราณีตทุกชิ้น

5.1.1.11 ความรู้เรื่องการจัดการโลจิสติกส์ ส่วนใหญ่สมาชิกไม่เข้าใจคำว่าจัดการโลจิสติกส์ โดยให้ความเข้าใจในเรื่องนี้ว่าเป็นการขนส่งเพียงอย่างเดียว

จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวสามารถสรุปประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ในการผลิตและจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ได้ 11 ประเด็น ผู้วิจัยจึงนำผลการสัมภาษณ์มาจัดทำเป็นแบบสอบถามและสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ตัวแทนจำหน่าย ผู้บริโภค และสมาชิกสหกรณ์ ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาในแต่ละกิจกรรมพบว่า กิจกรรมที่ 1 คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะในเรื่องของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเรื่องระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ส่วนกิจกรรมที่ 2 คือการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะเรื่องการให้บริการหลังการขายเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเรื่องการมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ

ส่วนความได้เปรียบในเชิงแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจกโดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่า การลดต้นทุนการดำเนินการ โดยเฉพาะเรื่องช่วยลดและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพได้สูงยิ่งขึ้น รองลงมาคือเรื่องการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ส่วนการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันโดยเฉพาะเรื่องส่งมอบสินค้าในเวลาที่ถูกค้าต้องการ รองลงมาคือเรื่องการยกระดับคุณภาพของการให้บริการอย่างเหมาะสม

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตร ไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด มักผลิตสินค้าในช่วงเวลาว่าง ร้อยละ 47.2 ซึ่งมีผู้นำกลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มร้อยละ 80.1 โดยแหล่งที่มาของวัตถุดิบคือในจังหวัดทั้งหมดร้อยละ 43.5 และทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี ร้อยละ 94 มีแหล่งที่มาโดยใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด และจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป ที่คลังสินค้าของสหกรณ์ ร้อยละ 68.1

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.0 และ 65.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 38.5 และร้อยละ 37.4 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 41 และร้อยละ 39.8 การศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 54.4 และร้อยละ 67 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคเหนือร้อยละ 37.9 และร้อยละ 43.3 ส่วนเรื่องรายได้ตัวแทนผู้จำหน่ายมีรายได้ระหว่าง 35,001-55,000 บาท ร้อยละ 59.5 ส่วนผู้บริโภคมีรายได้ระหว่าง 15,000-35,000 บาท ร้อยละ 51

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานเรื่องรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตกับความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต เรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์การหรือกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องการลดต้นทุนการดำเนินการ ส่วนเรื่องการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ แต่รูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทั้งทางด้านลดต้นทุนและการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี และด้านการลดต้นทุน พบว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ในประเด็นของการไหลของข้อมูลและกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่ากลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดเรื่องปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า และการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค ($r^2=0.20$, $sig=0.040$,

0.085) ($r^2=0.20$, $\text{sig}=0.028$, 0.064) ซึ่งค่า (sig) มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และสามารถเขียนเป็นสมการเส้นตรงได้คือ $\hat{y} = 2.622+0.085X_1+0.064X_2$; $R_2=0.20$ โดยสามารถประมาณการกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดเรื่องปัจจัยการเคลื่อนย้ายสินค้า และการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคร้อยละ 20

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีพบว่าสมาชิกสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด มักผลิตสินค้าในช่วงเวลาว่าง ซึ่งมีผู้น่ากลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม โดยแหล่งที่มาของวัตถุดิบคือในจังหวัดทั้งหมด และทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี มีแหล่งที่มาโดยใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด และจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่คลังสินค้าของสหกรณ์

จากการทดสอบสมมติฐานเรื่องรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตกับความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน พบว่ารูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิต เรื่องรูปแบบของการบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องการลดต้นทุนการดำเนินการ ส่วนเรื่องการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ นั่นหมายความว่ารูปแบบและวิธีในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก เรื่องช่วงระยะเวลาที่ทำการผลิตและรูปแบบของการบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่ม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ในการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับระบบห่วงโซ่อุปทาน (รชฎ ขำบุญ, ชูติระ ระบบ, วีรยา ภัทรอาชาชัย, จิราวรรณ สมหวัง และโสเมสกา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2549 หน้า 144) วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการสร้างห่วงโซ่อุปทานของผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดแก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้จัดการห่วงโซ่อุปทานมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบัญชี การเงิน การตลาด และการผลิต เข้าด้วยกัน ในขณะที่ธุรกิจต่าง ๆ พยายามที่จะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดต้นทุน และใช้ระยะเวลาอันสั้นในการนำเข้าสู่ตลาด ถ้าแต่เป็นรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เรื่องแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทั้งทางด้านต้นทุนและการเพิ่มระดับคุณภาพการบริการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของระบบห่วงโซ่อุปทาน (รชฎ ขำบุญ, ชูติระ ระบบ, วีรยา ภัทรอาชาชัย, จิราวรรณ สมหวัง และโสเมสกา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2549 หน้า 144) ที่แสดงถึงระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานซึ่งเกี่ยวข้องกับ 1) การขนส่งจากผู้ขายวัตถุดิบ 2) การให้สินเชื่อและการโอนเงินสด 3) ผู้จัดการวัตถุดิบ 4) ผู้จำหน่ายสินค้าและธนาคาร 5) ลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าซื้อสินค้า 6) คลังสินค้าและระบบคลังสินค้าคง

