

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

การวิจัยเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ด้วยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอนหลัก ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP
3. ผลการวิเคราะห์แนวทางในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม

---

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม นั่นคือ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ร้อยละ โดยข้อมูลที่ี้ได้สามารถจำแนกได้ตามรายละเอียดในตารางที่ 2- ตารางที่ 13 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนของพนักงานในองค์กรของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

จำนวนพนักงาน	ร้อยละ
Valid 1-7	36.6
8-20	40.3
21-50	16.2
51-75	3.9
76-100	1.4
มากกว่า 101	1.5
รวม	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีจำนวนลูกจ้างอยู่ระหว่าง 1-20 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนลูกจ้างระหว่าง 8-20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างอยู่ระหว่าง 1-7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 และผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างอยู่ระหว่าง 21-50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 นอกนั้นผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างอยู่ตั้งแต่ 51-100 คน ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละเฉลี่ย 2.26

ตารางที่ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

รายได้ (บาท)	ร้อยละ
Valid น้อยกว่า 25,000	24.2
25,001-50,000	38.0
50,001-100,000	20.4
100,001-200,000	10.6
มากกว่า 200,001	6.8
รวม	100

จากตารางที่ 3 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท โดยพบผู้ประกอบการที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้น้อยกว่า 25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และผู้ประกอบการที่มีรายได้ระหว่าง 50,001-100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.4 แต่อย่างไรก็ตาม จะพบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้ 100,001-200,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.6 และผู้ประกอบการที่มีรายได้มากกว่า 200,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4 ระยะเวลาของการจัดตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาการจัดตั้งธุรกิจ	ร้อยละ (%)
Valid น้อยกว่า 1 ปี	.8
1-3 ปี	25.2
3-5 ปี	29.8
5-7 ปี	21.2
มากกว่า 7 ปี	23.0
รวม	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วง 1-5 ปี โดยผู้ประกอบการร้อยละ 29.8 ดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-5 ปี รองลงมา มีผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.2 ขณะที่ผู้ประกอบการมีการดำเนินธุรกิจยาวนานเกินกว่า 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 และร้อยละ 21.2 จัดตั้งธุรกิจระหว่าง 5-7 ปี

ตารางที่ 5 บทบาทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

บทบาทของผู้ประกอบการ	ร้อยละ (%)
Valid ผู้ผลิต	5.7
ผู้จำหน่าย	9.6
ผู้กระจายสินค้า	2.9
ผู้ผลิตและจำหน่าย	81.8
รวม	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าร้อยละ 81.8 โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ทำการผลิตสินค้าแล้วนำไปจำหน่ายเอง ขณะที่ผู้ประกอบการที่ไปซื้อสินค้าหรือเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้านี้มีร้อยละ 9.6 นอกจากนี้ ยังพบผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตสินค้านี้ร้อยละ 5.7 และผู้ประกอบการที่เป็นผู้กระจายสินค้านี้ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 รูปแบบของการบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP

รูปแบบการบริหาร	ร้อยละ (%)
Valid ไม่มีการรวมกลุ่มต่างคนต่างผลิต	17.5
มีผู้นำกลุ่มแต่ไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่ม	17.5
มีผู้นำกลุ่ม มีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม	59.2
อื่นๆ	5.8
รวม	100

จากตารางที่ 6 พบว่า รูปแบบของการบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ร้อยละ 59.2 มีผู้นำกลุ่มและมีระเบียบปฏิบัติและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีผู้นำกลุ่มแต่ยังไม่มีการกำหนดระเบียบปฏิบัติของกลุ่ม และผู้ประกอบการไม่มีการรวมกลุ่ม คือ ผู้ประกอบการจะทำการผลิตหรือจำหน่ายโดยตัวของตัวเองไม่พึ่งพาอาศัยผู้อื่นร้อยละ 17.5

ตารางที่ 7 แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP

แหล่งของวัตถุดิบ	ร้อยละ (%)
Valid ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด	36.6
ใช้วัตถุดิบภายนอกจังหวัดทั้งหมด	9.6
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80	17.2
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80	36.6
รวม	100

