

การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

Logistics and Supply Chain Performance Evaluation

for OTOP Products



สาขาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

Logistics and Supply Chain Performance Evaluation
for OTOP Products



โดย
รศ. ดร. วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์
HD
38.5
กธ 467
เลขหมู่.....120341
เลขทะเบียน.....
วัน, เดือน, ปี.....15 ก.พ. 2555

10070666
b.....
i.....

สาขาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 สภาวะทางกายภาพ	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. ความสะดวกของการขนส่งสินค้าและวัตถุดิบ			
- รถยนต์	①	②	③
- เรือ	①	②	③
- เครื่องบิน	①	②	③
- รถไฟ	①	②	③
ข. ระยะทางระหว่างองค์กรของท่านกับ			
ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ(Supplier)	①	②	③
ค. ระยะทางระหว่างองค์กรของท่านกับลูกค้า	①	②	③
4.4 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. เทคโนโลยีการผลิต	①	②	③
ข. การบริหารการผลิต	①	②	③
ค. การบริหารพัสดุ	①	②	③
ง. การบริหารคลังสินค้า	①	②	③
จ. เทคโนโลยีการกระจายสินค้า	①	②	③
ฉ. เทคโนโลยีสารสนเทศ	①	②	③
4.5 การส่งเสริมจากทางภาครัฐ	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. การสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	①	②	③
ข. การสนับสนุนด้านการเงิน	①	②	③
ค. การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมพนักงาน	①	②	③
ง. การส่งเสริมการขายและจัดตลาด	①	②	③
จ. การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี	①	②	③
ฉ. การสนับสนุนด้านภาษีส่งออกผลิตภัณฑ์	①	②	③
4.6 สภาวะทางสังคม	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. ทัศนคติชุมชนที่มีต่อองค์กร	①	②	③

ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือและอุทิศเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมืออย่างดีจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ในการตอบแบบสอบถามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่เกี่ยวข้องมา ณ โอกาสนี้ด้วย ขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้เห็นความสำคัญของการทำวิจัยและให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ และคุณดวงรัศมี ตั้งศิริสกุล ผู้ช่วยวิจัย ที่ช่วยดำเนินการจัดทำ รายงานวิเคราะห์ข้อมูลและทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จทุกท่านและหวังว่าผลการวิจัยจะได้รับการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

วัลย์ลักษณ์ อัคริรวงศ์

กันยายน 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสร้างแบบประเมินตนเองและสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถตรวจประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของตนเองได้ 2) เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน และสำรวจปัญหาจากการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวมทั้งหมด 210 ผู้ประกอบการ โดยสุ่มตัวอย่างแบบ โควตา จำแนกตามจังหวัดของผู้ประกอบการ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่าด้านผลการดำเนินงานขององค์กรปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือระหว่างองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลกระทบจากสถานะทางเศรษฐกิจนั้นคือหากมีความร่วมมือกันในระดับองค์กรและความร่วมมือระหว่างองค์กรก็จะทำให้ผู้ประกอบการลดผลกระทบจากสถานะทางเศรษฐกิจลงได้หากผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันและมีการวางแผนที่ดีโดยที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้แล้วจะทำให้ผลการดำเนินงานด้านการเงินการดำเนินงานด้านคุณภาพ และความสามารถในการแข่งขันดีขึ้นไปด้วยหากผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันและมีการวางแผนที่ดีโดยที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้แล้ว และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ จะส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานหากผู้ที่เกี่ยวข้องจะส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถอยู่รอดได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยเริ่มจากการบันทึกข้อมูล รวมทั้งการจัดการด้านต่างๆภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมีระเบียบแบบแผน และดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลตามแผนงานที่วางไว้ โดยควรจะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆเข้ามาประยุกต์ใช้ในเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	บทนำ
	1.1 หลักการและเหตุผลของโครงการวิจัย 1-1
	1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย 1-2
	1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย 1-2
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของโครงการวิจัย 1-2
บทที่ 2	ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	2.1 นิยามการจัดการ โลจิสติกส์และการจัดการ โซ่อุปทาน 2-1
	2.2 กระบวนการจัดการ โลจิสติกส์และการจัดการ โซ่อุปทาน 2-3
	2.3 การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 2-13
	2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน 2-20
	2.5 แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการ โซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ต้นแบบ 2-24
	2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และผู้ประกอบการ 2-26
	2.7 ตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น 2-28
	2.8 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น 2-29
	2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2-30
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย
	3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3-1
	3.2 ประชากรและตัวอย่าง 3-2
	3.3 สถิติทดสอบ 3-2
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	4.1 ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ 4-1
	4.2 ผลการวิเคราะห์ในด้านผลการดำเนินงานขององค์กร 4-4
	4.3 ผลการวิเคราะห์ในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน 4-8
บทที่ 5	สรุปผลงานวิจัย
	5.1 ผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูล 5-1
	5.2 ข้อเสนอแนะ 5-2
บรรณานุกรม	บ-1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1	กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์	2-24
ตารางที่ 2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	2-30
ตารางที่ 3.1	จำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่กำหนดตามแผนการสุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่เก็บ ได้จริง จำแนกตามจังหวัด	3-2
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบจำแนกตามข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ	4-2
ตารางที่ 4.2	ตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ	4-4
ตารางที่ 4.3	ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ	4-5
ตารางที่ 4.4	ตัวแบบด้านการเงิน / ความสามารถทางการแข่งขัน	4-6
ตารางที่ 4.5	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน	4-6
ตารางที่ 4.6	ตัวแบบด้านคุณภาพของงาน	4-7
ตารางที่ 4.7	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านคุณภาพของงาน	4-7
ตารางที่ 4.8	ตัวแบบด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม	4-8
ตารางที่ 4.9	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม	4-8
ตารางที่ 4.10	ตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ	4-9
ตารางที่ 4.11	ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ	4-9
ตารางที่ 4.12	ตัวแบบของผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด	4-10
ตารางที่ 4.13	ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด	4-10
ตารางที่ 4.14	ตัวแบบด้านสภาวะทางกายภาพ	4-11
ตารางที่ 4.15	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านสภาวะทางกายภาพ	4-11
ตารางที่ 4.16	ตัวแบบของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	4-12
ตารางที่ 4.17	ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	4-12
ตารางที่ 4.18	ตัวแบบด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ	4-13
ตารางที่ 4.19	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ	4-13
ตารางที่ 4.20	ตัวแบบด้านสภาวะทางสังคม	4-14
ตารางที่ 4.21	ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านสภาวะทางสังคม	4-14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

	หน้า	
รูปที่ 2.1	องค์ประกอบ โดยรวมของการจัดการ โซ่อุปทาน	2-7
รูปที่ 2.2	เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการ โซ่อุปทาน	2-9
รูปที่ 2.3	องค์ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์	2-11
รูปที่ 2.4	โครงสร้างของ SCOR Model	2-15
รูปที่ 4.1	กราฟค่าตัวเลขเหลือ	4-4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผลของโครงการวิจัย

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลไทยซึ่งได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตที่เน้นทางสายกลางการกระจายความเสี่ยงและความไม่ประมาทสามารถพึ่งตนเองได้ทั้งด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ด้วยการกำหนดให้แต่ละชุมชนหรือตำบลหนึ่งๆมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภทซึ่งได้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น/ทรัพยากรในท้องถิ่นมาปรับใช้ในการผลิตและพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนรวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปวัฒนธรรมของชุมชนแล้วแต่ว่าชุมชนใดจะมีวัตถุดิบในด้านใดเป็นหลักเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้นมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองให้ได้มากที่สุดรวมทั้งเป็นการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดสากลมีความรุนแรงมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ออกใหม่มีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลงในขณะที่ลูกค้ามีความคาดหวังสูงขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนผลักดันให้องค์กรธุรกิจต้องลงทุนและหันมาใส่ใจกับโซ่อุปทานของตน และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการขนส่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโซ่อุปทานและเทคนิคการจัดการโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่องโซ่อุปทานโดยทั่วไปนั้นจะเริ่มจากการจัดหาวัตถุดิบต่างๆ มาป้อนให้กับโรงงานผลิตในโรงงานแห่งเดียวหรือหลายแห่งเมื่อผลิตเสร็จก็นำไปจัดเก็บในคลังสินค้าเพื่อรอการกระจายให้กับร้านค้าปลีกหรือลูกค้าต่อไป ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์โซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพในการลดต้นทุนและปรับปรุงระดับการให้บริการ จะต้องคำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่ภายในโซ่อุปทาน โดยที่โซ่อุปทานหรือเรียกอีกอย่างว่าเครือข่ายโลจิสติกส์ (Logistics Network) นั้น ประกอบไปด้วย ผู้จัดส่งสินค้าหรือผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ศูนย์การผลิต (Manufacturing Centers) คลังสินค้า (Warehouses) ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) และร้านค้าปลีก (Retail Outlets) ซึ่งจะมีการไหลเวียน (Flow) ของวัตถุดิบสินค้าระหว่างการผลิต (Work in Process) และสินค้าสำเร็จรูป ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในโซ่อุปทาน ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับการเชื่อมประสานการดำเนินงานธุรกิจตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานให้เป็นเอกภาพจะส่งผลให้สมาชิกในโซ่อุปทานได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นทุกคน ดังนั้นผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องมีการพัฒนาการดำเนินงานของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย จึงจะสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในระดับสากล ทั้งนี้การพัฒนาการดำเนินงานในด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานนับเป็นกลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEsและกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนและท้องถิ่นเพราะการดำเนินงานธุรกิจที่มีการจัดการด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ทั้งยังดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วภายใต้ต้นทุนที่ต่ำ อันจะนำมาซึ่งผลกำไรที่ดีต่อมา

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบประเมินตนเองและสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถตรวจประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของตนเองได้
2. เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน และสำรวจปัญหาจากการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนและท้องถิ่น ในพื้นที่ปริมณฑลเท่านั้น

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของโครงการวิจัย

1. ผู้ประกอบการสามารถประเมินศักยภาพ การดำเนินงานของตนเองได้
2. ทราบถึงปัญหาจากการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน” ผู้วิจัยได้สำรวจทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการสนับสนุนผลการวิจัย และนำไปใช้ประโยชน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 นิยามการจัดการ โลจิสติกส์และการจัดการ โซ่อุปทาน
- 2.2 กระบวนการจัดการ โลจิสติกส์และการจัดการ โซ่อุปทาน
- 2.3 การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน
- 2.5 แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการ โซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ต้นแบบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และผู้ประกอบการ
- 2.7 ตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- 2.8 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 นิยามการจัดการโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน

นิยาม โลจิสติกส์ทางธุรกิจ โลจิสติกส์ หมายถึง โครงสร้างการวางแผนทางธุรกิจ สำหรับการบริหารจัดการกับวัตถุดิบ การบริการการไหลของข้อมูลและเงินทุน ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่มีความซับซ้อน การติดต่อสื่อสาร และกระบวนการควบคุมให้ตรงกับความต้องการ ในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน

นิยาม โลจิสติกส์ทางการทหาร โลจิสติกส์ หมายถึง ศาสตร์ในการวางแผนและการจัดการ เคลื่อนย้ายและบำรุงรักษากองกำลัง ซึ่งประกอบด้วย การออกแบบ การพัฒนา การเก็บรักษา การเคลื่อนย้าย การกระจาย การบำรุงรักษา การขนถ่าย การควบคุมทางวัตถุ และการให้สวัสดิการด้านสุขภาพแก่บุคลากร การก่อสร้าง การบำรุงรักษาการดำเนินงานและการควบคุมสิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมถึงการให้บริการต่างๆ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ม.ป.ป.)

นิยามโลจิสติกส์จาก The Council of Logistics Management : CLM โลจิสติกส์ หมายถึง

“Logistics Management is that part of Supply Chain Management that plans, implements, and controls the เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

efficient, effective forward and reverse flow and storage of goods, services and related information between the point of origin and the point of consumption in order to meet customer's requirement”(http://www.clm1.org:ออนไลน์)

นิยามโลจิสติกส์จากThe Chartered Institute of Logistics and Transport : CILTกล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึงการจัดวางตำแหน่งของทรัพยากร โดยสัมพันธ์กับเวลา หรือการบริหารทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างถูกเวลาและถูกสถานที่ หรือการจัดการเชิงกลยุทธ์ของโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นอนุกรมของเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยกิจกรรมของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน รวมถึงการจัดซื้อ การจัดหา การผลิตและการกระจายสินค้า การกำจัดของเสีย รวมถึงการขนส่ง การจัดเก็บ และเทคโนโลยีสารสนเทศ การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์เป็นสิ่งจำเป็นต่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน การขนส่งเป็นส่วนของการบูรณาการ หรือการประสานรวมของโซ่อุปทาน โดยพิจารณาเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน และระหว่างกระบวนการต่างๆ ด้วย (http://www.thapana.net : ออนไลน์)

จากนิยามโลจิสติกส์ที่ได้กล่าวข้างต้น นิยามที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดมาจาก The Council of Logistics Management : CLM ซึ่งเป็นองค์กรทางด้านวิชาชีพโลจิสติกส์ของสหรัฐอเมริกา กล่าวว่าไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารระบบโซ่อุปทาน กล่าวคือ โลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการระบบภายในองค์กร ขณะที่การบริหารโซ่อุปทานเป็นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ซึ่งหัวใจสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์คือ “ระบบ” โดยต้องมีการวางแผนการนำกิจกรรมต่างๆ ไปปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ และที่สำคัญคือ ระบบต้องสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ การจัดการโลจิสติกส์ต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถควบคุมและลดต้นทุนต่างๆ ได้ ในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลในระบบจะมีการไหลทั้งไปและกลับ เช่น เมื่อมีการขายสินค้าจะต้องมีระบบที่สามารถรองรับกับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนมาเพื่อซ่อมแซมหรือทำลาย จึงจะทำให้กระบวนการไหลของระบบเป็นไปอย่างสมบูรณ์ การกำหนดขอบเขตของการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการภายในองค์กร กิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นขององค์กร เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆ ส่วนกิจกรรมที่สิ้นสุดตามหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดจำหน่าย เป็นต้น (ฐาปนา บุญหล้า, 2549)

โซ่อุปทาน หรือเครือข่ายผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supply Chain) จะประกอบไปด้วยทุกๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่ผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่ยังรวมถึงส่วนของผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลาง และลูกค้า

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) คือ การออกแบบ การวางแผนปฏิบัติการ การควบคุมติดตามกิจกรรมในโซ่อุปทาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่า ในการแข่งขัน และยกระดับงานสากล การปรับรูปทาบให้สอดคล้องกับอุปสงค์และการจัดการปฏิบัติงาน (สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรม สนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 กระบวนการจัดการโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน

ในช่วงปี 1980s คำว่า “การจัดการโซ่อุปทาน” ถูกสร้างและพัฒนาขึ้น เพื่อสนองต่อความต้องการในการสนธิกระบวนการหลักทางธุรกิจเข้าด้วยกัน จากผู้บริโภครายสุดท้ายย้อนไปจนถึงผู้จัดหาต้นน้ำ (ผู้จัดหาแรกสุด) จากผู้จัดหาต้นน้ำที่จัดหาสินค้าบริการ และข้อมูลมาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในบริษัท แนวคิดพื้นฐานของการจัดการโซ่อุปทานคือการที่บริษัททั้งหลายในโซ่อุปทานเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงความผันผวนของตลาดและกำลังในการผลิตของบริษัทในโซ่อุปทานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ทุกบริษัทก็จะสามารถช่วยหรือมองหาความช่วยเหลือ เพื่อที่จะให้โซ่อุปทานทั้งระบบเข้าถึงข้อมูลคุณภาพได้ โดยไม่ต้องพึ่งพิงการคาดเดาความต้องการของตลาดในพื้นที่ อันอาจจะทำให้เกิดปรากฏการณ์เส้มน้ำได้ ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนงานที่ดีขึ้นทั้งในการผลิตและจัดจำหน่าย อันจะทำให้เกิดการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และผลิตสินค้าที่ดึงดูดตลาดมากกว่าเดิม ซึ่งสุดท้ายจะทำให้ได้ยอดขายที่สูงขึ้น และบริษัทในโซ่นั้นจะได้ผลประโยชน์ที่ดีขึ้นกว่าเดิมความร่วมมือในโซ่อุปทานอย่างสมบูรณ์ ก่อให้เกิดการแข่งขันในมิติใหม่ในตลาดโลก การแข่งขันในปัจจุบันได้เปลี่ยนจากการแข่งขันในรูปแบบบริษัทต่อบริษัท มาเป็นโซ่อุปทานต่อโซ่อุปทานแทน เป้าหมายพื้นฐานของการจัดการโซ่อุปทานคือการเติมเต็มความต้องการของลูกค้าโดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งรวมไปถึงกำลังในการกระจายสินค้า วัสดุคงคลังและแรงงาน โดยทฤษฎีโซ่อุปทานมีความมุ่งหมายที่จะสนองความต้องการของตลาด และใช้วัสดุคงคลังให้น้อยที่สุด ส่วนประกอบของการสร้างจุดศูนย์กลางของโซ่อุปทานนั้นหลากหลาย ประกอบด้วยความร่วมมือระหว่างบริษัทเพื่อกำจัดคอขวดการจัดการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างจุดสมดุลระหว่างราคาวัสดุค่าสุดท้ายกับการขนส่งการนำเทคนิค Just in Time เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อทำให้เกิดจุดศูนย์กลางของการผลิตรักษาจุดเหมาะสมในการตั้งโรงงานและคลังวัสดุ เพื่อการบริการลูกค้าและการใช้การวางตำแหน่งการวิเคราะห์เส้นทางขนส่งการโปรแกรมไดนามิกและการสร้างคุณภาพในระบบ โลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของฝั่งจัดจ่ายเป็นที่สับสนกันมากถึงความแตกต่างระหว่างโลจิสติกส์กับโซ่อุปทาน คำว่าโลจิสติกส์นี้หมายถึงกิจกรรมภายในบริษัท/องค์กรหนึ่งๆ เพื่อการกระจายสินค้า ในขณะที่โซ่อุปทานครอบคลุมไปถึงการผลิตและการส่งคำสั่งซื้อ ดังนั้นโซ่อุปทานจะมีขอบข่ายกว้างกว่าโลจิสติกส์ และครอบคลุมหลายบริษัท รวมทั้งผู้จัดหาผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก เพื่อทำงานร่วมกัน มุ่งหาเป้าหมายเดียวกันคือทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

นับแต่ปี 1990s เป็นต้นมา หลายบริษัทเริ่มหันมาใช้บริการบริษัทอื่นเพื่อจัดการขนส่งสินค้าให้ โดยเรียกบริษัทขนส่งเอาท์ซอร์ซเหล่านี้ว่า ผู้ให้บริการขนส่งที่สาม นอกจากนี้ หลายบริษัทยังใช้บริการบริษัทอื่นมาผลิตชิ้นส่วนให้ตนอีกด้วย

อย่างไรก็ตามในโซ่อุปทานของแต่ละบริษัทไม่จำเป็นต้องมีส่วนประกอบเหล่านี้ทุกตัวก็ได้ ตัวอย่างเช่น เกล็ดคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัท แล้วบริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิตจะผลิตและจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงเลยโดยไม่ผ่านมือผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้าหรือผู้ค้าปลีก

SCOR-Model (Supply Chain Operations Reference) ถูกพัฒนาโดยสภาโซ่อุปทาน ใช้ในการวัดสมรรถนะของโซ่อุปทานทั้งระบบ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้ในการอ้างอิงในการบริหารโซ่อุปทาน ครอบคลุมไปถึง ผู้จัดหาวัตถุดิบของผู้จัดหาวัตถุดิบ และลูกค้าของลูกค้า ซึ่งรวมไปถึงสมรรถนะในการขนส่ง และการเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เต็มคำสั่งซื้อความหลากหลายของสินค้าการประกันคุณภาพ และค่าใช้จ่ายในการรับของคืน (สินค้าไม่ได้คุณภาพ) วัสดุคงคลังและเงินหมุนเวียนและปัจจัยอื่นๆ ในการวัดคุณภาพ โดยรวมของระบบ โซ่อุปทาน