คลัง 7) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ 8) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านลูกค้าการพยากรณ์ความต้องการและการผลิต ส่วนรูปแบบและวิธีการในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวนราชบุรี จำกัด ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรีเรื่องสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน นั่นอาจเป็นเพราะสินค้าของสหกรณ์มีการจัดจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา สมาชิกที่ผลิตชิ้นงานสามารถนำมาวางจำหน่ายที่สหกรณ์ได้ทันที ไม่มีความจำเป็นต้องจัดเก็บ อีกทั้งชิ้นงานแต่ละชิ้นล้วนเป็นงานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์สามารถจำหน่ายได้ไม่ยาก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่ม จัดเป็นสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่า (Potential product) คือไม่เพียงแต่เป็นผ้าขึ้นตีนจกที่จำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรงเท่านั้น แต่ยังนำผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งมาแปรรูปโดยการตัดเย็บให้เป็นชุดที่สามารถสวมใส่ได้โดยทันที โดยจะมีการจัดรูปแบบของสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งขนาด สี และลวดลาย อีกทั้งราคาที่กำหนดไว้จะเป็นราคาที่สูงพอประมาณและเป็นราคาที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ในระดับปานกลางถึงสูง คือลูกค้าที่มีความต้องการที่จะใช้สินค้าที่มีคุณภาพ สวยงาม คงทน มีมาตรฐานที่ดี และยังเป็นเอกลักษณ์ของผ้าขึ้นตีนจก ประกอบกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า มีความน่าเชื่อถือ โดยใช้ความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าขึ้นตีนจก เป็นการโฆษณาปากต่อปาก ใช้ดีบอกต่อด้วยคุณภาพของวัตถุดิบ และลวดลายของผ้าที่ไม่ซ้ำแบบกับคู่แข่ง ดังนั้นการจัดเก็บสินค้าจึงไม่ค่อยมีสินค้าคงคลัง

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี และด้านการลดต้นทุน พบว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ในประเด็นของการไหลของข้อมูลและกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั่นหมายความว่ากลยุทธ์ใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด สร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเรื่องระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี สุดท้ายช่วยส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำลง ยิ่งถ้ามีการนำการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานมาใช้มาก คุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี และด้านการลดต้นทุนก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุมร์ศัม หลายชูไทย (2545 หน้า 35) เรื่องการจัดทำระบบการจัดลำดับงานการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดอัตราการผลิตงานเสร็จไม่ทันกำหนดส่งมอบ โดยศึกษาสภาพการทำงานและปัญหาการวางแผนการผลิต ที่ไม่มีประสิทธิภาพในธุรกิจสิ่งพิมพ์ ประเภทสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ และหาแนวทางแก้ไขโดยการศึกษาวิธีการทำงาน การวางแผนและการควบคุมการผลิต การจัดการรายการผลิต และประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการปรับปรุงระบบการทำงาน สาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบการวางแผนการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ไม่มีการศึกษากำลังการผลิตที่แท้จริงไม่มีหน่วยงานวางแผนการผลิตและผู้รับผิดชอบโดยตรง และการจัดการวัตถุดิบขาดประสิทธิภาพจากสภาพที่เกิดขึ้นจึงส่งผลให้เกิดการทำงานล่วงเวลาและการส่งมอบทำให้เกิดความล่าช้า และผลการศึกษาของอคศิธร พักคง และปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ (2558 หน้า 107) เรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอม: กรณีศึกษา “มะพร้าว น้ำหอมสวนลุงแดง” จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมของสวนลุงแดงนั้นมีการจัดการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์การออกแบบกระบวนการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสินค้า และการออกแบบการดำเนินงาน เพื่อให้ทุกขั้นตอนดำเนินการราบรื่น และจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตามที่มีการทำข้อตกลงในการซื้อขายสินค้า และจากการศึกษายังพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการสวนมะพร้าว คือ ปริมาณผลิตที่ไม่แน่นอน ไม่เพียงพอต่อความ