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP มีการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ภายในจังหวัด โดยผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมดเพื่อผลิตสินค้า และผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 36.6 ขณะที่ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 17.2 ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากกรุงเทพและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ ยังพบว่ามีผู้ประกอบการที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP โดยมีการสั่งซื้อวัตถุดิบภายนอกจังหวัดทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 9.6

ตารางที่ 8 ช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการใช้ในการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่วงเวลาที่ใช้ในการผลิต/จำหน่ายสินค้า	ร้อยละ (%)
Valid ช่วงเวลาว่างของงานประจำหรืองานเกษตร	7.8
ทำการผลิตเฉพาะบางฤดูกาล	5.9
ทำการผลิตเต็มเวลา	84.9
อื่นๆ	1.9
รวม	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเต็มเวลา โดยไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นใด คิดเป็นร้อยละ 84.9 ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 7.8 ใช้เวลาช่วงว่างจากงานประจำหรือช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร ส่วนผู้ประกอบการร้อยละ 5.9 จะทำการผลิตเฉพาะบางฤดูกาล และผู้ประกอบการร้อยละ 1.9 จะใช้ช่วงเวลาในการผลิต/จำหน่ายสินค้าอื่นๆ

ตารางที่ 9 แหล่งจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่วงเวลาที่ใช้ในการผลิต/จำหน่ายสินค้า	ร้อยละ (%)
Valid ตลาดภายในจังหวัด	25
ตลาดระหว่างจังหวัด	60
ตลาดต่างประเทศ	5.7
อื่นๆ	8.8
รวม	100

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่ร้อยละ 60 มีการจำหน่ายสินค้าระหว่างจังหวัด อาทิ จังหวัดใกล้เคียงที่มีการจัดงาน OTOP หรืองานแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานคร ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 25 ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการวางจำหน่าย ณ สถานที่ผลิตของตนหรือในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ภายในจังหวัดของตน นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 5.7 สามารถส่งสินค้าของตนออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้

ตารางที่ 10 ความต่อเนื่องของตลาดหรือคำสั่งซื้อของลูกค้า

ความต่อเนื่องของตลาด / คำสั่งซื้อจากลูกค้า	ร้อยละ (%)
Valid มีเฉพาะลูกค้าใหม่	4.8
มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ	11.5
มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ	81.8
อื่น ๆ	2.0
รวม	100

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีการผลิตหรือจำหน่ายให้กับลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ซึ่งมีคำสั่งซื้อที่มีความสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 81.8 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าเก่า แต่ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่เฉพาะลูกค้าใหม่เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 11 ช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่องทางการจำหน่าย	ร้อยละ (%)
Valid จำหน่ายเองอย่างเดียว	27.8
จำหน่ายเองและผ่านตัวอย่าง	55.8
จำหน่ายเองและผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	13.4
อื่น ๆ	2.0
รวม	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีช่องทางการจำหน่าย โดยการจำหน่ายเองและขายผ่านตัวกลาง เช่น ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 55.8 ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 27.8 ส่วนผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอาจจะเป็นเว็บไซต์ไทยดอทคอม หรือ เว็บไซต์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของหน่วยงานราชการหรือเว็บไซต์ของเอกชนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 13

ตารางที่ 12 สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป

สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบ/สินค้า	ร้อยละ (%)
Valid บ้านหรือสถานที่ผลิต	74.9
เช่าคลังสินค้าของท้องถิ่นหรือตำบล	8.7
ผลิตแล้วทำการจำหน่ายทันที	14.5
อื่น ๆ	2.8
รวม	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปไว้ที่บ้านหรือสถานที่ผลิตของตน คิดเป็นร้อยละ 74.9 ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 14.5 ทำการผลิตและทำการจำหน่ายทันทีหรือผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยจะไม่ทำการผลิตเพื่อสต็อกไว้ ส่วนผู้ประกอบการร้อยละ 8.7 เช่าคลังสินค้าของท้องถิ่นหรือสถานที่ของตำบล เพื่อทำการจัดเก็บวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป

ตารางที่ 13 รูปแบบของการผลิตและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ

รูปแบบของการผลิต/จำหน่ายสินค้า OTOP	ร้อยละ (%)
Valid ผลิตตามคำสั่งซื้อและส่งให้ลูกค้าทันทีเมื่อผลิตเสร็จ	22.9
ผลิตและจัดเก็บเพื่อรอจำหน่าย	64.6
ผลิตเมื่อมีงานจำหน่ายสินค้า	9.7
อื่น ๆ	1.9
รวม	100



จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ร้อยละ 64.6 จะทำการผลิตและจัดเก็บเพื่อรอจำหน่ายแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการซื้อหรือเมื่อมีเทศกาลหรืองานแสดงสินค้า OTOP ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 22.9 จะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อและส่งให้ลูกค้าทันที เมื่อผลิตเสร็จ โดยไม่มีการเก็บสต็อกสินค้าไว้ และผู้ประกอบการร้อยละ 9.7 จะผลิตเมื่อมีงานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้า OTOP

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเอา ระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจของผู้ประกอบการ และปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP หลังจากที่มีการทบทวนวรรณกรรมและทำการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งพบว่า มีปัจจัยจำนวนมากที่การศึกษาวิจัยต่าง ๆ และระบุว่า มีผลกระทบต่อหรือมีอิทธิพลต่อการนำเอา ระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ เนื่องจากในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ ปัจจัยดังกล่าวแต่ละตัวจะมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงประยุกต์ใช้เทคนิค วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อที่จะทำการจัดกลุ่มปัจจัยที่มีคุณลักษณะที่เหมือนหรือคล้ายกันอย่างน้อยสำคัญเข้าด้วยกัน ในเบื้องต้นจะทำการทดสอบความเหมาะสมว่า ตัวแปรหรือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้โลจิสติกส์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันนั้นมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis หรือไม่ โดยทำการทดสอบโดยใช้ KMO And Bartlett's Test ดังตารางที่ 14 ต่อไปนี้

ตารางที่ 14 การทดสอบความเหมาะสมของการใช้เทคนิค Factor Analysis โดยใช้

### KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test	ผลการทดสอบความเหมาะสม
Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.609
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi – Square	197.581
Df	55
Sig.	0.002



จากตารางที่ 14 พบว่า การใช้ Kaiser – Meyer – Olkin เพื่อการทดสอบความเหมาะสมของการใช้เทคนิค Factor Analysis นั้นมีความเหมาะสมของข้อมูลในการใช้เทคนิค Factor Analysis เท่ากับ 0.609 ซึ่งมากกว่า 0.5 และมีค่าเข้าใกล้ 1.0 จึงสามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลข้างต้นหรือปัจจัยดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

ขณะที่การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ตัวแปรต่าง ๆ (x, y, z) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  : ตัวแปรต่าง ๆ (x, y, z) มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบสมมติฐานข้างต้นพบว่า มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi – Square = 197.581 มีค่า Sig. = 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  คือ ตัวแปรต่าง ๆ (x, y, z) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ จากนั้นจึงใช้ Factor Analysis เพื่อทำการศึกษาวเคราะห์ต่อไป

เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เริ่มจากการศึกษาค่า Factor Loading โดยมีการหมุนแกนปัจจัย ด้วยวิธี VARIMAX พบว่า ค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเทียบกับค่า Factor Loading เมื่อยังไม่มีการหมุนแกนแล้ว ทำให้ค่า Factor Loading ของบางปัจจัยมีค่ามาก เมื่อเทียบกับค่าของปัจจัยอื่น ๆ ดังตารางที่ 15 -ตารางที่ 20 ต่อไปนี้

ตารางที่ 15 การหมุนแกนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติการ โลจิสติกส์ ด้วยวิธี VARIMAX (Rotated Component Matrix<sup>3</sup>)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติการ โลจิสติกส์	Component	
	1	2
ระบบการขนส่งสินค้าที่ดี ( $Z_{11}$ )	0.781	-
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ( $Z_{12}$ )	0.707	-
ขาดการจัดการวัตถุดิบที่ดี ( $Z_{13}$ )	0.720	-
การมีระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ( $Z_{14}$ )	0.579	-
ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ( $Z_{15}$ )	0.519	-
การจัดการคำสั่งซื้อที่ดี ( $Z_{21}$ )	-	0.680
การให้บริการหลังการขาย ( $Z_{22}$ )	-	0.674
การมีระบบ IT ที่มีประสิทธิภาพ ( $Z_{23}$ )	-	0.633
การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ( $Z_{24}$ )	-	0.639