โกลบอล ซัพพลายเชน ฟอรัม (Global Supply Chain Forum, GSCF) แนะนำถึงรูปแบบอื่นของการจัดการ โซ่อุปทาน กรอบของงานถูกสร้างขึ้นจาก 8 กระบวนการสำคัญทางธุรกิจ ที่มีทั้งการข้ามหน่วยงาน (Cross-Functional) และข้ามบริษัท (Cross-Firm) กระบวนการจะถูกจัดการ โดยทีมงานที่มาจากหลายสาขาความรู้ โดยเป็นตัวแทนจากฝ่ายการผลิตการเงินการตลาดจัดซื้อฝ่ายวิจัย และ โลจิสติกส์ โดยแต่ละกระบวนการจะต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าและผู้จัดหาคนสำคัญการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) การจัดการผู้จัดส่งสัมพันธ์ (Supplier Relationship Management) เพื่อสร้างการเชื่อมโยงหลักในโซ่อุปทาน

2.2.1 การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management)

การจัดการ โลจิสติกส์ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ โซ่อุปทาน รวมถึงแต่กระบวนการวางแผน การดำเนินการ การควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผล การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้า การบริการ และสารสนเทศจากจุดเริ่มต้น ไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (The Council of Logistics Management, CLM) โดยสามารถอธิบายกิจกรรมโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นกิจกรรมสนับสนุนการทำงานภายในองค์กร เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในเชื่อมโยงเข้าหากัน รวมถึงการเชื่อมโยงภายนอกองค์กรทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน กิจกรรมด้านโลจิสติกส์สามารถแบ่งออกเป็น 13 กิจกรรม ดังนี้ (Lambert และคณะ, 2003)

1. การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications) ข้อมูลจากการติดต่อสื่อสารเรียกได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการทางธุรกิจ ทำให้เกิดกระบวนการทางโลจิสติกส์ การสื่อสารภายนอกองค์กร คือ การสื่อสารกับลูกค้าหรือกับผู้จัดหาวัตถุดิบเท่านั้นที่องค์กรให้ความสำคัญ และการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรก็มีผลต่อประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดต้นทุนขึ้นได้ เช่น การรับข้อมูลและส่งต่อข้อมูลที่ผิดพลาด ทำให้ฝ่ายผลิตหรือจัดส่งนำส่งสินค้าผิดรายการหรือผิดจำนวน มีผลต่อระดับการให้บริการหรือความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นการติดต่อสื่อสารที่ดีส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะทำให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่องเกิดการเชื่อมโยงและการไหลของข้อมูล ส่งผลให้กระบวนการเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การบริการลูกค้า (Customer Service) การบริการลูกค้าเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า กิจกรรมนี้ครอบคลุมตั้งแต่การนำส่งสินค้าที่ถูกต้อง ถูกจำนวน ถูกสถานที่ ถูกเวลา ตรงตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ทั้งนี้ประสิทธิภาพในการให้บริการจะมากหรือน้อยนั้น ต้องขึ้นอยู่กับกิจกรรมโลจิสติกส์อื่นประกอบด้วย เช่น กิจกรรมการขนส่ง หากล่าช้าก็จะส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าลดลง เป็นต้น

3. กระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing) กระบวนการในการจัดการคำสั่งซื้อ ครอบคลุมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง รวมถึงรายละเอียด

เกี่ยวกับลูกค้า กิจกรรมนี้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างองค์กรกับลูกค้า ดังนั้นจะมีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ง่าย จึงควรใช้เวลาในกระบวนการนี้ให้สั้นและหลีกเลี่ยงความผิดพลาดให้ ได้มากที่สุด

4. การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) เป็นการพยากรณ์ความต้องการในตัว ของสินค้าหรือบริการของลูกค้า นับว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการสร้างผลกำไรหรือทำให้องค์กรขาดทุน ได้ การพยากรณ์ความต้องการช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน กล่าวคือ สามารถวางแผน ความต้องการใช้ทรัพยากรในแต่ละกระบวนการได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ปริมาณการจัดเก็บสินค้าคงคลัง เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การจัดซื้อ (Procurement) การจัดซื้อเป็นกิจกรรมในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อจัดซื้อสินค้า และวัตถุดิบนั้นๆ รวมไปถึงการบริหารอุปทาน โดยรวม ตั้งแต่การคัดเลือกผู้ขาย การเจรจาต่อรองราคาหรือ เงื่อนไข ปริมาณในการสั่งซื้อ และการประเมินคุณภาพของผู้ขายสินค้าและวัตถุดิบนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กร ได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการไปใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรตามส่วนงานต่างๆ ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด ทั้งในตัวสินค้าหรือวัตถุดิบเอง และกระบวนการจัดซื้อ

6. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) การบริหารสินค้าคงคลังเป็นกิจกรรม หนึ่งที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของส่วนงานอื่น รวมถึงมีผลต่อกำไรขาดทุนขององค์กร เช่น หาก ระดับสินค้าคงคลังสูงทำให้ต้นทุนในการจัดเก็บดูแลเพิ่มขึ้น หากสินค้าที่เก็บล้าสมัยก็ก่อให้เกิดต้นทุนเพิ่มมากขึ้น อีก ในแง่ผลกระทบต่อส่วนงานอื่น เช่น หากมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่น้อย ต้นทุนในการจัดเก็บดูแลก็จะต่ำ แต่ องค์กรอาจพบว่าต้นทุนในการขนส่งเพิ่มมากขึ้นก็เป็นได้ เพราะปริมาณการจัดเก็บที่น้อย ทำให้ความถี่ในการ ขนส่งสูงขึ้น ทั้งนี้ต้องพิจารณาประกอบกัน ไปอยู่เสมอ

7. การบริหารการขนส่ง (Transportation Management) การบริหารการขนส่ง หมายถึง การ เคลื่อน ย้ายวัตถุดิบหรือสินค้า ตั้งแต่จุดเริ่มต้น ไปยังจุดที่มีการบริโภค หรือการส่งคืนสินค้าที่ผิดปกติกลับมายัง คลังสินค้า รวมถึงการขนย้ายสินค้าเพื่อนำไปยังจุดที่จะทำลาย ทำให้องค์กรต้องคำนึงถึงรูปแบบลักษณะการเลือก วิธีการขนส่งประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า รวมถึงเส้นทางในการขนส่งอีกด้วย เช่น ทางอากาศ ทางน้ำ ทางรถไฟ ทางท่อ ทางรถยนต์ เป็นต้น เพื่อให้ถูกต้องตามกฎระเบียบของภูมิภาคนั้นๆ และเป็นการสร้างความ มั่นใจให้กับลูกค้า องค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดส่งให้ถูกสถานที่ ถูกเวลา ในสภาพที่สมบูรณ์ รวมทั้งการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

8. การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ (Warehousing/Storage) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใน คลังสินค้าตั้งแต่กระบวนการในการวาง โครงสร้างคลังสินค้า การออกแบบและจัดวาง การจัดการพื้นที่ภายใน คลังสินค้า ระดับสินค้าคงคลัง รวมถึงการดูแลรักษาอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมภายใน คลังสินค้าเพื่อให้การจัดการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด

9. โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เป็นกระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน ไม่ ว่าจะด้วยเหตุผลที่ว่าสินค้าเสียหายหรือหมดอายุการใช้งาน เรียกได้ว่าองค์กรมีความจำเป็นในการวางแผน นโยบายที่จะ

รองรับสินค้าที่ถูกส่งคืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดต้นทุนน้อยที่สุด บางครั้งสินค้าเหล่านี้อาจนำกลับมา เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สร้างประโยชน์โดยการนำผ่านกระบวนการหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งจะช่วยในเรื่องของต้นทุนได้เป็นอย่างดี

10. การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วน (Parts/Services Support) เป็นส่วนหนึ่งของการบริการหลังการขาย โดยมีการจัดหาชิ้นส่วน อะไหล่ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ในกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดไม่ว่าจะเป็นเพราะจากความบกพร่องของกระบวนการผลิต หรือจากการใช้งานของลูกค้าเองก็ตาม เพื่อเป็นการรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้ และรักษาลูกค้าให้คงอยู่กับองค์กรในระยะยาว ดังนั้นองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์การจัดการในส่วนนี้

11. การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant/Warehouse Site Selection) เป็นกิจกรรมการเลือกที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้าที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงและระยะทางการขนส่ง ให้เพิ่มระดับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

12. การยกขนวัสดุ (Material Handling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบสินค้านำระหว่างผลิตและสินค้าสำเร็จรูปภายใน โรงงานหรือคลังสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดระยะทางการเคลื่อนย้าย จำนวนครั้งในการเคลื่อนย้าย รวมถึงปริมาณของวัตถุดิบที่เคลื่อนย้าย เพื่อให้มีต้นทุนในการจัดการที่ต่ำที่สุด เพราะการเคลื่อนย้ายทุกครั้งก่อให้เกิดต้นทุนกับองค์กรทั้งสิ้น

13. การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ (Packaging/Packing) วัตถุประสงค์ของการบรรจุภัณฑ์และหีบห่อตามหลักการตลาดมีไว้เพื่อเป็นการบ่งบอรายละเอียดของสินค้า และสร้างการรับรู้ในตัวสินค้า ด้าน โลจิสติกส์ บรรจุภัณฑ์และหีบห่อนั้นมีไว้เพื่อป้องกันตัวสินค้าจากความเสียหาย และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อนั้นต้องมีความเหมาะสมกับอุปกรณ์การขนย้ายและคลังสินค้าด้วย

2.2.2 การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

โซ่อุปทานหรือ Supply Chain หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้เกิดความมีประสิทธิภาพในด้านการผลิต และการจัดส่งสินค้า หรือบริการ จากผู้ผลิตสินค้า ถึงผู้ซื้อ หรือลูกค้า โดยจะเน้นที่การทำให้กิจกรรมการสั่งซื้อวัตถุดิบ และส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างรวดเร็วและประหยัดที่สุด

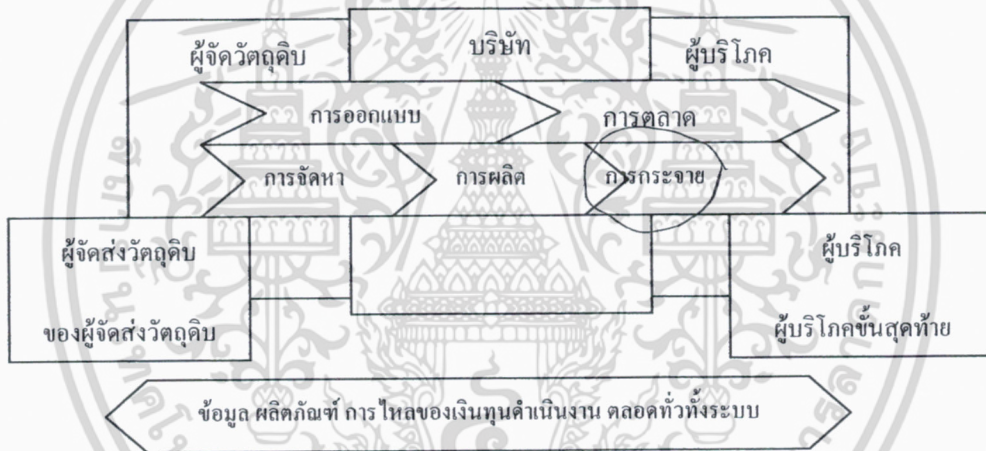
ในอดีต ผู้ผลิตจะเป็นตัวจักรสำคัญในโซ่อุปทาน เพราะเป็นผู้ควบคุมปริมาณการผลิต และการจัดจำหน่าย แต่ปัจจุบัน ลูกค้า มีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการแทบจะไม่แตกต่างกัน ดังนั้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เป็นที่ไปด้วยความพึงพอใจสูงสุด จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งบริษัทที่ตระหนักถึงความสำคัญ และเรียนรู้การจัดการกับโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน

โดยทั่วไปนั้น โซ่อุปทานจะเริ่มจากการจัดหาวัตถุดิบมาป้อนให้กับ โรงงานผลิตในโรงงานแห่งเดียวหรือหลายแห่ง เมื่อผลิตเสร็จก็นำไปจัดเก็บในคลังสินค้าเพื่อรอการกระจายให้กับร้านค้าปลีกหรือลูกค้าต่อไป ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์โซ่อุปทานที่มีประสิทธิผลในการลดต้นทุนและปรับปรุงระดับการให้บริการ จะต้อง

คำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆที่อยู่ในโซ่อุปทาน โดยที่โซ่อุปทานหรือเรียกว่าเครือข่ายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่นิยามให้เกินไปโซ่อุปทานด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลจิสติกส์ (Logistics Network) นั้น ประกอบไปด้วย ผู้จัดส่งสินค้าหรือผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ศูนย์การผลิต (Manufacturing Centers) คลังสินค้า (Warehouses) ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) และร้านค้าปลีก (Retail Outlets) ซึ่งจะมีการไหลเวียน (Flow) ของวัตถุดิบสินค้าระหว่างการผลิต (Work in Process) และสินค้าสำเร็จรูป ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทานหรือ Supply Chain Management (SCM) เป็นวิธีการที่บูรณาการ (Integrate) หน่วยงานต่าง ๆ ตั้งแต่ ผู้จัดส่งสินค้าหรือวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้ผลิต คลังสินค้า และร้านค้า เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การผลิตและกระจายสินค้าดำเนินไปอย่างถูกต้องในแง่ของปริมาณ (Right Quantities) สถานที่ (Right Place) และเวลา (Right Time) โดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของทั้งระบบให้ต่ำที่สุด และยังคงสามารถตอบสนองต่อระดับบริการที่ลูกค้าต้องการซึ่งองค์ประกอบโดยรวมของการจัดการโซ่อุปทานแสดงดังรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 องค์ประกอบโดยรวมของการจัดการโซ่อุปทาน

ที่มา: วิทยา สุหฤตดำรง, 2546

เป้าหมายของการจัดการโซ่อุปทาน คือ การบริหารการเคลื่อนที่ของทรัพยากรและวัตถุดิบผ่านกระบวนการเพิ่มคุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการดำเนินงานที่ประสานกันเพื่อที่จะดำเนินกิจกรรมการจัดการด้านการเคลื่อนที่ของวัตถุ ให้เกิดความถูกต้องเหมาะสมในด้านเวลาและสถานที่ อันเป็นกระบวนการที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในแต่ละขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนผ่านไป โดยมีต้นทุนการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ โดยรวมอย่างเหมาะสมซึ่งการดำเนินงานที่จะสามารถบรรลุสู่เป้าหมายโดยรวมเช่นนี้ได้จะต้องอาศัยการดำเนินงานที่สอดคล้องประสานกัน ในระดับการดำเนินงานระหว่างองค์กรให้มีเป้าหมายการดำเนินงานที่สอดคล้องและมีทิศทางเดียวกัน และอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกันทั่วถึงในทุก ๆ ฝ่ายของโซ่อุปทาน ทั้งนี้ต้องอาศัยปรัชญาการดำเนินงานและการตัดสินใจในการดำเนินงานด้วยแนวคิดแบบ Win – Win คือการตัดสินใจดำเนินงานใด ๆ จะต้องคำนึงถึงการได้รับประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันในแต่ละองค์ประกอบของโซ่อุปทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และสงวนไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทานอยู่ที่การติดต่อสื่อสารที่สามารถนำมาปฏิบัติได้ โดยการสื่อสารส่งผ่านข้อมูลการดำเนินงาน และการเคลื่อนที่ของวัตถุดิบระหว่างส่วนต่าง ๆ ของโซ่อุปทาน โดยอาศัยการวางระบบฐานข้อมูลที่ดีระหว่างองค์กร ที่สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนได้อย่างทันทีทันใด (Real-Time) ถูกต้องชัดเจน และมีการดำเนินงานที่สอดคล้องประสานกัน โดยอาศัยแผนการดำเนินงานที่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์โดยรวมของโซ่อุปทานให้เป็นหนึ่งเดียวกันซึ่งสิ่งที่จะเป็นตัวเชื่อมต่อองค์กรประกอบต่าง ๆ ในโซ่อุปทานคือสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Business Relationship) ซึ่งจะเห็นได้ว่าภายในโซ่อุปทานจะประกอบไปด้วยองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่ต้องดำเนินงานระหว่างกันทั้งในด้านต้นน้ำ (Upstream) และปลายน้ำ (Downstream) การที่แต่ละองค์กรในโซ่อุปทานมีสายสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีต่อกัน จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างการดำเนินงานตามปรัชญาของโซ่อุปทาน และถ้าสายสัมพันธ์นั้นได้พัฒนาไปสู่ขั้นที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) ก็จะทำให้การดำเนินงานภายในโซ่อุปทานเป็นผลในทางปฏิบัติมากขึ้น

ทั้งนี้การดำเนินงานภายใต้โซ่อุปทาน จะพิจารณาถึงผลการดำเนินงานในระยะยาวของธุรกิจที่จะเกิดประโยชน์ร่วมกันต่อทุกฝ่าย ดังนั้นควรให้ความสำคัญต่อสายสัมพันธ์ทางธุรกิจและพันธมิตรทางธุรกิจ ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติที่เคยมีต่อผู้จัดส่งวัตถุดิบหรือผู้กระจายสินค้าใหม่ จากเดิมที่มีการดำเนินงานติดต่อระหว่างผู้จัดส่งวัตถุดิบ หรือผู้กระจายสินค้าในฐานะบริษัทคู่ค้าต่อกัน โดยมีการประสานงานแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือดำเนินการวางแผนต่อกันอย่างผิวเผิน โดยเฉพาะกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ ซึ่งอาจจะไม่เคยพิจารณาว่าแท้จริงแล้วผู้จัดส่งวัตถุดิบ คือส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมองถึงสายสัมพันธ์และพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้เกิดการประสานงานที่ใกล้ชิดกันมากขึ้นซึ่งจะส่งผลในด้านการบริหารระบบการผลิตที่ดีขึ้น สามารถลดปริมาณสินค้าคงคลังโดยรวมของระบบได้ อันจะก่อให้เกิดการลดปริมาณเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และยังส่งผลไปสู่การลดต้นทุนการผลิตและการลดราคาสินค้าที่ผลิตทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบด้านราคาในการแข่งขันในตลาดได้

ในปัจจุบันสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานมีการปรับเปลี่ยน และมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือกล่าวได้ว่าเป็นสภาพแวดล้อมธุรกิจที่มีพลวัต (Dynamic Environment) ดังนั้นองค์กรธุรกิจ จึงต้องมีความสามารถในการบริหารงานและดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจในปัจจุบันต่างก็พึ่งพาอาศัยของธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งกันและกันมากขึ้น เนื่องจากจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนทั้งในด้านทรัพย์สินบุคคลากร หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่อาจเกิดความเสื่อมล้ำสมัยทันที หากเกิดความเปลี่ยนแปลงไปสู่สภาวะแวดล้อมของธุรกิจ เช่น ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป หรือการเกิดเทคโนโลยีทดแทนใหม่ ทำให้ปริมาณความต้องการในผลิตภัณฑ์หรือบริการลดจำนวนลง และเกิดความสูญเสียต่อการดำเนินงานการผลิตขององค์กรได้ เป็นต้น และจากการที่องค์กรธุรกิจเกิดความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกัน ทำให้แนวทางการบริหารงานต้องอาศัยปรัชญาการจัดการโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นปรัชญาการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของระบบธุรกิจการผลิต

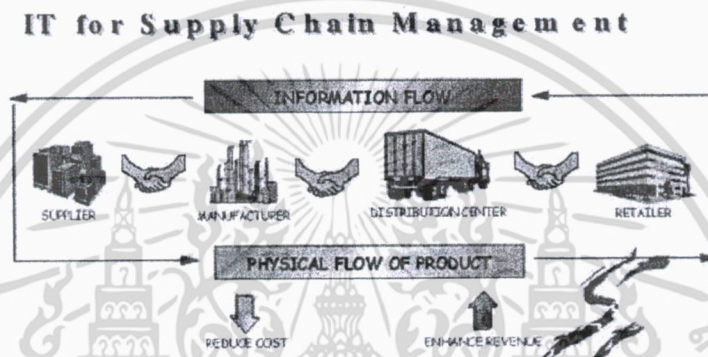
ดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ประสิทธิภาพของโซ่อุปทานกับความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจุบันปัจจัยที่ทำให้องค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม สามารถบรรลุชัยชนะ ในการแข่งขันนั้น ไม่เพียงแต่ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการของลูกค้าเท่านั้น อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็คือ ความรวดเร็วในการ นำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ตลาด (Time to Market) อันจะทำให้องค์กรสามารถสร้างโอกาสในการขายได้ก่อนคู่แข่งรายอื่น และเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อองค์กรได้

เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการโซ่อุปทาน



รูปที่ 2.2 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการโซ่อุปทาน

ที่มา : <http://www.regelearning.payap.ac.th>

ทั้งนี้การที่องค์กรจะเกิดความสามารถในการแข่งขันเช่นนี้ได้ จะต้องมีความสามารถในการจัดการกระบวนการแกนหลัก (Core Process) ของการดำเนินงานในระบบอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเชิงต้นทุนเหนือคู่แข่ง กระบวนการแกนหลักดังกล่าวจะประกอบด้วยกระบวนการสำคัญ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผู้จัดส่งวัตถุดิบ การจัดการด้านคำสั่งซื้อ และการบริหารลูกค้าในการจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ จะต้องพยายามเชื่อมโยงองค์ประกอบของแต่ละกระบวนการให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน ซึ่งระบบการบริหารข้อมูลสารสนเทศ จะมีบทบาทเข้ามาในส่วนนี้ในการที่จะทำให้เกิดความสามารถในการสอดคล้องการดำเนินงานของโซ่อุปทานอย่างทั่วถึง (Visibility Throughout the Pipeline) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ จะเป็นกระบวนการที่สำคัญและจะขับเคลื่อนการดำเนินงานของโซ่อุปทานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ในกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อจะประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ คือ

- การรับคำสั่งซื้อ (Order Entry)
- การจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management)
- การสั่งผลิตและการจัดส่ง (Factory Order / Shipment Processing)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โซ่คุณค่า

โซ่คุณค่า (Value Chain) คือ ขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกัน เพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์ เพื่อนำส่งต่อไปให้ลูกค้าซึ่งมีจุดเด่นในแง่ของเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และวิศวกรรม ซึ่งมีบทบาทในการสร้างประโยชน์ให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้นกระบวนการเพิ่มคุณค่าจะต้องใช้เทคนิคและกระบวนการที่แปรสภาพ (Transformation) จากสิ่งหนึ่ง ไปยังอีกสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเช่น ในกระบวนการผลิตอาหารแปรรูปจากโคเนื้อ กระบวนการก็จะเริ่มต้นตั้งแต่การสร้างแนวคิดของสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การเลือกและสั่งวัตถุดิบมาผลิต จากนั้นดำเนินการผลิตออกมาเป็นอาหารแปรรูป เพื่อจัดจำหน่ายไปยังผู้ค้าส่ง และร้านค้าปลีก จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย กระบวนการดังกล่าวนี้เรียกว่า โซ่ของการสร้างมูลค่า หรือ โซ่คุณค่า หรือ Value Chain นั่นเอง

ในโซ่คุณค่าแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการติดต่อประสานงานกัน และมีการเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เมื่อความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป คุณลักษณะหรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์จะต้องเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าซึ่งการเชื่อมโยงกันทั้งกระบวนการในโซ่คุณค่า ก็จะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนขององค์กรลงได้ ปัจจุบันในการค้ายุคใหม่ผู้ประกอบการสามารถบริหาร โซ่คุณค่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มาประยุกต์ใช้ในแต่ละขั้นตอนของการสร้างมูลค่า

3. กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า

กิจกรรมหลักที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า การดำเนินงาน โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และการบริการ ซึ่งแสดงในรูปที่ 2.3

3.1 โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับ การเก็บ และการกระจายเพื่อนำเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดการวัตถุดิบ การควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดการรายการขนส่ง และการส่งคืนผู้จัดส่ง

3.2 การดำเนินงาน (Operations) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสิ่งที้นำเข้าไปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปร่างโดยผ่านเครื่องจักร การบรรจุ การประกอบ การตรวจสอบ เป็นต้น

3.3 โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสะสม การเก็บรักษา การกระจายสินค้าไปสู่ผู้ซื้อ เช่น การคงคลังสินค้าสำเร็จรูป การดำเนินการขนส่ง และกระบวนการสั่งซื้อ เป็นต้น

3.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) คือ ช่องทางของการจัดจำหน่ายและตลาดที่ตั้งของสินค้าเพื่อที่จะให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการมาซื้อ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การลดราคา การให้โควตา การเลือกช่องทางความสัมพันธ์ระหว่างช่องทาง และราคา เป็นต้น

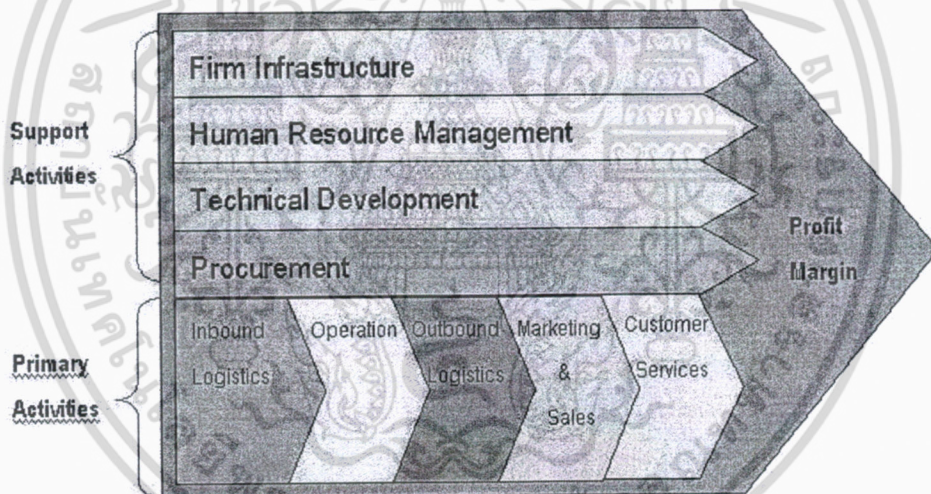
3.5 การบริการ (Service) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้บริการเพื่อสนับสนุนหรือคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การติดตั้ง การซ่อมแซม การฝึกอบรม การจัดส่งชิ้นส่วนและการปรับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้ใดเห็นาเบ้ไขหรือกระเษนดานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ จำเป็นที่ต้องมีความสามารถในการสอดคล้องการดำเนินงานของโซ่อุปทานอย่างทั่วถึงตลอดทั้งโซ่อุปทาน จากปลายหนึ่งไปสู่อีกปลายหนึ่ง (จากผู้จัดส่งวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภค) และการที่มีระบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณสมบัติในระดับ ERP หรือ Enterprise Resource Planning รวมถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาร่วมบริหารจัดการโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันขององค์กร อันเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้สามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อที่จะสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินการจัดการโซ่อุปทานได้ และด้วยการจัดการที่มีประสิทธิภาพและความคล่องตัวของโซ่อุปทานก็จะเป็นปัจจัยที่สร้างความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น

4. กิจกรรมสนับสนุน

กิจกรรมหลักที่สนับสนุนในการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดซื้อจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ โครงสร้างภายในองค์กร ซึ่งแสดงในรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 องค์ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์

ที่มา : <http://www.regelearning.payap.ac.th>

4.1 การจัดซื้อจัดหา (Procurement) หมายถึง หน้าที่ในการจัดซื้อปัจจัยเข้าที่จะใช้ในโซ่อุปทาน ซึ่งรวมถึงวัตถุดิบ ผู้จัดส่ง หรือสิ่งอื่น ๆ ที่นำมาใช้ เช่น เครื่องจักร เครื่องมือเครื่องใช้ในห้องทดลอง สำนักงาน และในอาคาร เป็นต้น

4.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) ในทุกกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า สิ่งสำคัญที่เป็นส่วนเสริมก็คือ เทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็น Know-how ระเบียบปฏิบัติ หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการ ซึ่งการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยถือเป็นข้อได้เปรียบหนึ่งในการ

แข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โลจิสติกส์นอกองค์กร (Outbound Logistics) เป็นประเด็นที่คนส่วนมากจะนึกถึง ถ้ากล่าวถึงเรื่องโลจิสติกส์ เพราะเป็นเรื่องที่รวมถึงการประสานงานระหว่างองค์กร การจัดส่ง การขนส่งการบริหารรถขนส่ง และเส้นทางรถขนส่ง

นอกจากนี้ยังมีส่วนอื่นที่สนับสนุนโลจิสติกส์เช่น ส่วนการทำงานด้านการขาย การตลาด การซ่อมบำรุง และการบริการหลังการขาย เป็นต้น

- **ทักษะด้านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance Skills)** ทักษะด้านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการที่ 2 บริษัทขึ้นไปตกลงที่จะแบ่งปันข้อมูลลงทุนร่วมกัน และปรับปรุงการทำงานต่างๆ ร่วมกันข้อมูลที่พันธมิตรใช้ร่วมกันนั้น ควรจะมีการเปิดเผยและปราศจากความลับระหว่างกัน ข้อมูลดังกล่าวได้แก่ แผนทางธุรกิจ การพยากรณ์ ข้อมูลการขาย ข้อมูลคงคลังและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการไหลของผลิตภัณฑ์จากนั้นในการที่จะพัฒนาไปสู่พันธมิตรทางยุทธศาสตร์มี 3 ขั้นตอนด้วยกันที่ควรคำนึงถึงคือการก่อให้เกิดความเข้าใจในหลักการ การเชื่อมโยงเข้าด้วยกันและการยืนยันความเป็นพันธมิตร

- **ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Skills)** การร้อยละต่างๆของโซ่อุปทานเข้าด้วยกันต้องอาศัยการไหลเวียนของข้อมูลและวัสดุให้เป็นหนึ่งเดียวกันสิ่งหนึ่งที่จะสามารถเชื่อมโยงส่วนต่างๆ นี้เข้าด้วยกันได้ในยุคปัจจุบันก็คือเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศนี้มีส่วนสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรการพัฒนาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ การเชื่อมโยงข้อมูลภายในหรือระหว่างองค์กรเข้าด้วยกันโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ จะทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกิจกรรมในโซ่อุปทานเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งรับทราบสถานภาพและสถานะแวดล้อมของแต่ละฝ่ายในโซ่อุปทานได้อย่างไรก็ตามการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนการจัดการโซ่อุปทานนั้นต้องคำนึงถึงธรรมชาติขององค์กรกระบวนการทางธุรกิจ และที่สำคัญที่สุด คือเงินลงทุน

2.3 การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

2.3.1 ตัวแบบอ้างอิงการปฏิบัติการโซ่อุปทาน (Supply Chain Operations Reference Model: SCOR Model)

ตัวแบบอ้างอิงการปฏิบัติการโซ่อุปทาน (Supply Chain Operations Reference Model) เป็นตัวแบบที่บริษัทชั้นนำทั่วโลกใช้เป็นแบบจำลองอ้างอิง (Process Reference Model) ในการพัฒนาและปรับปรุงโซ่อุปทาน ใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอ วิเคราะห์และจัดโครงสร้างพื้นฐานของโซ่อุปทาน เนื่องจากปัญหาต่างๆ ในโซ่อุปทานมักเป็นปัญหาที่ซับซ้อน การใช้แบบจำลองอ้างอิงจึงถูกใช้อย่างกว้างขวางในหลายธุรกิจอุตสาหกรรม สามารถใช้เป็นกรอบโครงสร้างในการนำเสนอการควบคุม เปรียบเทียบ ออกแบบ และปรับปรุงระบบธุรกิจจริงในช่วงสถานการณ์ที่กำหนด ดังนั้นการใช้ SCOR Model จึงเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญในการจัดการและปรับปรุงโซ่อุปทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ความเป็นมาของ SCOR Model

SCOR Model เกิดขึ้นในปี ค.ศ.1996 โดยการพัฒนาของ Supply Chain Council (SCC) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ไม่หวังผลกำไร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริษัทหรือองค์กรที่สนใจการจัดการโซ่อุปทานและการนำไปปฏิบัติและใช้งาน การพัฒนา SCOR Model นั้นก็เพื่อใช้อธิบายลักษณะการดำเนินงานการจัดการโซ่อุปทาน และแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมทางธุรกิจภายในโซ่อุปทานทั้งหมด จุดมุ่งหมายก็เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ SCOR Model ยังช่วยแก้ปัญหาการขาดภาษามาตรฐาน และกรอบการทำงานที่มีรูปแบบเดียวกัน ในการพัฒนาและปรับปรุงโซ่อุปทาน (วิทยา สุหนุตดำรง, 2546)

องค์ประกอบของ SCOR Model ที่ช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้คือ การกำหนดกระบวนการต่างๆ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับการวัดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในแต่ละกระบวนการรวมทั้งวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดที่รวบรวมเสนอไว้ในแต่ละกระบวนการเพื่อให้องค์กรและผู้ใช้ SCOR Model สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา ตัวแบบมาตรวัดความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ และวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด ได้จากการรวบรวมข้อมูลการใช้ข้อมูลสารสนเทศร่วมกันตลอดจนการระดมสมอง และประสบการณ์จากบรรดาสมาชิกของ SCC ที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในวงการธุรกิจ และอุตสาหกรรมจากทั่วโลกมากกว่า 800 องค์กรผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัย วงการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์ เป็นต้น

โครงสร้างของ SCOR Model แสดงไว้ดังรูปที่ 2.4 ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ส่วน คือการวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ สินค้าและบริการ (Service) การผลิต (Make) การจัดส่ง (Deliver) และการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) ส่วนประกอบเหล่านี้เรียกว่าชนิดของกระบวนการจัดการพื้นฐาน (Process Type) แบบจำลองอ้างอิงการปฏิบัติการโซ่อุปทาน (SCOR Model) สามารถอธิบายได้ในลักษณะการแบ่งเป็นบล็อก (Block) ซึ่งใช้อธิบายความสัมพันธ์ภายในโซ่อุปทานได้ง่ายและชัดเจน SCOR Model สามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันและต่างอุตสาหกรรมกัน โดยสามารถนำ Block มาเชื่อมต่อกันเพื่อแสดงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ ภายใต้แบบจำลองโซ่อุปทานดังกล่าว นอกจากนี้ยังสามารถนำแบบจำลองโซ่อุปทานนี้อธิบายและใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงโซ่อุปทานต่อไปได้ ชนิดของกระบวนการจัดการพื้นฐานประกอบด้วยกิจกรรมใน 3 ลักษณะ คือ การวางแผน (Planning) การดำเนินงาน (Execution) และกระบวนการที่ทำให้เกิดขึ้นหรือโครงสร้างพื้นฐาน (Enable Process หรือ Infrastructure)

การวางแผน (Planning) หมายถึง กระบวนการในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่คาดการณ์ไว้ โดยการวางแผนนั้นจะต้องสามารถทำให้เกิดความสมดุลระหว่างทรัพยากรและความต้องการโดยรวมในช่วงเวลาหนึ่งๆ ได้ รวมทั้งสามารถกระจายทรัพยากรให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละสมาชิกในโซ่อุปทานได้

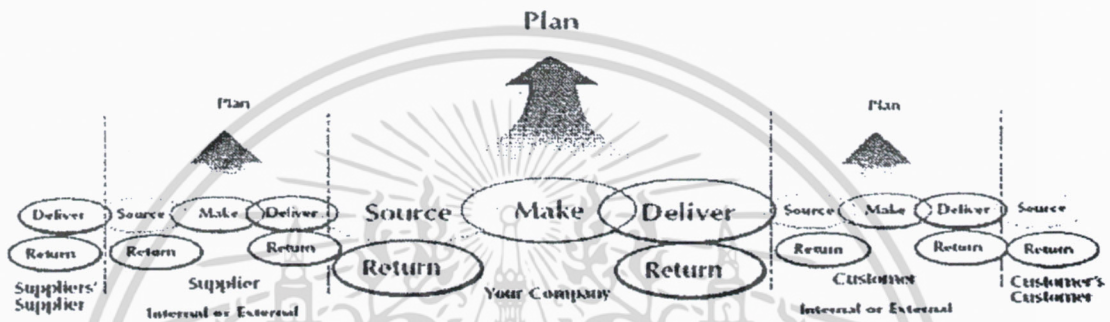
การดำเนินงาน (Execution) หมายถึง กิจกรรมที่จะถูกกระตุ้นหรือสั่งการจากแผน หรือความต้องการที่แท้จริง ซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสถานะของผลิตภัณฑ์ในโซ่อุปทาน รวมถึงการจัดการตารางการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่อนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตและลำดับขั้นตอนในการผลิต การแปรสภาพวัตถุดิบ การบริหารและการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ (Transportation)

กระบวนการที่ทำให้เกิดขึ้นหรือโครงสร้างพื้นฐาน (Enable Process หรือ Infrastructure) หมายถึง กิจกรรมการจัดเตรียมกฎข้อบังคับในการดำเนินงานหรือประกอบธุรกิจและการจัดการข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนและกระบวนการปฏิบัติการ

SCOR is Based on Five Distinct Management Processes



รูปที่ 2.4 โครงสร้างของ SCOR Model

ที่มา: Supply Chain Council, 2004

2.3.3 ขอบเขตของแต่ละชนิดกระบวนการใน SCOR Model

1. ขอบเขตของการวางแผน (Plan) ใน SCOR Model จะครอบคลุมถึงการวางแผนอุปสงค์และอุปทานและการวางแผนของฝ่ายบริการ ได้แก่

1.1 การสร้างสมดุลของทรัพยากรด้วยความต้องการและแผนการจัดตั้ง / การติดต่อสื่อสารต่างๆ สำหรับโซ่อุปทานทั้งหมดรวมทั้งกระบวนการส่งคืน (Return) กระบวนการจัดหา (Source) กระบวนการผลิต (Make) และกระบวนการจัดส่ง (Delivery)

1.2 กฎระเบียบในการจัดการทางธุรกิจ การวัดสมรรถนะโซ่อุปทาน การเก็บข้อมูลระดับสินค้าคงคลัง สินค้ารพท์ทุน การขนส่ง การวางแผนโครงสร้างและความต้องการ และความสอดคล้องกับข้อบังคับต่างๆ ทางธุรกิจ

1.3 การปรับปรุงการวางแผนของหน่วยต่างๆ ภายในโซ่อุปทานให้ไปทิศทางเดียวกันกับการวางแผนการเงินขององค์กร

2. ขอบเขตของกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ (Source) สินค้าและบริการใน SCOR Model ครอบคลุมถึงการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตไว้ล่วงหน้า (Make-to-Stock) ผลิตตามคำสั่ง (Make-to-Order) และผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม (Engineer-to-Order) ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การจัดทำรายการจัดส่ง การรับ การตรวจสอบ และการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการอนุมัติการจ่ายเงินให้กับผู้จัดส่งวัตถุดิบ

2.2 การบ่งชี้และเลือกแหล่งวัตถุดิบเมื่อไม่ได้มีการกำหนดมาก่อน เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม

2.3 การจัดการกฎข้อบังคับทางธุรกิจ การประเมินสมรรถนะของผู้จัดส่งวัตถุดิบและการเก็บรักษาข้อมูล

2.4 การจัดการสินค้าคงคลัง สินค้าทรัพยากร ผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างโครงข่าย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ความต้องการของการนำเข้า/ส่งออกและข้อตกลงของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

3. ขอบเขตของกระบวนการผลิต (Make) ใน SCOR Model จะครอบคลุมถึงการผลิตเพื่อจัดเก็บ ผลิตตามคำสั่ง และผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม ประกอบด้วย

3.1 การจัดทำรายการกิจกรรมการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตและทดสอบ การบรรจุผลิตภัณฑ์ การเก็บผลิตภัณฑ์และการอนุมัติผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดส่ง

3.2 การสรุปผลสุดท้ายทางวิศวกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทการออกแบบทางวิศวกรรมตามคำสั่งซื้อ