ต้องการของผู้บริโภค โรคพืชและแมลงศัตรูพืชที่มีการแพร่กระจาย และปัญหาที่เกิดจากภัยธรรมชาติที่ยากต่อการแก้ไขและป้องกัน รวมถึงการศึกษาของกรรณก จรัสหิรัญปริดา (2553, หน้า 91) ที่ศึกษากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจเครื่องนุ่งห่มขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเพื่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยพึ่งพาการส่งออกในสัดส่วนสูงเกินกว่าร้อยละ 60 ของ GDP วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมหลักของไทยที่มีปริมาณการส่งออกมากเป็นอันดับ 4 ของประเทศมูลค่าการส่งออกกว่า 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯและนำรายได้สู่ประเทศกว่า 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯหรือกว่า 1 แสนล้านบาทที่มีการจ้างงานมากที่สุดกว่า 1 ล้านคน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, <http://cms.sme.go.th/osmep>, 19 กรกฎาคม 2556) ปัจจุบันเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการสร้างความรู้ใหม่ๆเป็นการปฏิรูปกระบวนการผลิตใหม่และพัฒนาศักยภาพและทักษะให้สามารถสร้างผลิตภาพ (Productivity) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้ากับนานาประเทศอีกทั้งยังปรับตัวเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative entrepreneur) เพื่อรองรับกับภาครัฐบาลที่ได้ส่งเสริมแผนพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ตั้งแต่ปี 2553-2555 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยควรปรับปรุงและพัฒนาตนเองโดยเฉพาะ SMEs ควรทำการพัฒนาและปรับปรุงทั้งระบบภายในและพัฒนาด้านการออกแบบและด้านการวิเคราะห์การตลาดต่างประเทศเพื่อมุ่งเน้นการตลาดใหม่และปรับเปลี่ยนตำแหน่ง (Segment) ให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพของธุรกิจและควรปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้รับจ้างการผลิต (OEM) มาเป็นการพัฒนาเป็นตราสินค้า (OBM) แทนเพื่อหลีกเลี่ยงกับการแข่งขันด้านราคากับประเทศจีนอินโดนีเซียหรือเวียดนามนอกจากนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยควรรวมตัวกันในรูปแบบ Cluster เพื่อประโยชน์ร่วมกันและการนำนวัตกรรมสิ่งทอแนวใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่างออกไปจากเดิมเพื่อเพิ่มมูลค่าสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดและมุ่งเน้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่สามารถทำกำไรและเพิ่มมูลค่าและกลยุทธ์เป็นวิธีการที่ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์โดยมีความสามารถในการแข่งขันและเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกต่อไปอีกทั้งฤดี นิยมรัตน์ (2553, หน้า 75-76) ได้ศึกษา การจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสถานประกอบการมีกิจกรรมการบริการลูกค้า การวางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงาน มีกิจกรรมการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ การขนของและการจัดส่ง โลจิสติกส์ย้อนกลับ การกระจายสินค้า การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และกิจกรรมการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ส่วนกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สถานประกอบการมีการดำเนินการน้อยได้แก่ กิจกรรมคลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง และการพยากรณ์และวางแผนอุปสงค์ ถ้ากล่าวถึงประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสถานประกอบการผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงครามมีประสิทธิภาพด้านคุณภาพอยู่ในระดับที่ได้เปรียบคู่แข่ง สำหรับประสิทธิภาพด้านเวลาพบว่าอยู่ในระดับที่ได้เปรียบคู่แข่งยกเว้นประเด็นที่อยู่ในระดับมีปัญหาได้แก่ระยะเวลาในการส่งคำสั่งซื้อภายในองค์กร ระยะเวลาในการถือครองและการบรรจุภัณฑ์สินค้า รวมทั้งระยะเวลาในการเก็บสินค้าสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสิทธิภาพด้านต้นทุน พบว่ามีอยู่ในระดับที่ได้เปรียบคู่แข่ง และอยู่ในระดับปกติเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ด้านศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า

สถานประกอบการมีศักยภาพในระดับน้อยทั้ง 5 ด้านเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านโลจิสติกส์ ด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความร่วมมือกันระหว่างองค์กร ด้านการกำหนดกลยุทธ์องค์กร และด้านการวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน

และจากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัดกับความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่ามีความสัมพันธ์กันและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน จำกัด ในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศจากประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยจะทำการศึกษารูปแบบของการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด ซึ่งมีเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก โดยจะทำการศึกษารูปแบบและลักษณะในการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด และทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการหรือกิจกรรมของของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด นอกจากนี้ยังศึกษาถึงสถานภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด รวมทั้งจะทำการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรีจำกัด การศึกษารายนี้ มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้าขึ้นตีนจก (บ้านคูบัว) โดยผลงานวิจัยที่ได้รับจะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องนุ่งห่มทั่วประเทศสามารถนำเอาหลักการของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานไปประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างรายได้ด้วยการนำเอาทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับของการให้บริการที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ จึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดการระบบโลจิสติกส์ในมุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ กระบวนการการเริ่มต้นตั้งแต่การที่ผู้ประกอบการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ไปจนถึงกระบวนการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การบรรจุไปจนถึงการส่งมอบไปถึงมือของลูกค้า ประเด็นหลัก ๆ อยู่ที่ว่าจะอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้น รวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มลงได้อย่างไร และผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือยกระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2546, หน้า 59) กล่าวว่า งานวิจัยที่เชื่อมโยงระหว่างผลิตภัณฑ์ชุมชนและการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งงานวิจัยที่มีส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากแนวคิดรูปแบบและลักษณะของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน และ SME มีความแตกต่างกันทำให้การนำเอาผลงานวิจัยที่ได้รับจากการวิจัย SME มาใช้พัฒนากับโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ค่อยสัมฤทธิ์ผลและในหลาย ๆ ครั้งซึ่งยังก่อให้เกิดความวุ่นวายสับสนให้แก่ผู้ปฏิบัติอีกด้วย นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า ยังไม่มีการศึกษาใดที่ชี้ให้เห็นถึงประเด็นสำคัญเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นปัจจัยที่สำคัญให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของประเทศไทยสามารถสร้างผลกำไรได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ และผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่

ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มลงได้อย่างไร รวมทั้งผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร รวมถึงผลการศึกษาโครงการ Smart OTOP ปี 2547 (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, www2.manager.co.th, 19 กรกฎาคม 2556)พบว่า ประชากรในท้องถิ่นยังขาดความรู้ความเข้าใจในการตลาด และรูปแบบของการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไปสู่ตลาดในสภาพที่ตรงกับความต้องการ เช่น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม รวมทั้งขาดการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นลง นอกจากนี้ยังขาดทักษะ หรือการจัดการในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะและความรู้ความเข้าใจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดเทคนิค และองค์ความรู้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้พวกเขาสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของพวกเขาได้อย่างสัมฤทธิ์ผล การที่โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จะประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากประชาชนหรือชาวบ้านในชุมชนนำเอาความคิดสร้างสรรค์หรือนำเอาภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อาจยังไม่เพียงพอ แต่ภาครัฐควรที่จะเข้ามาดูแลและสนับสนุนในเรื่องของทุนหมุนเวียนและการตลาดในระยะเริ่มต้น การสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดเทคนิคการบริหารจัดการต่าง ๆ ให้กับชาวบ้านเหล่านี้ หนึ่งในเทคนิคหรือองค์ความรู้ที่ชาวบ้านควรรู้ และนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นในท้องถิ่นของตน คือ การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (Logistics & supply chain management) ระบบโลจิสติกส์ในมุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ กระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่การที่ผู้ประกอบการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ไปจนถึงกระบวนการในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การบรรจุไปจนถึงการส่งมอบให้ถึงมือของลูกค้าประเด็นหลัก ๆ อยู่ที่ว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้นรวมทั้งปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ แล้วผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มลงได้อย่างไร และผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือยกระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ เช่น ช่วงเวลาการส่งมอบที่สั้นลง มีคุณภาพในการจัดส่งของผลิตภัณฑ์ตรงเวลา สินค้าไม่เสียหายได้อย่างไร (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2546 หน้า 29)

อาจสรุปได้ว่าแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับสหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน จำกัด ในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่สหกรณ์การเกษตรไทย-ยวน ราชบุรี จำกัด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี จะต้องมองถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกสหกรณ์เรื่องการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเรื่องการช่วยลดต้นทุน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ โดยสหกรณ์จะต้องเน้นเรื่องการให้บริการหลังการขาย และการควบคุมเรื่องกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย เนื่องจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอไว้ในข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และมีประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมโดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1.1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย เนื่องจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุนในกิจกรรมนี้ ควรพิจารณาเรื่องช่องทางในการเคลื่อนย้ายสินค้า ตลอดจนลดช่องทางที่ไม่จำเป็นออก หรือการเคลื่อนย้ายสินค้าในปริมาณที่มากกว่าเดิม และวางแผนการเคลื่อนย้ายให้รัดกุมกว่าเดิม