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติการโลจิสติกส์	Component	
	1	2
การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ ( $Z_{25}$ )	-	0.625
การมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการโลจิสติกส์ ( $Z_{26}$ )	-	0.622

จากตารางที่ 15 เป็นการศึกษาค่า Factor Loading โดยมีการหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี VARIMAX พบว่า ค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเทียบกับค่า Factor Loading จากตารางข้างต้นพบว่า Factor Analysis ได้จำแนกปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่หนึ่งซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยจะครอบคลุมกิจกรรมการขนส่งสินค้า (Physical Flows) ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้า ( $Z_{11}$ ) ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ( $Z_{12}$ ) การจัดการวัตถุดิบ ( $Z_{13}$ ) ระบบคลังสินค้า ( $Z_{14}$ ) และระบบการกระจายสินค้า ( $Z_{15}$ ) เป็นต้น ส่วนกลุ่มที่สองซึ่งจะเป็นปัจจัยหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการไหลของข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม OTOP ของผู้ประกอบการ โดยครอบคลุมถึงกิจกรรมการจัดการคำสั่งซื้อสินค้า ( $Z_{21}$ ) การให้บริการหลังการขาย ( $Z_{22}$ ) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ( $Z_{23}$ ) การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ( $Z_{24}$ ) การมีแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ ( $Z_{25}$ ) และการมีความรู้และเทคนิคการจัดการด้านโลจิสติกส์ ( $Z_{26}$ )

ตารางที่ 16 การหมุนแกนปัจจัยประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้ ด้วยวิธี VARIMAX (Rotated Component Matrix<sup>3</sup>)

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้	Component	
	1	2
ช่วยลดและควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ( $Y_{11}$ )	0.780	-
มีผลกำไรและผลประโยชน์โดยรวมดียิ่งขึ้น ( $Y_{12}$ )	0.718	-
ดำเนินการและมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ( $Y_{13}$ )	0.722	-
เพิ่มความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพได้สูงยิ่งขึ้น ( $Y_{14}$ )	0.557	-
ยกระดับคุณภาพของการให้บริการอย่างเหมาะสม ( $Y_{21}$ )	-	0.688
ส่งมอบสินค้าในเวลาที่ถูกค่าต้องการ ( $Y_{22}$ )	-	0.666
ส่งมอบสินค้าในสภาพที่สมบูรณ์และส่งยังสถานที่ที่ต้องการ ( $Y_{23}$ )	-	0.643

จากตารางที่ 16 พบปัจจัยซึ่งสามารถที่จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่หนึ่งซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการลดต้นทุนการดำเนินการลง โดยจะครอบคลุมปัจจัยต่างๆ อาทิ การลดหรือควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ( $Y_{11}$ ) การช่วยจัดลำดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มผลกำไร และมีผลประกอบการโดยรวมดียิ่งขึ้น ( $Y_{12}$ ) ดำเนินการและมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ( $Y_{13}$ ) และเพิ่มความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพได้สูงยิ่งขึ้น ( $Y_{14}$ ) เป็นต้น ขณะที่กลุ่มที่สองซึ่งจะเป็นปัจจัยหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มระดับคุณภาพของการให้บริการกับลูกค้า โดยจะครอบคลุมถึงกิจกรรมต่างๆที่จะช่วยตอบสนองการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เช่น การส่งมอบสินค้าในเวลาที่ถูกค้าต้องการ ( $Y_{21}$ ) การส่งมอบในภาพที่สมบูรณ์และในสถานที่ที่ต้องการ ( $Y_{22}$ ) เป็นต้น

ตารางที่ 17 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ลำดับ	ปัจจัย
1	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
2	การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ
3	แหล่งเงินทุน
4	สภาพเศรษฐกิจ / ความต้องการของสินค้า
6	ภาวะการแข่งขัน
7	ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะ
8	คุณภาพของสินค้า
9	การขาดแคลนวัตถุดิบ