3.3 การจัดการเกี่ยวกับกฎระเบียบของโรงงาน สมรรถนะในการผลิต ข้อมูลในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างกระบวนการ (Work in Process) เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกให้การขนส่งเรือข่ายทางการผลิตและการสร้างความสอดคล้องกับกฎข้อบังคับในการผลิต

4. ขอบเขตของการส่งมอบ (Deliver) ใน SCOR Model จะครอบคลุมถึง การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตไว้ล่วงหน้า ผลิตตามคำสั่ง และผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม เริ่มตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อ การจัดการคลังสินค้า การจัดส่งรวม ไปถึงการติดตั้ง ได้แก่

4.1 กระบวนการจัดการกับคำขอจากลูกค้า การจัดเส้นทางจัดส่งรวมถึงการเลือกว่าจะส่งโดยยานพาหนะชนิดใด ขนาดใดจึงจะมีความเหมาะสมและต้นทุนต่ำที่สุด

4.2 การจัดการคลังสินค้าตั้งแต่การรับและจ่ายสินค้า

4.3 การรับหรือรับรองสินค้า ณ สถานที่ของลูกค้า

4.4 การออกไปกำกับภาษีให้ลูกค้า

4.5 การจัดการและกฎของการส่งมอบ เช่น ความสามารถในการส่งมอบการไหลของสารสนเทศ การจัดการสินค้าคงคลัง สินค้าทรัพยากร การขนส่ง วงจรชีวิตของสินค้าและความต้องการนำเข้าหรือส่งออกสินค้า

5. ขอบเขตของการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) ใน SCOR Model จะครอบคลุมถึงการส่งคืนของวัตถุดิบ (กลับไปยังผู้จัดส่ง) และการรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปคืน (มาจากลูกค้า) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีค่านิ

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองและผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 ขั้นตอนการส่งคืนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เริ่มจากการอนุมัติการส่งคืน เช่น การจัดการการส่งคืน การรับ และการยืนยันและการกำจัดผลิตภัณฑ์ที่ชำรุด การส่งผลิตภัณฑ์ทดแทนหรือการคืนเงิน

5.2 ขั้นตอนการคืนผลิตภัณฑ์สิ้นเปลือง (Maintenance Repair และ Operations: MRO) โดยเริ่มจากการอนุมัติการส่งคืน และการจัดการการส่งคืน การกำหนดสถานภาพของผลิตภัณฑ์ การยืนยันผลิตภัณฑ์ และการอนุมัติการส่งคืน

5.3 ขั้นตอนการส่งคืนผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน โดยการเริ่มจากการบ่งชี้สินค้าคงคลังส่วนเกิน การจัดการการจัดส่ง การรับการส่งคืน อนุมัติการรับคืนผลิตภัณฑ์ส่วนเกินจากการจัดหาตรวจสอบผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน การบูรณะทำใหม่ และกำจัดวัสดุคืบหรือผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน

5.4 การจัดการกฎระเบียบในการส่งคืน สมรรถนะของการส่งคืน การเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ส่งคืนคงคลัง สินทรัพย์ทุน การขนส่ง โครงร่างของหน่วยงาน ความต้องการและความสอดคล้องของข้อบังคับ

นอกจากนี้ SCOR Model ยังสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ชนิดของกระบวนการ (Process Type) แบบของกระบวนการ (Process Category) และองค์ประกอบของกระบวนการ (Process Element)

ระดับที่ 1 เป็นระดับบนสุด (Top Level) เรียกว่าชนิดของกระบวนการ (Process Types) ในระดับนี้มีการกำหนดขอบเขตตลอดจนเนื้อหาในการดำเนินงาน โซ่อุปทานบนพื้นฐานของการจัดการ 5 กระบวนการหลัก (Plan Source Make Delivery Return) ตามการสร้างความจำลอง เพื่อตั้งเป้าหมายในการแข่งขันและปรับปรุงประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน

ระดับที่ 2 เรียกว่าแบบของกระบวนการ (Process Categories) ในระดับนี้องค์กรสามารถสร้างแบบจำลองโซ่อุปทานของตนได้ โดยการพิจารณาลักษณะกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจ สภาพแวดล้อมขององค์กร เปรียบเทียบกับแบบจำลอง SCOR Model เช่น กรณีที่การผลิตเป็นแบบผลิตเพื่อจัดเก็บ จะหมายถึงกระบวนการ Make-to-Stock (M1) ส่วนชนิดกระบวนการ Source และ Delivery จะเป็นแบบใดก็จะขึ้นอยู่กับลักษณะดำเนินงานขององค์กรแต่ละองค์กร การปฏิบัติงานใน SCOR Model ระดับที่ 2 มี 3 ประเภท คือ 1) Planning คือ การวางแผนและจัดสรรการใช้ทรัพยากรในองค์กร การวางแผนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน 2) Executing คือ การปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ ของโซ่อุปทานไม่ว่า Source Make หรือ Delivery และ 3) Enable หรือ Infrastructure คือ กระบวนการสนับสนุนการวางแผน และการปฏิบัติงาน ตัวอย่างเช่น ถ้าการปฏิบัติงาน คือ การปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต (Make) การปฏิบัติงาน คือ Plan Make และ Enable Make ตามลำดับ

ระดับที่ 3 เรียกว่าองค์ประกอบของกระบวนการ (Decompose Processes) ประกอบด้วยค่านิยมส่วนประกอบต่างๆ ของกระบวนการย่อยข้อมูลปัจจัยขาเข้า (Input) และปัจจัยขาออก (Output) ในแต่ละกระบวนการย่อย มีตัววัดสมรรถนะของกระบวนการ (Performance Metric) และเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด องค์กรสามารถวัดสมรรถนะและปรับกลยุทธ์ตามวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดได้ตลอดเวลา

โดยทั่วไปนั้นการบริหารจัดการ โซ่อุปทานของธุรกิจต่างๆ ผู้บริหารส่วนใหญ่มักอาศัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ 120341 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตัวในการปฏิบัติงานและการแก้ปัญหาต่างๆ ในแต่ละครั้ง โดยอาจบริหารโซ่อุปทานในแบบที่เหมาะสมไปโดยไม่ตั้งใจ นอกจากนี้ไม่มีการบันทึกถึงความสำเร็จที่ได้รับแล้วยังไม่มีข้อมูลอ้างอิงใดๆ มาสนับสนุนการตัดสินใจการปฏิบัติการและแก้ปัญหาดังกล่าว ซึ่งสามารถใช้เป็นแบบอย่างสำหรับการแก้ปัญหาที่มีความคล้ายคลึงกันในอนาคตได้ อุปสรรคอย่างหนึ่งของการบันทึกข้อมูลคือว่าเป็นการเสียเวลารวมทั้งรูปแบบการบันทึกข้อมูลยังไม่มีความปลอดภัย และมีความเป็นมาตรฐานเพียงพอ นอกจากนี้การนำข้อมูลมาแปรเป็นผลลัพธ์ก็เป็นอีกอุปสรรคหนึ่งที่ผู้บริหารในหลายองค์กรท่านมักมีความเชี่ยวชาญไม่เพียงพอ นอกจากนี้การนำเสนอ SCOR Model มาใช้ก็ยังไม่มีความหมายแพร่หลายและไม่แน่ใจว่าจะเริ่มต้นอย่างไร เนื่องจาก SCOR Model มุ่งเน้นไปที่กระบวนการทำงาน และเครื่องมือในการวัด ตัวแบบมาเพื่อใช้ในการบริหารความเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน ทั้งรูปแบบการเปรียบเทียบและการนำไปใช้ นอกจากนี้การใช้ SCOR Model ยังไม่สามารถทดแทนพัฒนาการความเข้าใจเชิงกลยุทธ์ได้ SCOR Model เป็นเพียงเครื่องมือที่จะทำให้เกิดความมั่นใจในผลที่ต้องการจากการปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์เท่านั้น

ดังนั้นก่อนที่จะนำตัวแบบมาใช้องค์กรจะต้องแจกแจงอย่างชัดเจน และเข้าใจตรงกันระหว่างผู้บริหารขององค์กรว่า พื้นฐานของการแข่งขันขององค์กรคืออะไร หรืออีกนัยหนึ่งคือการปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรต้องมั่นคงและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจขององค์กรโดยรวมและเมื่อสามารถแจกแจงการปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจนแล้วจึงวางกระบวนการย่อยๆ ในโซ่อุปทานให้มีความเกี่ยวเนื่องและสอดคล้องกับกลยุทธ์ดังกล่าวเพื่อพิจารณาตัวแบบที่เหมาะสมต่อธุรกิจต่อไป

การประยุกต์ตัวชี้วัดใน SCOR Model กำหนดไว้หลายเกณฑ์ โดยการวัดสมรรถนะของโซ่อุปทานเริ่มจากระดับภาพรวมจนถึงลงลึกในรายละเอียดของระดับปฏิบัติการ ตัวชี้วัดพื้นฐานในการอธิบายโซ่อุปทานที่ SCOR Model ใช้ในระดับสูงสุดเรียกว่า ตัวชี้วัดสมรรถนะหลัก (Key Performance Indicator : KPI) ได้แก่

1. ตัววัดสมรรถนะในการจัดส่ง (Delivery Performance) ซึ่งสามารถวัดได้ในรูปแบบของวันและเวลาจัดส่งจริงเปรียบเทียบกับวันที่กำหนดถึงลูกค้า ดังนั้นองค์ประกอบของสมรรถนะของการจัดส่งมี 2 อย่างคือ 1) อัตราการเติมเต็มคำสั่งซื้อ (Order Fill Rate) ซึ่งถูกกำหนดด้วยค่าเปอร์เซ็นต์ของคำสั่งซื้อที่จัดส่งจากคลังสินค้าภายใน 24 ชั่วโมง 2) การส่งตรงเวลา (On-time Delivery) ซึ่งจะถูกกำหนดเป็นสัดส่วนของคำสั่งซื้อที่จัดส่งไปถึงลูกค้าได้ก่อนกำหนดหรือตรงตามกำหนด

2. ตัววัดสมรรถนะในการเติมเต็มคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment Performance) ถือเป็นตัวชี้วัดที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสมรรถนะของการจัดส่ง ซึ่งเวลานำของการเติมเต็มคำสั่งซื้อจะนับจากวันเวลาเฉลี่ยของวันเวลาที่คำสั่งซื้อเกิดขึ้นจนถึงวันและเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้าครบตามคำสั่งซื้อ ความน่าเชื่อถือของการจัดส่ง

3. ตัววัดสมรรถนะการเติมเต็มคำสั่งซื้อสมบูรณ์ (Perfect Order Fulfillment) ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสมรรถนะการจัดส่งเช่นกัน แต่เป็นเกณฑ์การวัดที่เข้มข้นกว่าคือ เป็นตัววัดซึ่งจะวัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งเสริมและผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ตรงตามเวลา สถานที่และในจำนวนครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ จะเห็นได้ว่าการเติมเต็มที่สมบูรณ์สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างปฏิเสธไม่ได้

4. ตัววัดสมรรถนะการสนองตอบของโซ่อุปทาน (Supply Chain Responsiveness) หมายถึงความสามารถของโซ่อุปทานที่จะสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โซ่อุปทานจะต้องสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงภายในเวลารวดเร็ว เพื่อให้แน่ใจถึงความสามารถในการแข่งขันตัวชี้วัดจะวัดความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแผนการต่างๆ ไปจนถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของเครือข่ายโซ่อุปทาน

5. ตัววัดสมรรถนะความยืดหยุ่นของการผลิต (Production Flexibility) เป็นตัวชี้วัดที่วัดการตอบสนองของโซ่อุปทานที่เกี่ยวกับความยืดหยุ่นในกระบวนการผลิต แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ ความยืดหยุ่นต่อความต้องการลดหรือเพิ่มการผลิตในเวลาหนึ่งๆ เช่น ในฤดูกาลที่มีการขายน้อยหรือมากกว่าปกติ

6. ตัววัดสมรรถนะต้นทุนการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Costs) ถ้าองค์กรเราสามารถควบคุมต้นทุนการจัดการโซ่อุปทานต่อรายได้ทั้งหมดขององค์กรได้ดี จะมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรขององค์กรนั้นๆ ตัววัดสมรรถนะนี้จึงมีความสำคัญต่อการบริหารโซ่อุปทานและองค์กรในเชิงกลยุทธ์

7. ตัววัดสมรรถนะรอบเวลาของวงจรปิดเงินสด (Cash-to-Cash Cycle Time) หมายถึงเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยของเงินที่ใช้ในการสั่งซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งเงินนั้นไหลกลับมาสู่บริษัทในรูปของรายได้ ตัวชี้วัดรอบเวลาของวงจรเงินสดประกอบด้วยผลรวมของ 3 องค์ประกอบ คือ จำนวนวันของสินค้าคงคลังบวกจำนวนของการขายลบด้วยคาบเวลาของการจ่ายเงิน โดยเฉลี่ยสำหรับค่าวัตถุดิบ

8. ตัววัดสมรรถนะจำนวนวันของสินค้าคงคลัง (Inventory Days of Supply) หมายถึง ตัวชี้วัดที่ใช้วัดว่าจำนวนสินค้าคงคลังถูกผลิตขึ้นหรือซื้อเข้ามาแล้วสามารถขายไปให้กับลูกค้าได้เร็วเพียงใด การเพิ่มของจำนวนวันของสินค้าคงคลังชี้ให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงคลัง ซึ่งรวมถึงการขายที่ช้าลงและ/หรือคาบเวลาการผลิตที่ยาวนานขึ้น

9. ตัววัดสมรรถนะจำนวนรอบของสินทรัพย์ (Asset Turn) เป็นตัวชี้วัดของกิจกรรมทางการเงิน หมายถึง จำนวนรายได้หารด้วยจำนวนทรัพย์สินทั้งหมด จำนวนรอบของสินทรัพย์จะเป็นตัววัดประสิทธิภาพของบริษัทในการดำเนินงานต่อสินทรัพย์ทั้งหมด

สำหรับการเก็บข้อมูลเพื่อใช้คำนวณค่าตัวชี้วัดสมรรถนะนั้นควรเก็บตามแผนอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้หน่วยของการวัดและข้อมูลที่มีพร้อมใช้สำหรับสมาชิกของโซ่อุปทาน ซึ่งสมาชิกภายในโซ่อุปทานควรมีข้อมูลที่สามารถเข้าถึงและใช้งานร่วมกันได้ (Information Sharing) กล่าวโดยสรุปคือ การดำเนินงานใดๆ ขององค์กรที่ต้องการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงให้ดีขึ้นนั้นจำเป็นต้องมีการวัดสมรรถนะ (Performance Measurement) ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้สถานะและผลลัพธ์ในการปฏิบัติการ ตัวชี้วัดสมรรถนะเหล่านี้สามารถติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก รวมทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือที่มีคุณค่าในการประสานงานระหว่างสมาชิกทั้งหมดภายในโซ่อุปทาน (ดวงพรรณ กริชชาอุชัย, 2547)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์การประเมิน (Evaluation Criteria) เป็นสิ่งที่ใช้สำหรับตัดสินคุณภาพของผลงาน ผลการกระทำ หรือการปฏิบัติ เป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการประเมินผล เนื่องจากการประเมินเป็นกระบวนการในการพิจารณาตัดสินลักษณะของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ต้องการประเมิน เพื่อกำหนดคุณภาพหรือคุณค่าภายใน หรือมูลค่าของสิ่งนั้นๆ ที่สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายหนึ่งๆ (บาลินท์ ท้ำมตัน, 2546)

2.4.1 ความหมายและคุณสมบัติของเกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์ หมายถึง ระดับที่ใช้ในการตัดสินความสำเร็จของการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ที่กำหนด (สุวิมล ว่องวานิช, 2544) หรือหมายถึง คำนี้งบ่งชี้คุณค่าหรือคุณภาพจากทั้งภายในและภายนอก ที่สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายหนึ่งๆ ซึ่งบรรยายคุณสมบัติหรือลักษณะที่เป็นความสำเร็จ ความมุ่งหวังหรือความปรารถนาของสิ่งที่ต้องการประเมิน เช่น ในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่ใช้สำหรับการประเมินอาจประกอบด้วย ราคาขาย ขนาด บรรจุภัณฑ์ ความสวยงาม ความแข็งแรงคงทน เป็นต้น (องอาจ นัยพัฒน์, 2544) ซึ่งเกณฑ์ควรมีลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ การนิยามหรือการยกตัวอย่างจะต้องมีความชัดเจน จะต้องมิตสเกล (Scale) ที่แสดงถึงระดับของคุณภาพ เพื่อเป็นการ ให้คะแนน ช่วงห่างของการให้คะแนนจะต้องเป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน เช่น 1, 2, 3 คะแนน และจะต้องมีมาตรฐานที่เด่นชัดในแต่ละระดับของการให้คะแนน มีคำอธิบายที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการปฏิบัติงาน สำหรับสเกลแต่ละระดับว่าในการให้คะแนนนั้นหมายความว่าอย่างไร เพื่อช่วยให้คะแนนมีความเชื่อมั่น ไม่ลำเอียง เป็นต้น

การประเมินเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับกิจกรรมที่กระทำ คุณลักษณะเฉพาะ ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน หรือข้อมูลอื่นๆ อย่างมีระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจุดมุ่งหมายของการประเมินอาจจะเป็นการตัดสินเกี่ยวกับคุณค่า อันเนื่องมาจากความขาดแคลนและข้อจำกัดเกี่ยวกับทรัพยากร งบประมาณและความต้องการ หรือเพื่อใช้ในการกำหนดและกำจัดปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ความไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะเป็นแนวทางในการตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาในการปฏิบัติงาน การประเมินจึงเป็นวิธีการหรือเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จของงาน ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในระดับหน่วยงานขององค์กรต่างๆ การประเมินจะช่วยให้ทราบว่าสิ่งที่ดำเนินการอยู่เป็นอย่างไร สามารถจัดการปัญหาได้อย่างไร และจะปรับปรุงการปฏิบัติงานได้อย่างไร เป็นต้น ดังนั้นการประเมินจะประสบความสำเร็จ และเป็นที่ยอมรับได้จะต้องพิจารณาเลือกใช้เกณฑ์ให้สอดคล้องกับสิ่งที่ประเมิน และหน้าที่ของการประเมิน ซึ่งเกณฑ์ที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ (บาลินท์ ท้ำมตัน, 2546)

1. ครอบคลุมทุกมิติที่เป็นความต้องการและความคาดหวังของสิ่งที่ประเมินทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ
2. ชี้นำระดับการยอมรับปริมาณหรือคุณภาพแต่ละระดับชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของศูนย์ส่งเสริมการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ชี้นำระดับการยอมรับปริมาณหรือคุณภาพแต่ละระดับชัดเจน
3. มีความเที่ยงและเป็นปรนัย
4. ไม่สูงหรือต่ำเกินไป
5. เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือค่านิยมของสังคมนั้น
6. มีความตรงภายในและมีความตรงภายนอก
7. เป็นที่ยอมรับ
8. มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรม
9. ท้าทายต่อการปฏิบัติ

2.4.2 แนวทางการกำหนดและการสร้างเกณฑ์การประเมิน

การกำหนดเกณฑ์การประเมิน คือ การระบุตัวแปรที่สำคัญในมิติต่างๆ ซึ่งจะต้องครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยเบื้องต้น (Input) การปฏิบัติ (Process) และผลผลิต (Output) (อรรธรรม อินทวิษณุ, 2542) การพิจารณากำหนดเกณฑ์ประเมินจะต้องให้สอดคล้องกับสิ่งที่จะประเมิน และบทบาทหน้าที่ของการประเมิน ซึ่งการพิจารณาตัวแปรทั้งหลายทั้งในส่วนของปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติและผลผลิตจะต้องสัมพันธ์กันทั้งระบบ รวมทั้งจำเป็นต้องมีการประชุม เพื่อสร้างความเห็นพ้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับเกณฑ์ที่จะนำไปใช้ต่อไป