5.3.1.2 การไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน ในส่วนของกิจกรรมนี้ การให้บริการหลังการขายถือว่ามีส่วนสำคัญที่สุด หลังจากผลวิจัยพบว่า การให้บริการหลังการขายกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอยู่ในระดับมากกับการให้ความสำคัญการบริการหลังการขายในกิจกรรมการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุน ดังนั้นสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าขึ้นตีนจก (ผ้าคูบัว) โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าประเภทผ้าขึ้นตีนจกของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

5.3.2.2 จากการศึกษาในหัวข้อดังกล่าวควรมีการศึกษาถึงผลกระทบ ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี จำกัด เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน จำกัด ในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2546). *คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย*. กรุงเทพมหานคร: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- กรกนก จรัสสิริณพรีดา. (2553). กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจเครื่องนุ่งห่มขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเพื่อความสามารถในการแข่งขัน. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2(1), หน้า 90.
- ฉัตรแสง ธนารักษ์โชค และพรโสภิต จงมีสุข. (กรกฎาคม 2544). ญี่ปุ่นกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. *วารสารส่งเสริมการลงทุน. Thailand Investment Promotion Journal*. 12(7), หน้า 71-72.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2547). *การจัดการโลจิสติกส์*. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เพริทเน็ท.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2548). *สารนารู้ สู่ธุรกิจ SME*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.pantavanij.com>, 19 กรกฎาคม 2556.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- รชฎ บำบุญ, ชุตริยะ ระบบ, วีรยา ภัทรอาชาชัย, จิราวรรณ สมหวัง และโสเมสกา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2549). *การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ*. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2547). *การทำตลาดสำหรับสินค้าโอท็อป Smart OTOp*. ผู้จัดการ Online เข้าถึงได้จาก: www2.manager.co.th, 19 กรกฎาคม 2556.
- สมยศ นาวิการ. (2551). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2549). *การปรับตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย*. เข้าถึงได้จาก: <http://cms.sme.go.th/osmep>, 19 กรกฎาคม 2556.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). *รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขาปี 2551 และแนวโน้มปี 2552 สาขาธุรกิจการค้าและบริการ*. เข้าถึงได้จาก <http://cms.sme.go.th/osmep>, 19 กรกฎาคม 2556.
- แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ. (2549). *กลยุทธ์การนำการจัดการความรู้ใช้พัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ไทย: ศึกษาธนาคารกสิกรไทยจำกัด มหาชน*. ดุษฎีนิพนธ์บริหารการธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร.
- ศรีเพ็ญ ทรัพย์มันชัย, มนวิกา ผดุงสิทธิ์ และนภดล รมโพธิ์. (2555). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ศศิธร พักคง และปิยะฉัตร จารุธีรศานต์. (มกราคม - มิถุนายน 2558). การจัดการโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม: กรณีศึกษา “มะพร้าว น้ำหอมสวนลุงแดง จังหวัดฉะเชิงเทรา”. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2(1), หน้า 107-108.
- ฤดี นิยมรัตน์. (2553). *การจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องเบญจรงค์ จังหวัดสมุทรสงคราม*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- อุมร์คม์ หลายชูไทย. (2545). *การจัดตารางการผลิตสำหรับโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- Andersson, P.I., Aronsson, H., Storhagen, N.G. (2004). *Measuring Logistics Performance, Engineering Costs & Production Economics*.
- Brweert, P.C., Speh, T.W., (2004). *Using the balanced scorecard to measure supply chain performance*. Journal of Business Logistics.
- Duglas, M.L. (2004). *Fundamental of Logistics Management*. McFraw-Hill International.
- DM Lambert and A Sharma. (1990). *A customer-based competitive analysis for logistics decisions*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.
- Lymch, R.L., Cross, K.F., (2004). *Measure Up! How to Measure*. Corporate Performance Oxford: Basil Blackwell.
- Stainer, A. (2004). *Logistics a Productivity and Performance Perspective*, Supply Chain Management.
- Stefan, H. (2004). *A System Perspective on Supply Chain Measurements* International Journal of Physical. Distribution & Logistics Management Velum.
- Yamane. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



ภาคผนวก ก

ตัวอย่างเครื่องมือการวิจัย



ภาคผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ -สกุล	นางสาวเพยาร์ สายทองสุข
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2527
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลทับสะแก
ที่อยู่ปัจจุบัน	192/16 หมู่ 3 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2546	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี
พ.ศ.2548	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี
พ.ศ.2550	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2550 ถึงปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