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจของตนในทางใดทางหนึ่ง ได้แก่ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ แหล่งเงินทุน สภาพเศรษฐกิจของประเทศและของโลกและความต้องการของผลิตภัณฑ์ OTOP การแข่งขัน การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า และการขาดแคลนวัตถุดิบ

ตารางที่ 18 ลำดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ลำดับ	ปัจจัย	ร้อยละ
1	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง	68
2	การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	56
3	แหล่งเงินทุน	47
4	สภาพเศรษฐกิจ ความต้องการของสินค้า	35
6	การแข่งขัน	31
7	ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะ	27
8	คุณภาพของสินค้า	25
9	การขาดแคลนวัตถุดิบ	11

จากตารางที่ 18 เป็นตารางที่แสดงให้เห็นถึงการจัดอันดับของความสำเร็จของปัจจัยที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ว่า มีผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเรียงจากอันดับความสำคัญที่สุด ไปยังอันดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า ราคาน้ำมันมีความสำคัญต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือ การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 56 แหล่งเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 47 สภาพเศรษฐกิจของประเทศและความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 35 การแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 31 การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ คิดเป็นร้อยละ 27 คุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25 และการขาดแคลนวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 11

ตารางที่ 19 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ลำดับ	ปัจจัย
1	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
2	การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ
3	ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ
4	ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะ

## ตารางที่ 19 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย
5	ระบบการขนส่งที่ดี
6	ความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการ โลจิสติกส์
7	การจัดการวัตถุดิบที่ดี
8	การจัดการคำสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพ
9	อินเทอร์เน็ตและระบบไอทีที่มีประสิทธิภาพ
10	การให้บริการหลังการขาย
11	ระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 19 แสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่า ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลกระทบต่อการใช้ระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนในทางใดทางหนึ่ง อันได้แก่ ระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การให้บริการหลังการขาย ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ ตลอดจนการจัดการคำสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการจัดการวัตถุดิบที่ดีและระบบขนส่งสินค้าที่ดี เป็นต้น

ตารางที่ 20 ลำดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ลำดับ	ปัจจัย	เลือก
1	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง	85.6
2	การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ	45.2
3	ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	30.7
4	ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะ	29.8
5	ระบบการขนส่งที่ดี	23.1
6	ความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการ โลจิสติกส์	21.2
7	การจัดการวัตถุดิบที่ดี	19.2

## ตารางที่ 20 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัย	เลือก
8	การจัดการคำสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพ	15.3
9	อินเทอร์เน็ตและระบบไอทีที่มีประสิทธิภาพ	14.6
10	การให้บริการหลังการขาย	14.5
11	ระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	8.7

จากตารางที่ 20 แสดงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเอาการจัดการ โลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเรียงจากอันดับความสำคัญมากที่สุดไปยังอันดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุด พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่คิดว่าราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีความสำคัญต่อการนำเอาระบบ โลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมาคือ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 45.2 ระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 30.7 การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะด้านการจัดการ โลจิสติกส์ คิดเป็นร้อยละ 28.8 ระบบการขนส่งสินค้าที่ดี คิดเป็นร้อยละ 23.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคและการจัดการ โลจิสติกส์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 การจัดการวัตถุดิบที่ดี คิดเป็นร้อยละ 19.2 การจัดการคำสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.3 การประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 14.6 การให้บริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 14.5 และระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