การสร้างเกณฑ์การประเมิน จะกระทำหลังจากระบุ หรือกำหนดคำถามของการประเมิน โดยกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมิน เพื่อสร้างและกำหนดเกณฑ์ มาตรฐานสำหรับการประเมิน ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนการสร้างเกณฑ์การประเมิน ไว้ 2 ประการ คือ (องอาจ นัยวัฒน์, 2544) ประการแรก จะเป็นขั้นตอนการเตรียมการ ก่อนที่จะสร้างและกำหนดมาตรฐาน ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมด้วยการแสวงหาข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างเกณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และทำความเข้าใจเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายและคำถามของการประเมิน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเกณฑ์ได้อย่างสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่ต้องการประการที่สอง ขั้นตอนของการสร้างเกณฑ์และกำหนดตัวบ่งชี้แต่ละเกณฑ์การประเมิน ซึ่งการสร้างเกณฑ์การประเมินจะประกอบด้วย

1. ลักษณะของเกณฑ์การประเมิน

ในการสร้างเกณฑ์การประเมินผู้ออกแบบเกณฑ์การประเมินจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของเกณฑ์การประเมินที่ดี เพื่อให้เกณฑ์การประเมินที่ได้ออกมานั้นมีความเหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ประเมินต้องการ ลักษณะของเกณฑ์การประเมินที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีอย่างน้อยหนึ่งคุณลักษณะหรือหนึ่งมิติในการประเมิน
- การนิยามและการยกตัวอย่างจะต้องมีความชัดเจนในแต่ละคุณลักษณะหรือมิติ
- จะต้องมิตสเกล (Scale) ที่แสดงถึงระดับของคุณภาพ เพื่อเป็นการให้คะแนน
- ช่วงห่างของการให้คะแนนจะต้องเป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน (เช่น 1, 2, 3, 4 คะแนน) หรือ

เป็นอัตราส่วนกัน (เช่น 2, 4, 6, 8 คะแนน) ในแต่ละคุณลักษณะหรือมิติเป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่สามารถนำออกไปเผยแพร่ภายนอกได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยเป็นอย่างสูง และขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีคำอธิบายเป็นภาษาที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการปฏิบัติงาน สำหรับสเกลแต่ละระดับ ว่าจะให้คะแนนเท่ากับ 3 หมายความว่าอย่างไร เพื่อช่วยให้คะแนนมีความเชื่อมั่น ไม่ลำเอียง ซึ่งอาจจะกำหนด ลักษณะของงาน เช่น ถ้าเป็นงานเขียน จะให้ 3 คะแนน (ดี) ลักษณะของงานเขียนนั้นจะต้องเขียนได้ตรงประเด็น ตามที่กำหนดไว้ภาษาที่ใช้ไม่วกวน ถูกต้องทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย โดยใช้คำศัพท์ที่เหมาะสมและสื่อความหมาย ได้ หรือถ้าให้ 2 คะแนน (พอใช้) ลักษณะของงานเขียนนั้นอาจจะขาดประเด็นไปหนึ่งประเด็น และ หากให้ 1 คะแนน (ต้องปรับปรุง) ลักษณะของงานเขียนนั้นอาจจะขาดประเด็นไปสองถึงสามประเด็น เป็นต้น

- สเกลที่นำมาใช้อาจมีลักษณะเป็นแบบภาพรวม (Holistic) คือ แนวการให้คะแนนโดย พิจารณาจากภาพรวมของชิ้นงานซึ่งมีคำอธิบายลักษณะของงานแต่ละระดับไว้อย่างชัดเจนเหมาะที่จะใช้ประเมิน ทักษะที่มีความต่อเนื่องเกณฑ์การประเมินแบบภาพรวม ส่วนใหญ่จะใช้ 3-6 ระดับ แต่ที่นิยมใช้กันมาก คือ 3 ระดับ เนื่องจากง่ายต่อการกำหนดรายละเอียดซึ่งจะยึดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย และต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่ง ง่ายต่อการตรวจให้คะแนนหรือแบบแยกส่วน (Analytic) คือ เป็นการประเมินผลงาน โดยจำแนกออกเป็นด้านๆ ว่า มีรายการประเมินอะไรบ้าง และกำหนดวิธีการให้คะแนนอย่างไร การประเมินในลักษณะนี้ต้องกำหนดแนว ทิศทางการให้คะแนนที่อธิบายระดับการปฏิบัติผลงานนั้นๆ ไว้อย่างชัดเจน หรืออาจใช้ทั้ง 2 ลักษณะรวมกันก็ได้

- กรณีรูปแบบทั่วไปจะใช้ในการพิจารณาตัดสินผลการปฏิบัติที่มีขอบเขตกว้าง เช่น การ สื่อสารการแก้ปัญหา

- กรณีรูปแบบเฉพาะจะใช้กับผลการปฏิบัติที่มีความเฉพาะเจาะจงภายใต้ผลการปฏิบัติใน กรอบที่แคบลง เช่น การติดต่อลูกค้า การจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสาร

- กรณีวัดความก้าวหน้าพัฒนาการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องอาจเป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลาาน

2. การกำหนดเกณฑ์การประเมิน

การกำหนดเกณฑ์การประเมินนั้น ผู้ประเมินและผู้ถูกประเมินควรที่จะกำหนดเกณฑ์การ ประเมินด้วยกัน ซึ่งควรจะต้องทำให้เสร็จก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงาน เกณฑ์การประเมินนั้น นอกจากใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินแล้ว ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานอีกด้วย เพราะเกณฑ์การ ประเมินนั้นเปรียบเสมือนเป้าหมายที่ผู้ถูกประเมินจะต้องทราบการประเมินการปฏิบัติงานนั้นต้องกำหนดเกณฑ์ ให้ชัดเจน ซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนจะต้องมีระดับสเกลที่แน่นอน และมีการบรรยายถึงคุณลักษณะของการ ปฏิบัติตามระดับของสเกลนั้นๆ เนื่องจากระดับของเกณฑ์การวัดได้จะบ่งบอกถึงคุณลักษณะที่สำคัญให้แก่ผู้ที่ สนใจ ทำให้มีการรับทราบว่สิ่งที่ทำการประเมินเป็นอย่างไรบ้าง และยังช่วยเกิดการพัฒนาสู่เป้าหมาย

3. ขั้นตอนในการสร้างเกณฑ์การประเมิน

เพื่อให้เกณฑ์การประเมินที่ได้เหมาะสม มีความยุติธรรม และสามารถนำผลการประเมินมาทำ การวิเคราะห์ผลได้อย่างถูกต้อง ในการออกแบบและสร้างเกณฑ์การประเมินจะต้องปฏิบัติตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการจัดทำเกณฑ์การประเมินว่าต้องการจัดทำเกณฑ์การประเมินเพื่ออะไร ต้องการได้อะไรจากการประเมินดังกล่าว

3.2 เลือกประเภทของเกณฑ์ที่จะทำการประเมินว่าจะทำการประเมินแบบองค์รวมหรือแบบจำแนก โดยที่จะต้องทำการพิจารณาจากเป้าหมายในการทำการประเมินนั้น เนื่องจากเกณฑ์การประเมินนั้นมีความหลากหลาย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับลักษณะของการปฏิบัติที่ต่างกันไป จึงต้องมีการพิจารณาออกแบบการประเมินให้เหมาะสม โดยอาจจะพิจารณาระหว่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล การประเมินแบบองค์รวมนั้นจะสามารถสร้างเกณฑ์การประเมินได้ง่ายกว่า รวดเร็วกว่า และใช้ได้ง่ายกว่า ส่วนการประเมินแบบจำแนกนั้นจะให้ข้อมูลป้อนกลับที่ดีกว่า และผลที่ได้จากการประเมินมีความเที่ยงตรงมากกว่า

3.3 ทำการกำหนดจำนวนระดับของเกณฑ์ว่าจะกำหนดช่วงคะแนนเป็นกี่ช่วงกี่ระดับ ซึ่งโดยปกติแล้วการสร้างเกณฑ์มักจะกำหนดจำนวนระดับของเกณฑ์ไม่เกิน 6 ระดับ ถ้ามีระดับของการให้คะแนนกว้างมากเกินไปจะทำให้มีความลำบากในการตัดสินความแตกต่างในแต่ละระดับ อีกทั้งจะทำให้ความสอดคล้องของการประเมินด้วยผู้ประเมินหลายคนลดลงไป หากต้องการกำหนดระดับของเกณฑ์มากกว่า 6 ระดับควรจะต้องพิจารณาก่อนว่าจะสามารถทำการจำแนกคุณภาพได้หรือไม่

3.4 กำหนดประเด็นที่ต้องการได้จากการทำการประเมินว่าต้องการทราบเพียงแค่ผ่านการประเมินหรือไม่ หรือต้องการแบ่งระดับขั้นของสิ่งที่ทำการประเมินว่าเป็นระดับดีเลิศ ระดับดี หรือ ระดับพอใช้ เป็นต้น

3.5 เมื่อทำการกำหนดประเด็นที่ต้องการทำการประเมินแล้ว จะต้องทำการกำหนดจุดตัดหรือจุดแบ่ง ระดับคะแนน หรือผลการปฏิบัติงานว่าเป็นเช่นไรที่จะบ่งชี้ว่าผ่านหรือไม่ผ่าน หรือคะแนนเท่าใด คือ ระดับดีเลิศ ระดับดี ระดับปานกลาง หรือระดับพอใช้ เป็นต้น โดยในการกำหนดระดับคะแนนควรพิจารณาจากระดับสูงก่อนแล้วจึงพิจารณาลำดับถัดไปเพื่อสร้างภาพจากความเป็นเลิศ เนื่องจากการประเมินส่วนใหญ่มีเป้าหมายที่จะทำการพัฒนาปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น จึงควรพิจารณาว่าระดับดีเลิศควรจะเป็นอย่างไร

3.6 เขียนคำอธิบายของเกณฑ์ระดับคุณภาพ ซึ่งคำนึงถึงจุดมุ่งหมายของการประเมิน ผู้ใช้และความเป็นไปได้ อาจจะพิจารณาในการปรับคำอธิบาย เพื่อให้ผู้ถูกประเมินเข้าใจและสามารถทำการประเมินตนเองได้

3.7 ตรวจสอบเกณฑ์ประเมิน โดยอาจจะนำเกณฑ์ประเมินที่ได้มาทดลองใช้และจึงทำการปรับเกณฑ์ โดยใช้ข้อมูลป้อนกลับที่ได้จากการทดลองประเมิน

2.5 แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต้นแบบ

แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์เริ่มต้นจากการนำข้อมูลต่างๆ มาศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และอภิสังเคราะห์ ซึ่งจะเป็นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ บทความ งานวิจัย หนังสือ และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ของแบบประเมินการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ของทาเค โอะ เอกาวะ (Takao Enkawa, 2005) มาเป็นแบบประเมินศักยภาพต้นแบบซึ่งเกณฑ์ประเมินดังกล่าวนั้น ประเทศไทยได้มีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายอุตสาหกรรม อาทิเช่น อภิชาติ โสภางค์และคณะ(2550) ได้นำแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ดังกล่าวมาใช้ใน อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค คนุพันธ์ วิสุวรรณ และวลัยลักษณ์ อัคริวงค์ (2552) ได้นำไปประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น โดยมีเกณฑ์การประเมินศักยภาพต้นแบบนี้ได้จำแนกการประเมินใน 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยกลยุทธ์ต่างๆประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย อีก 22 ดังนี้ แสดงดังตารางที่ 2.1 อย่างไรก็ตามแบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ต้นแบบของทาเค โอะ เอกาวะนี้เป็นแบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ที่ใช้ในการประเมินอุตสาหกรรมต่างๆ ไป ซึ่งไม่ได้เจาะจงไปที่อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง

ตารางที่ 2.1 กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์

กลยุทธ์	ดัชนี
1. กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลยุทธ์ระดับองค์กรในการให้ความสำคัญกับระบบการบริหารโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ 2. การทำสัญญาร่วมกับผู้ส่งมอบ และระดับในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน 3. การทำสัญญาร่วมกับลูกค้า และระดับในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน 4. ระบบในการประเมินสมรรถภาพ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

กลยุทธ์	ดัชนี
	5. ระบบในการฝึกอบรม และการประเมินผลพนักงาน
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์ทรัพยากร และออกแบบระบบโลจิสติกส์ให้เหมาะสมที่สุด 2. ความสามารถในการพยากรณ์อุปสงค์ และแนวโน้มของลูกค้า 3. ความถูกต้อง แม่นยำและความสามารถในการวางแผนการบริหารโซ่อุปทาน 4. การควบคุม และการติดตามการให้บริการ (ผลิตภัณฑ์/ชิ้นส่วน/WIP) ความถูกต้องแม่นยำ และความสามารถในการตรวจสอบ 5. มาตรฐานในแต่ละกระบวนการ และการนำมาตรฐานนั้นๆ ไปใช้
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-in-time: JIT) 2. รอบในการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และกระแสเงิน 3. ช่วงเวลานำการสั่งซื้อของลูกค้า (เริ่มจากรับคำสั่งลูกค้าจนได้รับสินค้า) และประสิทธิภาพในการใช้พาหนะในการขนส่งสินค้า 4. การประเมินสมรรถภาพ และคุณภาพการขนส่ง 5. การรับรู้สถานะของสินค้าคงคลังในโซ่อุปทาน และค่าเสียโอกาส 6. กิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่องค์กรมีส่วนร่วม 7. ค่าโลจิสติกส์โดยรวม (ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการถือครองสินค้า ค่าบริหารคำสั่งซื้อ ค่าใช้ในการดำเนินการ ฯลฯ)
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขอบข่ายของการใช้ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่จำเป็นสำหรับคู่ค้าผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์(Electronic Data Interchange: EDI) 2. การใช้ระบบบาร์โค้ด หรือระบบติดตามสินค้า (Automatic Identification and Data Capture: AIDC) 3. การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการดำเนินงาน และการตัดสินใจ (โปรแกรมในการวางแผนทรัพยากรองค์กร โปรแกรมการวางแผนโซ่อุปทาน เป็นต้น) 4. การใช้หมายเลขมาตรฐาน และรหัสในการระบุสินค้า 5. ระบบการตัดสินใจ และการสนับสนุนองค์กรคู่ค้าในโซ่อุปทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และผู้ประกอบการ

2.6.1 ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ได้นำหลักการของโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่นมาประยุกต์ โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยภาครัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่นและสามารถพึ่งตนเองได้ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เนื่องจากเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานรากเป็นพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจโดยรวม ภาครัฐจึงมุ่งเน้นในการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน สร้างโอกาสให้ชุมชนได้แสดงศักยภาพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่อาศัย ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในการขับเคลื่อนระบบตลาด และมุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและท้องถิ่น ทำการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ตามศักยภาพทางการตลาดในระดับต่างๆ และได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ส่วน ภายใต้ชื่อที่เรียกคือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งมีความหมายอยู่ 2 ความหมายด้วยกัน โดย ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผลิตโดยกลุ่มชุมชน และ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผลิตโดยผู้ประกอบการรายเดียวหรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปัจจุบันปี 2551 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ได้ถูกเปลี่ยนชื่อกลับไปเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) สำหรับในงานวิจัยนี้จะขอใช้ชื่อ “ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นหรือสินค้า OTOP”

2.6.2 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549)

- กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิตร่วมกันบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สยามคม สหกรณ์มูลนิธิ และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่มและชมรมต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชน ที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต (จ้างแรงงาน/ใช้วัตถุดิบ) หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

- ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต (จ้างแรงงาน/ใช้วัตถุดิบ) หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์โดยมีสินทรัพย์ที่รวมกันมากกว่า 5 ล้านบาท

2.6.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์การใช้ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะจำแนกออกเป็น 5 ประเภทดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549)

- | | | | |
|---------------------------------------|----------|---|----------|
| 1. ประเภทอาหาร | แบ่งเป็น | 3 | หมวดย่อย |
| 2. ประเภทเครื่องดื่ม | แบ่งเป็น | 2 | หมวดย่อย |
| 3. ประเภทผ้า/เครื่องแต่งกาย | แบ่งเป็น | 2 | หมวดย่อย |
| 4. ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก | แบ่งเป็น | 7 | หมวดย่อย |
| 5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร | แบ่งเป็น | 3 | หมวดย่อย |

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งจำเป็นต้องได้รับมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น มาตรฐานอาหารและยา GMP HACCP Qmark มพช. มอก. มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และมีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป โดยสินค้าประเภทอาหารจะแบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ใช้บริโภค เช่น พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น เนื้อสัตว์สด

ข้าวสาร อาหารประมงสด เป็นต้น

- อาหารแปรรูปถึงสำเร็จรูป/สำเร็จรูป

2. ประเภทเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คือ สุราแช่ สุรากลั่น เช่น สาโท ไวน์ เหล้าขาว 30-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย เช่น จิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น ชาจีน ชาใบหม่อน เป็นต้น

3. ผ้า/เครื่องแต่งกาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม หมายถึง ผ้าทอและผ้าดัดจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท

4. ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ หรือตกแต่งประดับในบ้าน

และสถานที่ต่างๆ เครื่องใช้สอย หรือเครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้งานใช้สอย ตกแต่งหรือให้เป็นของระลึก และสถานที่ต่างๆ เครื่องใช้สอย หรือเครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้งานใช้สอย ตกแต่งหรือให้เป็นของระลึก ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขวัญ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือประดับตกแต่งร่างกาย และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยเครื่องจักรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในลักษณะโรงงานที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก ใช้แรงงานคนเสริม โดยไม่ใช่ฝีมือการผลิตซึ่งของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

- ไม้
- จักสาน
- ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ
- โลหะ
- เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา
- เลหะสิ่งทอและอื่นๆ

5. **สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร** หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบที่ส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานจากสมุนไพร สมุนไพรไล่หรือกำจัดแมลง ซึ่งสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- ยาจากสมุนไพร
- เครื่องสำอางสมุนไพร
- วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน

2.7 ตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นหนักไปที่ “ชุมชน” ที่จากเดิมมุ่งเน้นเฉพาะที่ “ผลิตภัณฑ์” เป็นหลัก โดยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจะเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข เน้นการขับเคลื่อนอย่างครบวงจร โดยให้ชุมชนเป็นผู้กำหนดจุดยืนของชุมชน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายใต้ภูมิปัญญาของตนเอง โดยที่ชุมชนต่างๆ มีทางเลือกที่จะดำเนินกิจกรรมในลักษณะการผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อสร้างความหลากหลายความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และให้สอดคล้องความต้องการตลาด ให้สามารถสร้างตราสินค้าของชุมชน (BrandName) โดยเน้นจุดเด่นและหลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบซึ่งถือเป็นการเพิ่มทุนทางปัญญาได้เป็นอย่างดี การที่เน้นชุมชนเป็นหลักนั้นเพื่อให้ชุมชนมีความตื่นตัวและพร้อมที่จะผลักดันและพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพมากขึ้น โดยรัฐบาลมีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ซึ่งจะเป็นการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้นนอกจากนี้รัฐบาลจะมุ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยใช้ตลาดเป็นตัวนำเพื่อการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนของไทยให้มีศักยภาพ พร้อมแข่งขันกับต่างชาติ โดยเริ่มเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการตลาดเพื่อนำผลิตภัณฑ์เข้าไปสู่ การจับคู่ทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยมีเป้าหมายคือ การพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งและพึ่งตนเอง ได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความสำคัญในกิจกรรมการเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อให้ชุมชนได้ผลิตสินค้าและเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

2.8 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากความโดดเด่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่หน่วยเศรษฐกิจระดับรากหญ้าของแต่ละชุมชนได้เป็นอย่างดีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญอยู่หลายประการ ที่มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประสบความสำเร็จ ดังนี้ (ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค, 2550)

ปัจจัยแรก คือ ต้องสร้างความตระหนักของผู้คน ในแต่ละท้องถิ่น ให้รู้ถึงศักยภาพ ความโดดเด่น และเอกลักษณ์ที่ตนเองมี และนำมาสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” ให้กับผลิตภัณฑ์ของตน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืน และสามารถพึ่งพาตนเอง ได้ซึ่งผู้ผลิตจะต้องมีความตื่นตัว ความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องการสร้างคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยใช้จุดเด่นของความเป็นไทย ในด้านทักษะฝีมือและอรรถาศัย โมตรีเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่การพัฒนาสู่ชุมชนและท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ปัจจัยที่สอง คือ สืบสานความต่อเนื่องของการพัฒนา มิใช่ว่าเมื่อในท้องที่ของคนที่สามารถค้นหาเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นขึ้นมาได้แล้ว ก็จะยึดติดกับความสำเร้ญนั้นตลอดไป ซึ่งการปรับปรุงพัฒนา ให้เอกลักษณ์ดังกล่าวโดดเด่นขึ้น ตรงใจลูกค้ามากขึ้น ถือเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง และประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม แต่หากไม่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่น่าเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ก็อาจจะทำให้สูญเสียตลาดในส่วนนั้นได้ อาจจะทำการวิจัยและพัฒนาโดยเริ่มจากการสำรวจตลาด เพื่อจะได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด เช่น การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สวยงาม และสามารถเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าได้เป็นอย่างดี เป็นต้น ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาจึงเป็นสิ่งจำเป็น และต้องทำอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยที่สาม คือ เรื่องของการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ต้องมีการพัฒนาและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดเป้าหมายให้ทั่วถึง ซึ่งเทคนิคการตลาดขั้นพื้นฐานต้องมีการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นอย่างจริงจัง ทั้งเรื่องของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การ โปร โหมชั่น และส่งเสริมการขายต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญที่

จะทำให้สินค้าหรือบริการ สามารถประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายขึ้นมา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้น จะต้องเป็นช่องทางที่ถาวรและสามารถทำการกระจายสินค้าที่ผลิตขึ้นมาอย่างต่อเนื่องได้ รวมทั้งการพึ่งพาตัวกลางค้าปลีกที่มีมากจนเกินไป ก็จะทำให้กำไร (Margin) ส่วนใหญ่จะไปตกอยู่กับช่องทางเหล่านั้น สุดท้ายผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ก็ไม่สามารถจะพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ปัจจัยที่สี่ คือ การสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นรากฐานของการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการได้

ปัจจัยที่ห้า ถือเป็นหัวใจของความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ การมองพิจารณาโอกาสทางธุรกิจและการตลาดในมุมมองที่กว้างขึ้น ไม่เพียงแต่เน้นขอบเขตเฉพาะตลาดในแต่ละท้องถิ่นเท่านั้น แต่ต้องมองว่าตลาดโดยรวมมีความต้องการที่ยังไม่เต็มเต็มในค่านิยมใดบ้าง ซึ่งผู้ประกอบการต้องประเมินและค้นหาศักยภาพทางธุรกิจของตนให้พบ และนำจุดเด่นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นของตนมาทำการเพิ่มมูลค่าและตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีศักยภาพนั้น ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาสู่ความสามารถทางการแข่งขันและความมั่นคงที่ยั่งยืนสำหรับแต่ละท้องถิ่นได้

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยนี้ได้ทำการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในระหว่างปี 2550 – 2553 จำนวน 13 เรื่อง ซึ่งผลการศึกษารูปได้ในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
1	ปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อศักยภาพด้านการเงินขององค์กร ในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ผู้จัดทำ : กรกฎ ไชยวัศ ทิพชา วงศ์และคณะ วิศวกรรมศาสตรมหาวิทาลัยเชียงใหม่, 2553.	- เพื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมที่มีลักษณะแตกต่างกันในเชิง ลักษณะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กร ความซับซ้อนของสินค้าการผลิตและระบบการผลิตขององค์กรจะมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการเงินที่เหมือนหรือแตกต่างกัน - เพื่อเปรียบเทียบ	จากการศึกษาพบว่า องค์กรที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมีความสามารถในการจัดการโซ่อุปทานดีกว่ากลุ่มองค์กรที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานกลุ่มองค์กรที่มีความซับซ้อนในการผลิตสูงมีความสามารถในการจัดการโซ่อุปทานได้ดีกว่ากลุ่มองค์กรที่มีความซับซ้อนในการผลิตต่ำ และกลุ่มองค์กรที่มีการผลิตตามสายประกอบมีการประเมินด้านสมรรถนะในการจัดการโซ่อุปทาน ที่ดีกว่าองค์กรที่มีการผลิตแบบต่อเนื่อง โดยได้ทำการเปรียบเทียบจากคะแนนเฉลี่ยของทุกกลุ่มที่ได้รับจากการประเมินด้วยแบบประเมินอุตสาหกรรมที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันจะมีวิธีการพัฒนาความสามารถในการดำเนินการในโซ่อุปทานขององค์กรเฉพาะทางแตกต่างกัน ในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและเพิ่มศักยภาพทางการเงินให้กับองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
		ด้านการดำเนินงานในโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรมที่มีลักษณะต่าง ๆ กัน ว่ามีมุมมองในรูปแบบเดียวกันหรือไม่	
2	การเชื่อมโยงความรู้ในโซ่อุปทานการผลิตกล้วยไม้ในจังหวัดนครปฐม ผู้จัดทำ : ประสงค์ ดันพิชัย และกาญจนา ทวีพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2553.	- เพื่อพัฒนาและเชื่อมโยงองค์ความรู้ในโซ่อุปทานการผลิตกล้วยไม้ของจังหวัดนครปฐม	จากการศึกษาพบว่า จังหวัดนครปฐมมีพื้นที่การปลูกกล้วยไม้มากที่สุดของประเทศไทย มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ มีแหล่งสนับสนุนปัจจัยการผลิตอย่างเพียงพอ และมีแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรทั่วถึงทั้งจังหวัด มีเพียงบางพื้นที่ที่มีปัญหาด้านคุณภาพน้ำ การเชื่อมโยงองค์ความรู้การผลิตกล้วยไม้จังหวัดนครปฐมมีรูปแบบการเชื่อมโยงโดยใช้สื่อจากประสบการณ์ตรง และการใช้สื่อจากภาพและสัญลักษณ์ซึ่งมีแนวทางในการเชื่อมโยงความรู้ระหว่างบุคคลภายในกลุ่ม การเชื่อมโยงความรู้ระหว่างกลุ่ม และการเชื่อมโยงความรู้จากสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสู่ภาคการผลิตกล้วยไม้
3	การประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้จัดทำ : สิริพงศ์ จิ่งदारรรณ และคณะ, 2553.	- เพื่อประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ - เปรียบเทียบศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	จากผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่ม มีศักยภาพต่ำทั้งหมด และพบว่าขนาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า แต่ศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่มไม่แตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ และช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
4	การจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมกุ้ง : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมกุ้งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้จัดทำ : บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2552.	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อแก้ปัญหามาตรและคุณภาพของกุ้งที่ไม่สม่ำเสมอ โดยใช้วิธีการตรวจคุณภาพลูกกุ้งแบบ “ซริมพีไบโอเทค” เปรียบเทียบกับการตรวจสอบคุณภาพลูกกุ้งแบบ “WS” - เพื่อเปรียบเทียบอายุขนาดของกุ้งรวมถึงปริมาณอาหารสะสมในกิจกรรมกลางน้ำ 	<p>จากผลการศึกษาพบว่า ขนาดเฉลี่ยของบ่อเลี้ยงกุ้งที่แตกต่างกัน โดยผ่านการตรวจแบบ “ซริมพีไบโอเทค” และแบบ “WS” ไม่มีผลกระทบต่อค่าเฉลี่ยของขนาดกุ้งอย่างมีนัยสำคัญ ขนาดกุ้งที่ผ่านการตรวจสอบแบบ “ซริมพีไบโอเทค” จะมีความแตกต่างจากค่าเฉลี่ยกุ้งที่ผ่านการตรวจคุณภาพลูกกุ้งแบบ “WS” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการดำเนินงานของโซ่อุปทานก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อโรงงานที่เป็นกรณีศึกษาในแต่ละด้านคือ 1) ด้านตัวชี้วัด Cost Efficiency ได้แก่ เปอร์เซ็นต์สินค้าคงคลัง ค่อยลดขาดคลงร้อยละ 75.29 อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.94 และความถูกต้องในการตรวจนับสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 2) ตัวชี้วัดด้าน Reliability and Security พบว่าเปอร์เซ็นต์ของเสียในการผลิตลดลงร้อยละ 0.20 3) ตัวชี้วัดด้าน Responsiveness ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาพบว่า เปอร์เซ็นต์งานล่าช้าร้อยละ 24 และความล่าช้าในการเบิก-จ่ายต่อคู่คอนเทนเนอร์ลดลงร้อยละ 50</p>
5	การสร้างรูปแบบเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดทำ : กัญญาภัก ขยามาโมได้ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2551.	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อศึกษาลักษณะโดยทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้ผลิตสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ - เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงลักษณะทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวและ OTOP ในการหารูปแบบเครือข่ายทางธุรกิจร่วมของทั้งสองธุรกิจ - เพื่อสร้างรูปแบบเครือข่ายระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและ OTOP 	<p>จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีการขายรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้แก่ลูกค้า และมีการจัดจำหน่ายทางหน้าร้าน ส่วนผู้ผลิตสินค้าส่วนใหญ่มีการผลิตสินค้าประเภทของใช้และเครื่องประดับตกแต่ง มีการจัดจำหน่ายทางศูนย์ OTOP สำหรับการเชื่อมโยงในการหารูปแบบเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวและ OTOP พบว่าผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้า OTOP เพื่อจัดจำหน่าย ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้ทำหน้าที่เป็นคนกลางพานักท่องเที่ยวหรือลูกค้าไปเยี่ยมชม และเลือกซื้อสินค้าจากผู้ผลิต โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งสองประเภท ได้เลือกเข้าร่วมเป็นเครือข่ายจากผู้ประกอบการธุรกิจที่มีรายได้เฉลี่ยสูง และมีรายได้ที่แน่นอน ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจยาวนาน มีชื่อเสียง คุณภาพของสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน มีที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและสะดวกต่อการเข้าถึง อีกทั้งมีช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายที่ถาวรและหลากหลายช่องทาง การสร้าง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
			รูปแบบเครือข่ายระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและ OTOP พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เป็นเครือข่ายที่มีข้อจำกัด 2) เป็นเครือข่ายแบบเป็นทางการ และ 3) เป็นเครือข่ายระดับกลุ่มเฉพาะ ซึ่งความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายร่วมกันเกิดจากความต้องการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน และการสร้างความสัมพันธ์ในการติดต่อ การให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างธุรกิจที่เข้าร่วมเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการร่วมกัน
6	การพัฒนาารูปแบบการประเมินสมรรถนะโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอัญมณีผู้จัดทำ: กิรติ วงศ์ไพศวรรณ, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2551.	- เพื่อพัฒนารูปแบบการประเมินสมรรถนะโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยได้นำตัวแบบอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน (Supply Chain Operation Reference Model: SCOR Model) มาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน	จากการศึกษาผลที่ได้มีความสอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ย (Return on Sale: ROS) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสามารถการดำเนินงานเกินกว่าระดับค่าเฉลี่ยของเกณฑ์ประเมินในทุกๆ ด้าน จะมีอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเป็นบวก (มีกำไรสูง) และกลุ่มตัวอย่างที่ผลการดำเนินงานด้านใดด้านหนึ่งต่ำกว่าระดับเฉลี่ย มีแนวโน้มว่าอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเฉลี่ยจะลดลงหรือเป็นลบ (มีกำไรลดลงหรือขาดทุน)
7	ผลการนำนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนไปปฏิบัติ: ศึกษากรณีอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีผู้จัดทำ: คมกฤษ อุทะโก มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.	- เพื่อศึกษาผลที่เกิดขึ้นกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ - เพื่อศึกษาทัศนคติของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ต่อผลที่เกิดขึ้น	จากการศึกษาผลที่เกิดจากการนำนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนไปปฏิบัติพบว่า ประสบความสำเร็จในระดับพอใช้ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติจากความเห็นของสมาชิกประกอบด้วย ระดับการศึกษาของสมาชิก ลักษณะโครงสร้างวิสาหกิจชุมชน ทรัพยากร การมีส่วนร่วมของสมาชิก และการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนความเห็นจากเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติประกอบด้วย ลักษณะโครงสร้างของหน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
		กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ	ทรัพยากร และการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นตามความเห็นของสมาชิกพบว่า ยังขาดเงินทุนหมุนเวียน ขาดแคลนวัตถุดิบ และอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการผลิต ขาดความรู้ประสบการณ์ ความเข้าใจในการดำเนินงาน และไม่คอยให้ความร่วมมือกับกลุ่มโดยมุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเอง ขาดการสร้างเครือข่ายระหว่างวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน ส่วนตามความเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนพบว่า ยังขาดความรู้ความชำนาญและความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและขาดการประสานงานกันระหว่างหน่วยงาน ส่งผลให้ไม่เกิดการบูรณาการ
8	การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอบางกลุ่มภายใต้ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดทำ : ทิพย์วิมล ลูนป้อง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.	- เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดการองค์กร การผลิต การตลาดและการเงิน ตลอดจนวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอภายใต้โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอ 2 กลุ่ม คือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันก้างปลา เป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มทอผ้าแม่บ้านกองหิน เป็นตัวแทนของกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับต่ำ	จากการศึกษาพบว่า กลุ่มที่มีศักยภาพในระดับดีนั้นประกอบด้วยปัจจัยทางด้านการจัดการ การผลิต การตลาดและการเงินเข้มแข็งในทุกด้าน ส่วนกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับต่ำ ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านการจัดการ การผลิต การตลาดและการเงินอ่อนแอในทุกด้าน สำหรับปัจจัยทางด้านการจัดการ กลุ่มที่มีศักยภาพในระดับดี จะมีการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตนอย่างจริงจังพร้อมทั้งมีการประสานงานกันภายในกลุ่มเป็นอย่างดี และได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐในด้านเงินทุนความรู้ จนสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง ส่วนปัจจัยด้านการผลิต กลุ่มที่มีศักยภาพในระดับดี มีการประยุกต์ตลาดขายของผลิตภัณฑ์จากการสร้างสรรค์ของสมาชิกในกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่เสมอ ปริมาณการผลิตมีสม่ำเสมอตลอดปีซึ่งต่างจากกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับต่ำ ที่มีลักษณะการผลิตตามความต้องการของลูกค้าเท่านั้น ส่วนปัจจัยด้านการตลาด ทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกันที่ฐานการตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ส่งผลให้กลุ่มที่มีศักยภาพในระดับดีไม่มีปัญหาด้านการเงิน เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
9	การศึกษาหาปัจจัยชี้วัดที่เหมาะสมในการวินิจฉัยความสามารถทางด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs. การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7 ผู้จัดทำ: ธนิตา สุนทรักษ์และคณะ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2550.	- ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยชี้วัดที่เหมาะสมในการวินิจฉัยความสามารถด้านโลจิสติกส์ให้กับผู้ประกอบการ SMEs ของประเทศไทยโดยทำการพัฒนาแบบประเมินขึ้นจากแบบประเมินโลจิสติกส์ (Logistics Scorecard: LSC) ของสถาบันเทคโนโลยีโตเกียว (Tokyo Institute of Technology: TIT)	คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบประเมิน 5 ด้าน ซึ่งรวมทั้งสิ้น 26 ปัจจัยชี้วัด และได้ทำการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินโดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนาจากองค์กรต่างๆ ทั้งหมด 61 องค์กรผลจากการแบบประเมินสรุปได้ว่าปัจจัยชี้วัดทั้ง 26 ปัจจัยนั้น ไม่มีปัจจัยชี้วัดใดที่ถูกคัดออก จะมีเพียงปัจจัยชี้วัดในขอบเขตการประเมินด้านที่ 4 ซึ่งก็คือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำ นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้เสนอให้เพิ่มปัจจัยชี้วัดด้านทรัพยากรมนุษย์ด้วย
10	การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้จัดทำ: นิยม คำบุญหาครารักษ์ เชนพลมมาคย์ และ ถ้ายอง ปลั่งกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550.	- เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน การประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนด้านปัจจัยนำเข้า ด้านกระบวนการด้านผลการดำเนินงาน และด้านผลกระทบ - เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานในด้านการจัดการด้านการผลิต ด้านการเงิน/บัญชี และด้านการตลาด รวมทั้งทำการประเมินศักยภาพการดำเนินงานวิสาหกิจ	จากการศึกษาบริบทการดำเนินงานพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อตั้งขึ้นมาด้วยความร่วมมือกันเองของสมาชิกผลิตภัณฑ์ที่ผลิตใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดมากกว่าภายในชุมชน เงินทุนหมุนเวียนได้มาจากสมาชิกกลุ่ม ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่มได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานในท้องถิ่นไม่มากนัก ในส่วนของหน่วยราชการได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้วยการให้ความรู้ เงินทุนและส่งเสริมการตลาด ส่วนของด้านปัจจัยนำเข้ามีผลการดำเนินงานและการส่งเสริมในระดับมาก และเข้าหลักเกณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน เงินทุนหมุนเวียนที่ได้จากสมาชิกในกลุ่ม แต่ที่ไม่เข้าเกณฑ์ก็คือ วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากในชุมชน ในด้านของกระบวนการมีความเห็นด้วยในระดับมาก เช่น ความร่วมมือกันของสมาชิก การบริหารจัดการของกรรมการมีความเหมาะสมชัดเจน ด้านผลการดำเนินงานพบว่า กลุ่มมีการพัฒนาต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยอมรับในระดับจังหวัด แต่รายได้ยังไม่ค่อยแน่นอนและไม่พอเพียง สำหรับด้านผลกระทบ ประเด็นในเรื่องของความสามารถในการพึ่งตนเองยังไม่เข้าเกณฑ์ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่เป็นเชิงพาณิชย์ในทางใดก็ตาม

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ ที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
		ชุมชนใน 2 ส่วนคือ การประเมินกระบวนการและการประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน	วิสาหกิจชุมชน เพราะกลุ่มยังต้องการการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานจากทั้งหมด 10 กลุ่มที่ได้ทำการศึกษาพบว่า ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ดี 6 กลุ่ม ส่วนอีก 4 กลุ่มมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
11	คู่มือวินิจฉัยความสามารถทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการทางธุรกิจ ผู้จัดทำ : เผ่าศักดิ์ สิริสุข มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และคณะ, 2550.	- เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้องค์กรธุรกิจในประเทศสามารถวิเคราะห์และพัฒนาศามารถการแข่งขันระดับสากล	ผู้วิจัยสร้างเกณฑ์ประเมินศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการจัดทำแบบประเมินศักยภาพได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็น 3 ประเภทตามลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และกลุ่มอุตสาหกรรมบริการด้านโลจิสติกส์ โดยใช้ดัชนีชี้วัดศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านใหญ่ๆ ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์องค์กร 2) ด้านการวางแผนและความสามารถในการปฏิบัติงาน 3) ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์ 4) ด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือกันระหว่างองค์กร โดยแต่ละด้านจะแบ่งระดับการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ เรียงจากระดับศักยภาพต่ำที่สุดไปหาระดับศักยภาพสูงที่สุด ตามลำดับ
12	โครงการการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการ SMEs ด้านโลจิสติกส์. การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7. ผู้จัดทำ : รุธีร์ พนมขงค์ และกวิถกฤษฎเจริญ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.	- เพื่อพัฒนาขีดความสามารถ และประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางในการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละแห่งโดยใช้วิธีการที่เรียกว่า “Logistics Audit and Implementation Methodology”	งานวิจัยนี้ได้ศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถและประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางในการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละแห่งโดยใช้วิธีการที่เรียกว่า “Logistics Audit and Implementation Methodology” ผลการวิจัยพบว่า มีกิจกรรมที่ไม่สร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นในกระบวนการมี 4-22% กิจกรรมที่สร้างมูลค่ามี 17-29% และกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าแต่จำเป็นมีสัดส่วนสูงที่สุดถึง 50-74% ซึ่งเกิดจากความผันผวนด้านต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ ที่	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ผลการศึกษา
13	<p>การพัฒนาเครื่องมือ สำหรับการวินิจฉัย ความสามารถ ทางด้านโลจิสติกส์ของ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ของไทย.การ ประชุมเชิงวิชาการ ประจำปีด้านการ จัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7. ผู้จัดทำ : รุจิร พนมขงศ์, ไพฑูรย์ วราเศษตติวงศ์ และ ปรัชญา ประกอบกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2550.</p>	<p>- เพื่อใช้เครื่องมือสำหรับ วัดประสิทธิภาพด้าน โลจิสติกส์ผู้ประกอบการ ในระดับ SMEs ไทยให้ เหมาะสมกับลักษณะ ธุรกิจของ SMEs ทำให้ สามารถวินิจฉัยได้อย่าง มีประสิทธิภาพ</p>	<p>งานวิจัยได้พัฒนาเครื่องมือสำหรับวัดประสิทธิภาพ ด้าน โลจิสติกส์ผู้ประกอบการ ในระดับ SMEs ไทย เนื่องจาก เครื่องมือที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันนั้นยังไม่เหมาะสมกับลักษณะ ธุรกิจของ SMEs ทำให้ไม่สามารถวินิจฉัยได้อย่างถ่องแท้ ซึ่ง คณะผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือมาตรฐานสำหรับการวินิจฉัย ความสามารถด้านโลจิสติกส์สำหรับ SMEs เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถและศักยภาพในการแข่งขัน ทราบสมรรถนะ ด้าน โลจิสติกส์ขององค์กรและทำให้ SMEs ไทยพัฒนาสู่ความ เป็นเลิศได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม
3. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
4. กำหนดแผนการสุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง
5. เก็บรวบรวมข้อมูล ตามแผนการสุ่มตัวอย่างที่กำหนด
6. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) และลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ดังนี้