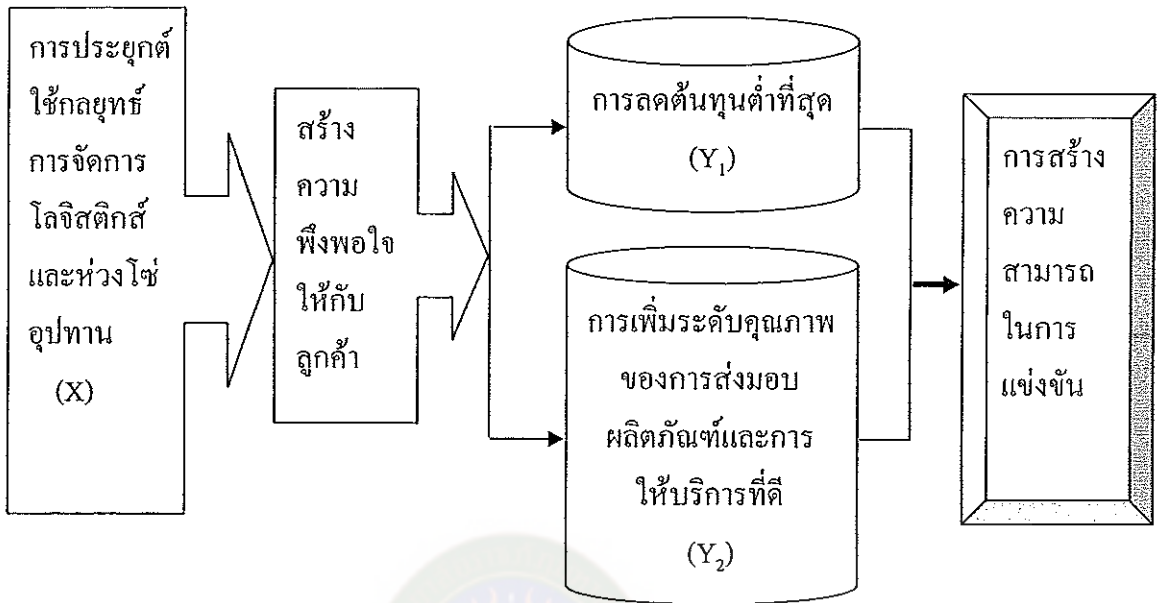
### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม

ในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ ดังนี้

#### 1. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP และการสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การวิจัยในครั้งนี้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (X) และการสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ลดต้นทุน (Y<sub>1</sub>) และการเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า (Y<sub>2</sub>) ดังมีรายละเอียดในแผนภูมิที่ 12 ต่อไปนี้





แผนภูมิที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร  $Y_1$  และตัวแปร  $Y_2$

#### 1.1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้

กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ลดต้นทุน ( $Y_1$ )

เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของสมมุติฐานที่หนึ่งระหว่างตัวแปร (X) เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปร ( $Y_1$ ) ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยได้มีการกำหนดสมมุติฐานไว้ ดังนี้

$H_{a0}$  = ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการลดต้นทุน ( $Y_1$ )

$H_{a1}$  = มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการลดต้นทุน ( $Y_1$ )

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร  $Y_1$  เป็น 0.651 และมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และ  $Y_1$  เป็นบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ส่วนค่า Significance ของการทดสอบสมมุติฐาน 0.022 และเนื่องจากค่า Sig. = 0.022 < 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐาน  $H_{a0}$  และยอมรับสมมุติฐาน  $H_{a1}$  นั่นคือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (X)



และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP ในการลดต้นทุน ( $Y_1$ ) นั้นย่อมหมายความว่า การนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP มักจะเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัับกิจกรรมโลจิสติกส์

1.2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP เพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า ( $Y_2$ )

เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของสมมติฐานของตัวแปรอีกหนึ่งคู่ระหว่างตัวแปร (X) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปร ( $Y_2$ ) ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยได้มีการกำหนดสมมติฐานไว้ ดังนี้