3.1.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจของผู้ประกอบการประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์ในที่ทำงาน ลักษณะลูกค้า ระบบการผลิต อายุ สินค้า การขนส่งสินค้าไปจำหน่าย วิธีการขนส่ง และรูปแบบคลังสินค้า

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานภายในองค์กร โดยใช้ประยุกต์มาจากแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการ โซ่อุปทานและโลจิสติกส์ (คณพันธ์ วิสุววรรณ และวลัยลักษณ์ อัครีวงศ์, 2552 ; Enkawa, 2005)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลในการดำเนินงานขององค์กร

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้สุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จำแนกตามจังหวัดของผู้ประกอบการได้ รวมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาเท่ากับ 210 ราย ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่กำหนดตามแผนการสุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการที่เก็บได้จริง จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการตามแผนสุ่มตัวอย่าง	จำนวนผู้ประกอบการที่เก็บได้จริง
1	30	28
2	30	30
3	30	30
4	30	32
5	30	30
6	30	32
7	30	28
รวม	210	210

3.3 สถิติทดสอบ

3.3.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

เป็นการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามที่ได้รับผลมาจากตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป ซึ่งจะทำให้การพยากรณ์เข้าใกล้ความจริงและถูกต้องยิ่งขึ้น ซึ่งต้องมีปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่า 1 ตัวแปร เพื่อนำมาอธิบายหรือพยากรณ์ตัวแปร โดยสมการเพื่อพยากรณ์มีลักษณะ ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} \dots + \beta_k X_{ki} + \epsilon_i \quad (3.1)$$

เมื่อ Y_i = ค่าสังเกตที่ i ของตัวแปรตามของประชากร

X_{ij} = ค่าที่สังเกตที่ i ของตัวแปรอิสระที่ j เมื่อ $j = 1, 2, \dots, k$

β_0 = ค่าที่ตัดแกน Y ของสมการเส้นตรง (เมื่อ X_i ทุกค่าเป็น 0)

β_j = ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยบางส่วน (Partial Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระที่ j

ϵ_i = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ i

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อสมมติ (Assumption) ของความคลาดเคลื่อน

1. ϵ_i มีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยมีค่าคาดหวัง (Expected Value) เป็นศูนย์และมีความแปรปรวนคงที่
2. ϵ_i และ ϵ_j สำหรับ $i \neq j$ เป็นอิสระต่อกัน
3. X_{ij} แต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน

โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณจะใช้เมตริกซ์เป็นเครื่องมือโดยกำหนดค่าต่าง ๆ ดังนี้

- สมการการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ
- ค่าประมาณค่า Y_i ที่กำหนดได้จากกลุ่มตัวอย่าง เขียนเป็นสมการเรียกว่า สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยสมการเป็นดังนี้

$$Y_i = b_0 + b_1 X_{i1} + b_2 X_{i2} + \dots + b_k X_{ik} \quad (3.2)$$

โดยที่ Y_i เป็นค่าประมาณของ Y และ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ เป็นค่าประมาณ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ ตามลำดับ ในการหาตัวประมาณ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ ของ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ จะหาได้โดยใช้วิธี Least Squares Method

ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณจะใช้เมตริกซ์เป็นเครื่องมือ จะได้สูตรการประมาณค่า ดังนี้

$$b = (X'X)^{-1} X'Y \quad (3.3)$$

เมื่อ

$$Y = \begin{pmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ \vdots \\ Y_k \end{pmatrix}, \quad X = \begin{pmatrix} 1 & X_{11} & X_{k1} \\ 1 & X_{12} & X_{k2} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 1 & X_{1n} & X_{kn} \end{pmatrix}, \quad b = \begin{pmatrix} b_0 \\ b_1 \\ b_2 \\ \vdots \\ b_k \end{pmatrix}$$

การทดสอบสมการความถดถอยเชิงซ้อนโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$

$H_1 : \beta_j$ อย่างน้อย 1 ค่าที่ไม่เท่ากับ 0: $i = 1, 2, 3, \dots, k$

เมื่อ β_k เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณ

คือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$F = \frac{(b'X'Y - ny^2)/k}{(Y'Y - b'X'Y)/(n - k - 1)} \quad (3.4)$$

เปรียบเทียบค่า F ที่ได้จากการคำนวณกับค่า F จากตารางที่ $df = n - k - 1$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05 และ 0.01

ถ้าค่า F ที่ได้จากการคำนวณมีค่ามากกว่าค่า F จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แสดงว่า Y ไม่มีความสัมพันธ์กับ X ทั้ง k ตัว ในรูปเชิงเส้น

ถ้าค่า F ที่ได้จากการคำนวณมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า F ที่ได้จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α จะยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่ามี X_j อย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับ Y ในรูปเชิงเส้น จึงต้องทดสอบต่อไปว่า X_j ตัวใดมีความสัมพันธ์กับ Y โดยใช้สถิติทดสอบเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์การถดถอยทดสอบต่อไป

การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (Regression Coefficient)

สมมติฐาน $H_0 : \beta_j = 0$
 $H_1 : \beta_j \neq 0$

สถิติที่ทดสอบ $t = \frac{b_j - \beta_j}{S_{b_j}} \quad (3.5)$

S_{b_j} คำนวณได้จากการถอดรากกำลังสองของ $Var(b_j)$ ซึ่งคำนวณได้จากสูตร $Var(b_j) = \sigma^2 (X'X)^{-1} \quad (3.6)$

เมื่อ σ^2 คือค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อน ซึ่งประมาณได้จาก $(Y'Y - b'X'Y)/(n - k - 1)$

เปรียบเทียบค่า t ที่ได้จากการคำนวณกับค่า t ที่ได้จากตารางที่ $df = n - k - 1$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05 และ 0.01 ถ้าค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า t ที่ได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ α จะยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 แสดงว่าค่า $\beta_j = 0$ นั่นคือ ตัวแปร X_j ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปร Y เป็นเส้นตรง ถ้าค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่ามากกว่าค่า t ที่ได้จากตารางที่ระดับนัยสำคัญ α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แสดงว่าค่า $\beta_j \neq 0$ นั่นคือ ตัวแปรตาม X_j มีอิทธิพลต่อตัวแปร Y

การแปลความหมายเมื่อ b_j มีนัยสำคัญ แปลความความได้ว่าเมื่ออิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ j เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่าของตัวแปรตามจะเปลี่ยนแปลงไป b_j หน่วย เมื่ออิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ คงที่

Coefficient of Determination , R^2

ในการใช้สมการไปพยากรณ์ค่า Y ค่า R^2 บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์โดยบอกให้ทราบถึง ร้อยละความแปรปรวนของ Y ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยเส้น Regression คำนวณจากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่ง $R^2 = \frac{b'X'Y}{Y'Y}$ ไปใช้ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประ (3.7) ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

Y_i = ตัวแปรตาม เมื่อ $i = 1, 2, \dots, k$

X_{ij} = ค่าสังเกต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน” เป็นการศึกษาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ คือ เกณฑ์การประเมินศักยภาพการบริหารจัดการ โซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ต้นแบบ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1)
2. กลุ่มธุรกิจการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2)
3. กลุ่มธุรกิจการวัดศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (X_3)
4. กลุ่มธุรกิจประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_4)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลดำเนินงานขององค์กร (Y_1) และประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Y_2)

ผลการวิเคราะห์ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ในด้านผลการดำเนินงานขององค์กร (Y_1)
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Y_2)

4.1 ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 รายแสดงดังตารางที่ 4.1

- ลักษณะลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคชั้นสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ ลูกค้าที่เป็น SMEs และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่คิดเป็นร้อยละ 24.6 และ 12.7 ตามลำดับ

- การผลิต ส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและการผลิตเพื่อเก็บสต็อก คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การผลิตเพื่อเก็บสต็อกไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 21.0 9.0 และ 6.0 ตามลำดับ

- อายุสินค้า ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 1 ปีคิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา คือ อายุสินค้า 1 เดือน ถึง 1 ปี ไม่หมดอายุ และน้อยกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.5 18.2 และ 6.4 ตามลำดับ

- การขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่าย ส่วนใหญ่ขนส่งเองคิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมา คือ ลูกค้ามารับเองว่าจ้างบุคคลที่ 3 ในการขนส่ง และรวมกลุ่มกันกับผู้ผลิตรายอื่นเพื่อจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 29.3

23.8 และ 3.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เส้นทางที่ใช้ขนส่งภายในประเทศ ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์คิดเป็นร้อยละ 89.31 รองลงมา คือ รถไฟเร็ว และ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 6.29 2.52 และ 1.89 ตามลำดับ

- รูปแบบคลังสินค้า ส่วนใหญ่มีคลังสินค้าเป็นของตนเองคิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมา คือ เช่าคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
- ลักษณะลูกค้า		
ผู้บริโภคนขั้นสุดท้าย	148	62.7
SMEs	58	24.6
อุตสาหกรรมขนาดใหญ่	30	12.7
รวม	236	100.00
- ระบบการผลิต		
การผลิตเพื่อเก็บสต็อก	18	9.0
การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	45	21.0
ทั้ง 2 แบบ	135	64.0
ไม่ระบุ	12	6.0
รวม	210	100.00
- อายุสินค้า		
น้อยกว่า 1 เดือน	14	6.4
1 เดือน - 1 ปี	54	24.5
มากกว่า 1 ปี	112	50.9
ไม่หมดอายุ	40	18.2
รวม	220	100.00
- การขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่าย		
ขนส่งเอง	111	43.4
ลูกค้ามารับเอง	75	29.3
ว่าจ้างบุคคลที่ 3 ในการขนส่ง	61	23.8
รวมกลุ่มกันกับผู้ผลิตรายอื่นเพื่อจัดจำหน่าย	9	3.5
รวม	256	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบจำแนกตามข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
- เส้นทางที่ใช้ขนส่งภายในประเทศ		
รถยนต์	193	91.5
เรือ	4	1.9
เครื่องบิน	3	1.4
รถไฟ	10	4.8
รวม	210	100.00
- รูปแบบคลังสินค้า		
มีคลังสินค้าเป็นของตนเอง	182	86.7
เช่าคลังสินค้า	28	13.3
รวม	144	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านผลการดำเนินงานขององค์กร

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยตัวแปรอิสระ(Y_{1i}) เมื่อ $i=1,2,3,4$ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ในองค์กร โดยตัวแปรตาม (X_1-X_4) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม ในองค์กร ผลการวิเคราะห์ แสดงดังนี้

4.2.1 ผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจ (Y_{1i})

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Y_{1i}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4.1 โดยตัวแบบที่ 4 มีค่า $R^2 = 0.823$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจ (Y_{1i}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์และ โซ่อุปทาน (X_3)
- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2)
- กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1)
- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_4)

ตารางที่ 4.2 ตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.788	.787	6.23408
2	.897 ^b	.805	.802	6.00543
3	.904 ^c	.817	.813	5.83033
4	.907 ^d	.823	.818	5.75291

a. Predictors: (Constant), X_3

b. Predictors: (Constant), X_3 , X_2

c. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_4

d. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_4 , X_1

e. Dependent Variable: Y_{1i}

จากตารางที่ 4.3 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{1i} = 2.505 + 0.346X_1 + 0.233X_2 + 0.349X_3 - 0.419X_4$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ

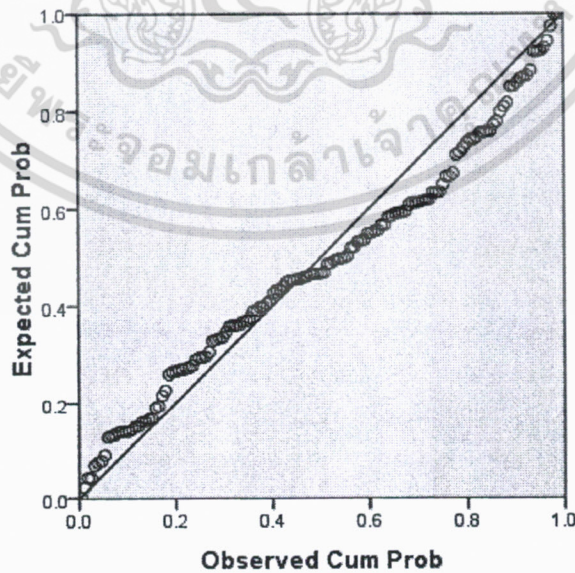
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
4 (Constant)	2.505	1.060		2.364	.019
X3	.349	.089	.588	3.928	.000
X2	.233	.082	.255	2.838	.005
X4	-.419	.143	-.224	-2.938	.004
X1	.346	.159	.278	2.183	.031

a. Dependent Variable: Y₁₁

การทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น จากรูปที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ โดยมีค่าDubin-Watsonเท่ากับ1.978 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกันและค่า VIF เท่ากับ 5.638 จึงแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน(ซึ่งในหัวข้อ 4.2.2 - 4.2.4 และ 4.3.1 - 4.3.6 ก็จะมีการดำเนินการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้นนี้ในทำนองเดียวกัน)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y11



รูปที่ 4.1 กราฟค่าตัวเศษเหลือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน (Y_{12})

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน (Y_{12}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอย แสดงได้ดังตารางที่ 4.4 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.787$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน (Y_{12}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2)
- กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1)

ตารางที่ 4.4 ตัวแบบด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.779	.777	2.31714
2	.887 ^b	.787	.784	2.28236

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

c. Dependent Variable: Y_{12}

จากตารางที่ 4.5 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{12} = -0.513 + 0.096X_1 + 0.230X_2$

ตารางที่ 4.5 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านการเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	-.513	.414		-1.239	.217
X2	.230	.030	.691	7.549	.000
X1	.096	.041	.211	2.309	.022

a. Dependent Variable: Y_{12}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ และเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 ด้านคุณภาพของงาน (Y_{13})

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน(Y_{13})กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4.6 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.613$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อคุณภาพของงาน (Y_{13}) ดังนี้

- กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1)
- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2)

ตารางที่ 4.6 ตัวแบบด้านคุณภาพของงาน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.593	2.23189
2	.783 ^b	.613	.608	2.19237

a. Predictors: (Constant), X_1

b. Predictors: (Constant), X_1 , X_2

c. Dependent Variable: Y_{13}

จากตารางที่ 4.7 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ดังนี้ $\hat{Y}_{13} = 0.398 + 0.160X_1 + 0.072X_2$

ตารางที่ 4.7 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านคุณภาพของงาน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	.398	.397		1.002	.318
X1	.160	.040	.496	4.023	.000
X2	.072	.029	.305	2.476	.014

a. Dependent Variable: Y_{13}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ และเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.2.4 ด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม (Y_{14})

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม(Y_{14})กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์การสงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.630$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อต้นทุนของแต่ละกิจกรรม(Y_{14}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)
- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)

ตารางที่ 4.8 ตัวแบบด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.606	3.36558
2	.794 ^b	.630	.625	3.28496

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_4

c. Dependent Variable: Y_{14}

จากตารางที่ 4.9 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{14} = 0.269 + 0.212X_2 + 0.182X_4$

ตารางที่ 4.9 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านต้นทุนของแต่ละกิจกรรม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
2 (Constant)	.269	.600		.448	.655
X2	.212	.031	.583	6.744	.000
X4	.182	.064	.245	2.830	.005

a. Dependent Variable: Y_{14}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ และเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Y_2)

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยตัวแปรอิสระ(Y_{2i}) เมื่อ $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6$ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

โดยตัวแปรตาม ($X_1 - X_4$) ได้จากการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ในและ ผลการวิเคราะห์ แสดงดังนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 ผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ (Y_{21})

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ (Y_{21}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอย แสดงได้ดังตารางที่ 4.10 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.604$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ (Y_{21}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)
- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)

ตารางที่ 4.10 ตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.582	8.51342
2	.777 ^b	.604	.598	8.35328

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_4

c. Dependent Variable: Y_{21}

จากตารางที่ 4.11 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{21} = 0.304 + 0.519X_2 + 0.415X_4$

ตารางที่ 4.11 ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	.304	1.527		.199	.842
X2	.519	.080	.582	6.494	.000
X4	.415	.163	.228	2.541	.012

a. Dependent Variable: Y_{21}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงแบบปกติและไม่เป็นอิสระจากกันเมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วจึงมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 ผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด(Y_{22})

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด(Y_{22}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4.12 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.554$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด(Y_{22}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)
- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)

ตารางที่ 4.12 ตัวแบบของผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.534	.530	11.79543
2	.744 ^b	.554	.548	11.57732

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_4

c. Dependent Variable: Y_{22}

จากตารางที่ 4.13 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{22} = 2.319 + 0.627X_2 + 0.571X_4$

ตารางที่ 4.13 ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	2.319	2.116		1.096	.275
X2	.627	.111	.538	5.658	.000
X4	.571	.226	.240	2.522	.013

a. Dependent Variable: Y_{22}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงแบบปกติและไม่เป็นอิสระจากกัน เมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วจึงมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 ด้านสภาวะทางกายภาพ (Y_{23})

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านสภาวะทางกายภาพ(Y_{23}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4.14 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2=0.371$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อสภาวะทางกายภาพ(Y_{23}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)
- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)

ตารางที่ 4.14 ตัวแบบด้านสภาวะทางกายภาพ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.348	11.01437
2	.609 ^b	.371	.362	10.89869

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_4

c. Dependent Variable: Y_{23}

จากตารางที่ 4.15 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{23} = 3.603 + 0.381X_2 + 0.427X_4$

ตารางที่ 4.15 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านสภาวะทางกายภาพ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	3.603	1.992		1.809	.073
X2	.381	.104	.412	3.650	.000
X4	.427	.213	.226	2.002	.047

a. Dependent Variable: Y_{23}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงแบบปกติ แต่เป็นอิสระจากกัน เมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วจึงมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.4 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี(Y_{24})

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี(Y_{24}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอย แสดงได้ดังตารางที่ 4.16 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.502$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี(Y_{24}) ดังนี้

- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)
- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)

ตารางที่ 4.16 ตัวแบบของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.470	8.91519
2	.709 ^b	.502	.495	8.70045

a. Predictors: (Constant), X_4

b. Predictors: (Constant), X_4 , X_2

c. Dependent Variable: Y_{24}

จากตารางที่ 4.17 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{24} = 2.149 + 0.236X_2 + 0.0777X_4$

ตารางที่ 4.17 ตัวแปรอิสระของตัวแบบของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	2.149	1.590		1.352	.179
X4	.777	.170	.459	4.571	.000
X2	.236	.083	.285	2.837	.005

a. Dependent Variable: Y_{24}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติแต่ไม่เป็นอิสระจากกันเมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.5 ด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ (Y_{25})

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ (Y_{25}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดัง ตารางที่ 4.18 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.510$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ (Y_{25}) ดังนี้

- กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_4)
- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)

ตารางที่ 4.18 ตัวแบบด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.487	8.77725
2	.714 ^b	.510	.503	8.64286

a. Predictors: (Constant), X_4

b. Predictors: (Constant), X_4 , X_2

c. Dependent Variable: Y_{25}

จากตารางที่ 4.19 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ดังนี้ $\hat{Y}_{25} = 2.149 + 0.193X_2 + 0.872X_4$

ตารางที่ 4.19 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านการส่งเสริมจากทางภาครัฐ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	2.918	1.580		1.847	.067
X4	.872	.169	.514	5.162	.000
X2	.193	.083	.232	2.328	.021

a. Dependent Variable: Y_{25}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ แต่ไม่เป็นอิสระจากกัน เมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.6 ด้านสภาวะทางสังคม(Y_{26})

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านสภาวะทางสังคม(Y_{26}) กับตัวแปรตามทั้ง 4 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4.20 โดยตัวแบบที่ 2 มีค่า $R^2 = 0.394$ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลมีต่อด้านสภาวะทางสังคม(Y_{26}) ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)

ตารางที่ 4.20 ตัวแบบด้านสภาวะทางสังคม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.390	1.70713

a. Predictors: (Constant), X_2

b. Dependent Variable: Y_{26}

จากตารางที่ 4.21 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้ $\hat{Y}_{26} = 0.134 + 0.093X_2$

ตารางที่ 4.21 ตัวแปรอิสระของตัวแบบด้านสภาวะทางสังคม

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.134	.309		.434	.665
X2	.093	.010	.628	9.572	.000

a. Dependent Variable: Y_{26}

โดยผลจากการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีการแจกแจงแบบปกติและไม่เป็นอิสระจากกัน แต่เมื่อแปลงค่าความคลาดเคลื่อนด้วยวิธีลอการิทึมแล้วพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติและเป็นอิสระจากกันและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การประเมินศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อสร้างแบบประเมินตนเองและสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถตรวจประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานของตนเองได้

2. เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน และสำรวจปัญหาจากการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานภายในองค์กร

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผลการดำเนินงานขององค์กร

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑลการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้สุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและได้รับคืนทั้งสิ้น 210 ชุดนำข้อมูลมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุและข้อกำหนดเบื้องต้น

5.1 ผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ส่วนใหญ่จะขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคโดยตรง และจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ส่วนหนึ่งผลิตเก็บไว้ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่สินค้าจะมีอายุเก็บได้มากกว่า 1 ปี การขนส่งสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายนั้นผู้ประกอบการจะขนส่งเองโดยต่างคนต่างส่ง และใช้รถยนต์ในการขนส่ง รวมทั้งมีคลังสินค้าเป็นของตัวเอง

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการประกอบไปด้วย ปัจจัยทั้ง 4 กล่าวคือ กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (X_3) และกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_4) โดยที่จะพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือระหว่างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_1) โดยที่จะพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือระหว่างองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือหากมีความร่วมมือกันในระดับองค์กรและความร่วมมือระหว่างองค์กร(X_1) ก็จะทำให้ผู้ประกอบการลดผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจลงได้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการเงิน / ความสามารถด้านการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) กล่าวคือ หากผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันและมีการวางแผนที่ดีโดยที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้แล้วจะทำให้ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และความสามารถในการแข่งขันดีขึ้นไปด้วยสำหรับงานด้านคุณภาพงาน ก็พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพขององค์กรก็จะเป็นปัจจัยเดียวกัน กล่าวคือถ้าหากผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันและมีการวางแผนที่ดีโดยที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้แล้วจะทำให้ผลการดำเนินงานด้านคุณภาพงานดีขึ้นไปด้วยเช่นกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดัชนีของแต่ละกิจกรรม ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2)และกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(X_1) กล่าวคือ หากผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันและมีการวางแผนที่ดีโดยที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้แล้ว และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ จะส่งผลต่อดัชนีการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม

ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่กลยุทธ์ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน(X_2) และกลยุทธ์ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_1) ดังนั้น หากผู้ที่เกี่ยวข้องจะส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถอยู่รอดได้และแข่งขันได้อย่างยั่งยืนแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยเริ่มจากการบันทึกข้อมูล การจัดการด้านต่างๆภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมีระเบียบแบบแผน และดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลตามแผนงานที่วางไว้ โดยควรจะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆเข้ามาประยุกต์ใช้ในเบื้องต้น เช่น มีการบันทึกข้อมูลโดยนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน และสามารถนำข้อมูลต่างๆที่บันทึกไว้อย่างเป็นระบบ ไปใช้ช่วยในการวางแผนพยากรณ์คำสั่งซื้อและการจัดการเกี่ยวกับสินค้าคงคลังต่างๆในองค์กร ก็จะเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้ดีขึ้นสามารถตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ทันตามกำหนดเวลา ด้วยต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขึ้น เช่น ศึกษาในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ เพื่อทราบปัญหาในการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นได้เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กัญญาภัก ขยามาโมได้. 2551. การสร้างรูปแบบเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว กับ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กาญจนา ททรัพย์นุ้ย และประสงค์ ดันพิชัย. 2553. การเชื่อมโยงความรู้ใน โซ่อุปทานการผลิตกล้วยไม้ในจังหวัด นครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต กำแพงแสน.
- กิริติ วงศ์ไวศยวรรณ. 2551. การพัฒนารูปแบบการประเมินสมรรถนะ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรม อัญมณี. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, การกิจ โครงการและประสานงานวิจัย.
- กรกฎ ไบบัวเทศ ทิพย์awangศ์. 2553. ปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในโซ่อุปทานที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพด้านการเงิน ขององค์กรในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐาปนา บุญหล้า. 2549. “โลจิสติกส์ประเทศไทย” พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
- ธนิดา สุনারักษ์และคณะ. 2550. โครงการการศึกษาหาปัจจัยชี้วัดที่เหมาะสมในการวินิจฉัยความสามารถ ทางด้าน โลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs. การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. 2550. “กลเม็ดเคล็ดลับจากเจ้าแห่ง OTOP”. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา : <http://pcoc.moc.go.th/pcocsys/uploadfile/25/OTOP.doc>. (13 มกราคม 2551)
- วิทยา สุหฤทธดำรง. 2546. “โลจิสติกส์และการจัดการ โซ่อุปทาน” กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย. 2549. “การจัดการ โซ่อุปทานคือกุญแจสู่ความสำเร็จของ SMEs ไทยจริงหรือ”.
[ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://www.lgmclub.com/index.php?option=com_content &task=view&id=70&Itemid=43. (3 กุมภาพันธ์ 2551)
- ดวงพรรณ ศฤงคารินทร์ และเดือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์. 2551. “คู่มือผู้เข้าอบรมหลักสูตรการพัฒนาผู้บริหาร ระดับกลาง” : สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาแห่งชาติ.
- คนุพันธ์ วิสุวรรณ และวลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์. 2552. การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี. รายงานการวิจัย.
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ.
- ทิพย์วิมล อุ่นป้อง. 2550. การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบางกลุ่มภายใต้โครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาศึกษาศาสตร- มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นิยม คำบุญทา ดร.กรณีย์ เดชพลมาตย์ และถ้ายอง ปลั่งกลาง. 2550. การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เผ่ากัศ ศิริสุข และคณะ. 2550. “คู่มือวินิจฉัยความสามารถทางด้าน โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการทางธุรกิจ” รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- บาลินท์ ท้ามตัน.2546. การสร้างเกณฑ์ประเมินงานส่งเสริมวิชาการในสถาบันราชภัฏ เขตภูมิภาคภาคใต้. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ.2552.การจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมกึ่ง : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมกึ่งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รุธิร์ พนมยงค์,ไพฑูริย์ วราเศษตติวงศ์ และปรัชญา ประกอบกิจ. 2550. การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวินิจฉัยความสามารถทางด้าน โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ของไทย. การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุธิร์ พนมยงค์ และกวีล กฤษเจริญ. 2550. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการ SMEs ด้านโลจิสติกส์. การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน: ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฝ่ายยุทธศาสตร์วิสาหกิจรายย่อย.(2550). “รายงานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ปี 2549 (ฉบับปรับปรุง)”.[ออนไลน์]
แหล่งที่มา : http://www.otoport.com/otopreport_2549.html. (3 ธันวาคม 2550)
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยความร่วมมือของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (ม.ป.ป.)“เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการเพิ่มผลผลิต”. [ออนไลน์]
แหล่งที่มา : <http://www.youthm.fipi.or.th/php> (3 ธันวาคม 2550)
- สิริพงศ์ จีงถาวรธม และคณะ.2553.การประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ.การประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ครั้งที่ 10, อ่าวนาง กระบี่ : หน้า 70.
- สุวิมล ว่องวานิช. 2544. “คู่มือการประเมินผลภายในของสถานศึกษาตามมาตรฐานการศึกษา : การออกแบบระบบการประเมินภายใน”. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : วีทีซีคอมมิวนิเคชั่น.
- อภิชาติ โสภางค์และคณะ. 2551. โครงการการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในประเทศไทย.กรุงเทพมหานคร: สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือ.
- องอาจ นัยพัฒน์. 2544. “ตัวบ่งชี้เกณฑ์ และมาตรฐานในการประเมิน”. วารสารการวัดผลการศึกษา.67 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2544) : 43-56.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อรวรรณ อินทวิชญ์. 2542. “การพัฒนาเกณฑ์ประเมินคุณลักษณะครูวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษา”.
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Chow, G., Heaver, D. and Henriksson, L. 1994. Logistics performance: Definition and measurement.
International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 24(1): 17-28.

Enkawa, T. 2005. SCM Logistics Scorecard. Japan: Tokyo Institute of Technology.

Fawcett, S. E., and Cooper M. B. 1998. Logistics performance measurement and customer success. Industrial
Marketing Management, 27: 341-357.

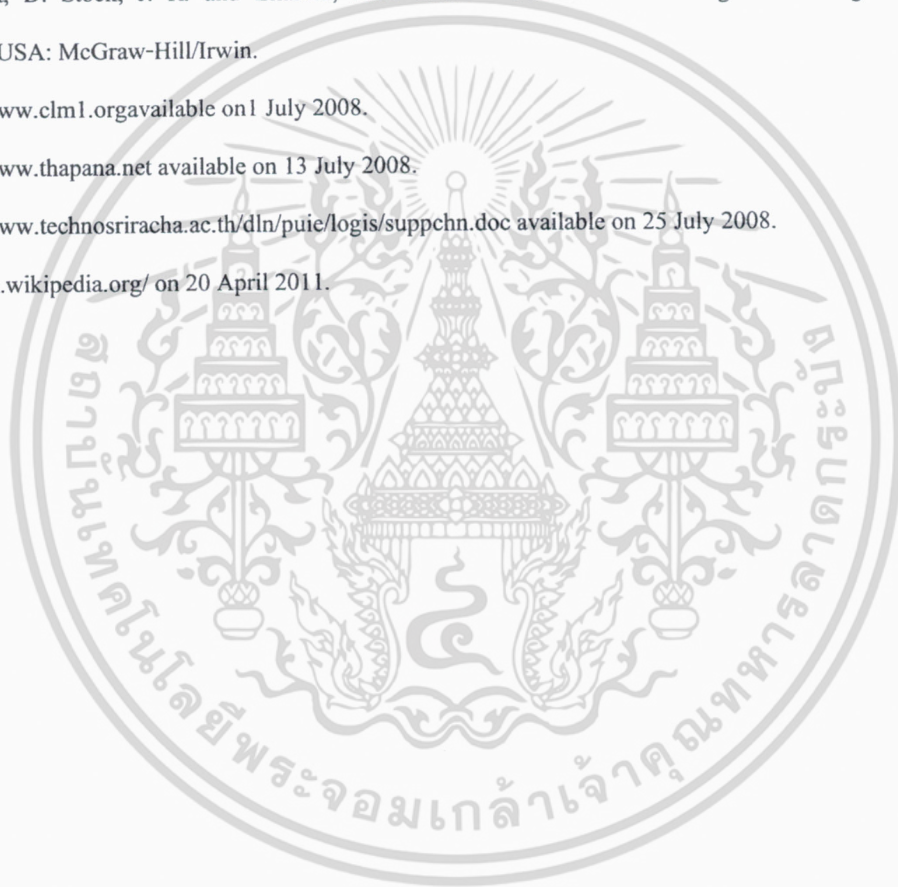
Lambert, D. Stock, J. R. and Ellaram, L.M. 2003. “Fundamental of Logistics Management”. 1st ed.,
USA: McGraw-Hill/Irwin.

<http://www.ciml.org> available on 1 July 2008.

<http://www.thapana.net> available on 13 July 2008.

<http://www.technosriracha.ac.th/dln/puie/logis/suppchn.doc> available on 25 July 2008.

<http://th.wikipedia.org/> on 20 April 2011.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สาขาภาคการผลิตในภูมิภาคและท้องถิ่น
ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องวงกลมของแต่ละหัวข้อ หรือกรอกข้อมูลในช่องว่างที่เตรียมไว้ตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง.....

ประสบการณ์การทำงานรวม.....ปี.....เดือน

- การศึกษา มัธยมศึกษา สาขา.....
 ปวช. สาขา.....
 ปวส. สาขา.....
ปริญญาตรี สาขา.....
 สูงกว่าปริญญาตรี สาขา.....
 อื่นๆ สาขา.....

1.2 ข้อมูลองค์กร

ที่ตั้ง เลขที่.....หมู่.....ถนน.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทร.....แฟกซ์.....

เว็บไซต์.....

สัดส่วนระหว่างการขายในประเทศ และการส่งออก จากยอดขายทั้งหมด (โดยประมาณ)

ภายในประเทศ.....%

ส่งออก.....%

1.3 ลักษณะของลูกค้า

- ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย SMEs
 อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.4 ระบบการผลิตของท่าน

- การผลิตเพื่อเก็บสต็อก (MTS) การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (MTO)
 ทั้ง 2 แบบ (MTS+MTO) อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.5 อายุสินค้า

- น้อยกว่า 1 เดือน 1 เดือน - 1 ปี
 มากกว่า 1 ปี ไม่หมดอายุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	การดำเนินงานภายในองค์กร	ระดับความสำคัญ			สำหรับ ผู้วิจัย
		ไม่ทำ	ทำบ้าง	ทำ สมบูรณ์ แบบ	
4. การจัดการการจัดซื้อและการผลิต					[]
4.1	การวางแผนการผลิต				[]
4.2	การผลิตแบบทันเวลาพอดี				[]
4.3	การวางแผนวัตถุดิบสำหรับการผลิต				[]
4.4	การจ้างผลิต (Outsourcing)				[]
4.5	การวิเคราะห์ต้นทุนการจัดซื้อ				[]
4.6	การใช้คอมพิวเตอร์ระบบ ERP				[]
5. การจัดการขนส่งและการกระจายสินค้า					[]
5.1	การวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย				[]
5.2	การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง				[]
5.3	การจัดเส้นทางและระบบการขนส่ง				[]
6. การออกแบบบรรจุภัณฑ์					[]
6.1	บอกรายการละเอียดสินค้า วันผลิต วันหมดอายุ				[]
6.2	ระบุมাত্রฐานของผลิตภัณฑ์				[]
6.3	สะดวกต่อการขนส่ง เคลื่อนย้าย จัดเก็บ				[]
6.4	สามารถป้องกันสินค้าได้ดี				[]
7. การสื่อสารข้อมูลระหว่างลูกค้าและการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ					[]
7.1	มีการยื่นรับรายละเอียดทั้งหมด รวมทั้งข้อตกลงต่างๆ ก่อนจะมีการจัดส่งสินค้า				[]
7.2	การส่งหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์				[]
7.3	การควบคุมข้อมูล ณ จุดขาย				[]
7.4	การนำระบบบาร์โค้ดมาใช้				[]
8. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า					[]
8.1	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์				[]
8.2	การจัดการคู่ค้าสัมพันธ์				[]
8.3	ความร่วมมือกับคู่แข่งทางการตลาด				[]
8.4	มีระบบการรับคืนสินค้าจากลูกค้า				[]
9. วัฒนธรรมองค์กร					[]
9.1	การกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ชัดเจน				[]
9.2	โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน				[]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้าน
 น-4
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	การดำเนินงานภายในองค์กร	ระดับความสำคัญ			สำหรับ ผู้วิจัย
		ไม่ทำ	ทำบ้าง	ทำ สมบูรณ์ แบบ	
9.3	กระบวนการแก้ปัญหาอย่างมีระบบ				[]
9.4	มีการประเมินประสิทธิภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง				[]
9.5	สนับสนุนการมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นของพนักงาน / ผู้ประกอบการ				[]
9.6	ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม				[]
9.7	ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานของพนักงาน / ผู้ประกอบการ				[]

ส่วนที่ 3: ผลการดำเนินงานด้านต่างๆในองค์กร

กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงขององค์กรท่านมากที่สุด

3.1 ผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ (ค่าประมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจ)	ไม่ดี (0-39%)	ปานกลาง (40-69%)	ดี (70-100%)
ก. ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า (สินค้าครบ ถูกต้อง และถูกสถานที่)	①	②	③
ข. การจัดส่งที่ตรงเวลา	①	②	③
ค. การขนส่งสินค้าทั้งเที่ยวไปและกลับ	①	②	③
ง. การขนส่งเต็มคันรถ	①	②	③
จ. การหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง	①	②	③
ฉ. อัตราการเติมเต็มเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า	①	②	③
ช. ประสิทธิภาพฝีมือแรงงาน(สินค้าครบ ถูกต้อง และตรงเวลา)	①	②	③
ซ. ความหนาแน่นในการจัดเก็บสินค้า	①	②	③
ฌ. ความสามารถในการจัดเก็บสินค้าคงคลังไม่ให้เสื่อมสภาพ	①	②	③
3.2 การเงิน/ความสามารถทางการแข่งขัน (ค่าประมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจ)	ไม่ดี (<0%)	ปานกลาง (1-9%)	ดี (>100%)
ก. อัตราการเติบโตของกำไร	①	②	③
ข. อัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด	①	②	③
ค. แนวโน้มของจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น	①	②	③

3.3 คุณภาพของงาน (ค่าประมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจ)	ไม่ดี (>2%)	ปานกลาง (0.6-2%)	ดี (0-0.5%)
ก. จำนวนงานเสียต่อจำนวนที่ผลิตได้ทั้งหมด	①	②	③
ข. อัตราการส่งคืน ส่งซ่อมและข้อร้องเรียน	①	②	③
3.4 ต้นทุนของแต่ละกิจกรรม (ค่าประมาณเพื่อช่วยในการตัดสินใจ)	ไม่ดี (>21%)	ปานกลาง (6-20%)	ดี (0-5%)
ก. ต้นทุนสินค้าต่อรายได้	①	②	③
ข. ต้นทุนขนส่งต่อรายได้	①	②	③
ค. ต้นทุนการบริหารต่อรายได้	①	②	③

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

4.1 ผลกระทบจากการสภาวะทางเศรษฐกิจ	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. อัตราเงินเฟ้อ	①	②	③
ข. อัตราดอกเบี้ย	①	②	③
ค. อัตราแลกเปลี่ยน	①	②	③
ง. อัตราภาษี	①	②	③
จ. ราคาน้ำมัน	①	②	③
ฉ. อัตราค่าจ้างแรงงาน	①	②	③
ช. ประสิทธิภาพฝีมือแรงงาน	①	②	③
4.2 ผลกระทบจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาด	ไม่มี	มีบ้าง	มีผลมาก
ก. ปริมาณอุปสงค์			
- ในประเทศ	①	②	③
- ต่างประเทศ	①	②	③
ข. ปริมาณอุปทาน			
- ในประเทศ	①	②	③
- ต่างประเทศ	①	②	③
ค. ฤดูกาล	①	②	③
ง. คุณภาพผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง	①	②	③
จ. สินค้าทดแทน	①	②	③
ฉ. อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบวัตถุดิบ (Supplier)	①	②	③
ช. อำนาจการต่อรองของลูกค้า	①	②	③

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้