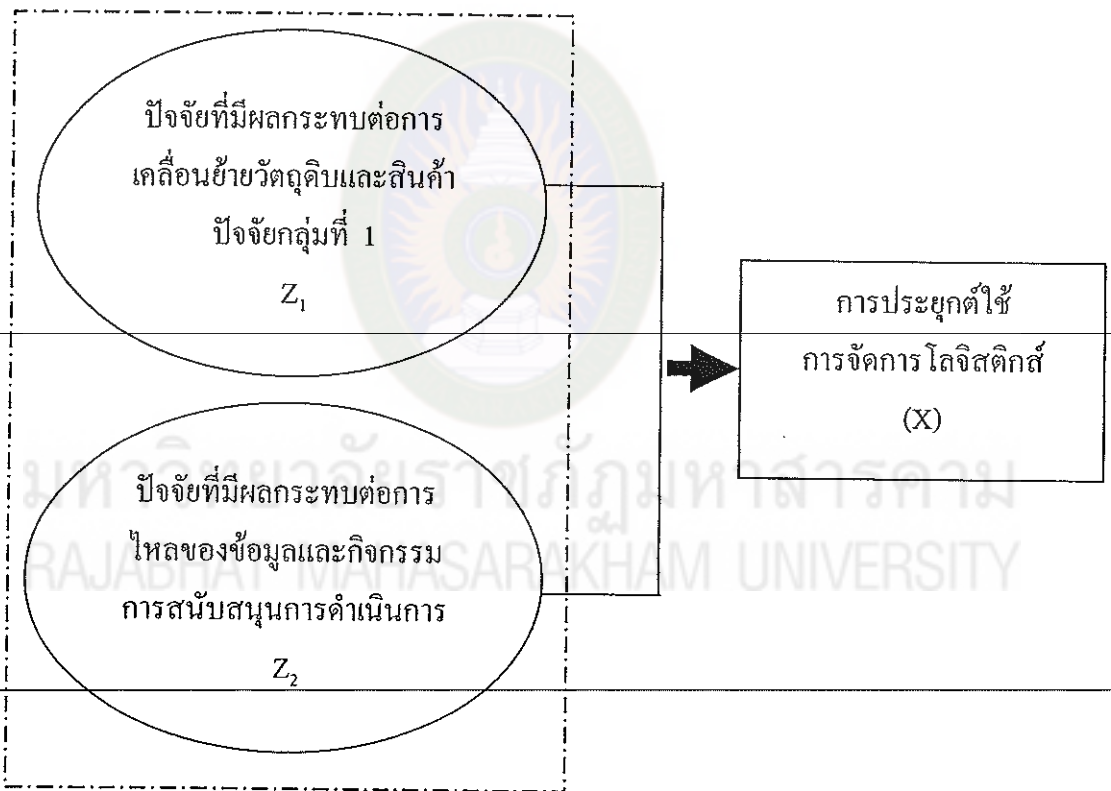
$H_{00}$  = ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP ในการเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า ( $Y_2$ )

$H_{01}$  = มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยการช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณ์ OTOP ในการเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า ( $Y_2$ )

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร  $Y_2$  เป็น 0.751 และมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และ  $Y_1$  เป็นบวกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก ส่วนค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งหมายถึงค่า Significance = 0.021 < 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน  $H_{00}$  และยอมรับสมมติฐาน  $H_{01}$  กล่าวคือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (X) และการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยการช่วยผู้ประกอบการ OTOP ในการเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า ( $Y_2$ ) จากผลการทดสอบสมมติฐานที่กล่าวมาข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่าการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP มักจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้ามากขึ้น

## 2. ผลการทดสอบสัมพันธัระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาใช้ ( $Z_0$ )

การวิจัยในครั้งนี้ ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาใช้ ( $Z_0$ ) โดยแบ่งปัจจัยออกเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเคลื่อนย้าย วัตถุดิบและสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ( $Z_1$ ) กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การไหลของ ข้อมูลและกิจกรรมการสนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ( $Z_2$ ) และ ประสิทธิภาพของการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ OTOP (X) ดังมีรายละเอียดในแผนภูมิที่ 13 ต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร  $Z_0$

$H_{a1}$  = มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการไหลของข้อมูลและกิจกรรมการสนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ( $Z_2$ ) และประสิทธิผลของการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (X)

ผลการทดสอบ พบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร  $Z_2$  และตัวแปร X เป็น 0.846 และมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร  $Z_2$  และ X เป็นบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก และเข้าใกล้ 1.0 ส่วนค่า Sig. เท่ากับ 0.002 และเนื่องจากค่า Sig. = 0.002 < 0.05 จึงปฏิเสธสมมุติฐาน  $H_{d0}$  และยอมรับสมมุติฐาน  $H_{a1}$  นั่นคือ มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการไหลของข้อมูลและกิจกรรมการสนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการ OTOP ( $Z_2$ ) และประสิทธิผลของการนำเอาาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP (X) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ยังมีระดับของการนำมาใช้ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการไหลหรือการส่งข้อมูลมากเท่าใด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY