การจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร*

Logistics Management And Enhancement In Competition For OTOP Products In Sakon Nakon Province

รัชตาพร บุญกอง และ ทรงยุทธ ต้นวัน
Ratchataporn Boonkong and Songyuth Tonwan
คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus
E-mail: ratchataporn.bo@rmuti.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินการของผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร และเพื่อเสนอแนวทางการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร โดยสุมแจกแบบสอบถามจำนวน 193 ชุด แกผูประกอบการโอทอป ระดับสามถึงหาดาวในจังหวัดสกลนคร และนำเข้าข้อมูลมาประมวลผลโดยใชโปรแกรมการวิเคราะหทางสถิติ ผลการวิจัย พบวา มีผลกระทบในระดับมากระหวางการนำเอาการจัดการโลจิสติกสเขามาประยุกตใชในการดำเนินธุรกิจของผูประกอบการโอทอปและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบอีกวาปจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมมีผลกระทบสำคัญต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า การวิจัยนำมาสูขอสรุปที่วา การพัฒนากลยุทธโลจิสติกสที่ดีและเหมาะสมจะชวยผูประกอบการโอทอปในการสรางความไดเปรียบในเชิงการแขงขันอยางยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์; การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน; ผลิตภัณฑ์ OTOP

* Received October 5, 2021; Revised December 4, 2021; Accepted February 25, 2022

Abstract

This research aimed to study patterns and methods of operation of OTOP entrepreneurs and manufacturers in Sakon Nakhon Province. To study the factors affecting operations in the production and distribution of OTOP products in Sakon Nakhon Province, and to propose logistics management guidelines and increase competitiveness for OTOP operators and manufacturers in Sakon Nakhon Province. In this regard, 193 questionnaires were randomly distributed. The hypothesis is statistically tested using statistical analysis program. The results indicated that there are strong relationships between OTOP entrepreneurs' logistics need and implementation and enhancing their competitive advantage. In addition, factors have strongly contributed and effected logistics operations and implementation. The implications reflect that building and adopting an effective logistics strategy offers opportunities to create sustainable competitive advantage. Research in area of logistics designing and implementation to each particular OTOP product would be further conducted.

Keywords: Logistics Management; Enhancing A Competitive Advantage; OTOP Products

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่รัฐบาลมีนโยบายเพื่อส่งเสริมภาคการผลิตสินค้าชุมชนและผู้ผลิตในระดับรากหญ้าให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต การประกอบการ และการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ผลจากการดำเนินงานที่ผ่านมาก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและประชากรในท้องถิ่น รวมทั้งสร้างงานผลิตภัณฑ์ไทย เป็นการพัฒนาคุณภาพเพิ่มมาตรฐานการส่งออก โดยได้คัดสรรสินค้าสุดยอดของแต่ละจังหวัด มุ่งสู่ระดับภาค และระดับประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดสกลนคร เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่จัดอยู่ใน พื้นที่ภาคตะวันออกตะวันออกเฉียงเหนือ โดยที่ผ่านมาสามารถทำยอดขายได้มากในส่วนของจังหวัดสกลนครนั้นมีการจัดแสดงสินค้า OTOP ขึ้นหลายครั้งตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคทั่วไป

อย่างไรก็ตามการที่ชาวบ้านหรือผู้ประกอบการในชุมชนสามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการพัฒนากิจการเพียงอย่างเดียว อาจยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สินค้าของชุมชนสามารถแข่งขันกับสินค้า ของคู่แข่งทั้งภายในและต่างประเทศได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดภายในและต่างประเทศ เป็นความรู้และเทคนิคที่ผู้ประกอบการควรทราบเพื่อนำเอากลยุทธ์ที่ได้มาใช้กับกิจการเพื่อสร้างจุดแข็ง และโอกาสในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน รวมทั้งสร้างและยกระดับขีดความสามารถใน การแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิผล ด้วยเหตุผลดังกล่าวการนำเอาองค์ความรู้และกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP มาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง โดยนักวิจัยเห็นว่านอกจากศักยภาพของผู้ประกอบการแล้ว ภาครัฐบาลต้องพร้อมที่จะเข้าไปช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมความรู้การบริหารจัดการด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด โดยเฉพาะการจัดการการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ทั้งภายในและต่างประเทศด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับคุณภาพของการส่งมอบผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ดี

การศึกษาครั้งนี้จะเริ่มต้นด้วยการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยอธิบายความเป็นมา แนวคิด และวัตถุประสงค์ของโครงการดังกล่าวโดยสังเขป จากนั้นจะอธิบายบทบาทและความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ที่มีต่อการพัฒนา และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งนี้ผลการศึกษาจะชี้ให้เห็นถึงประเด็นสำคัญเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรได้มากขึ้น รวมทั้งปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างหรือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้อย่างไร และผู้ประกอบการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในกิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น การลดช่วงเวลา การส่งมอบสินค้าให้สั้นลง การทำให้สินค้าไม่เกิดความเสียหายขณะเคลื่อนย้ายการจัดส่งผลิตภัณฑ์ตรงเวลาและมีคุณภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการในการดำเนินการของผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบแบบผสานวิธี (Mixed methods) ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดสกลนคร ที่ได้รับการคัดเลือกว่าเป็น Product Champion จำนวน 5 กลุ่ม จากตารางรายการผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็น Product Champion ปี 2562 (กลุ่ม 3-5 ดาว) จำนวน 364 ราย (Office for the Promotion of Local Wisdom and Community Enterprise. Department of Community Development, 2020)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 193 ราย โดยการเปิดตารางของ Krejcie และMorgan (Srisaard, 2002)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ ครอบคลุมวัตถุประสงค์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 14 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า จำนวน 9 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ นำมาแจกแจงความถี่ และคำนวณร้อยละ

2. ข้อมูลการปฏิบัติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) นำมาให้คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีผลกระทบมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน, มีผลกระทบมากกำหนดให้ 4 คะแนน, มีผลกระทบปานกลางกำหนดให้ 3 คะแนน, มีผลกระทบน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน, มีผลกระทบน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายหาค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีผลกระทบมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีผลกระทบมาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีผลกระทบปานกลาง, ค่าเฉลี่ย1.51 - 2.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีผลกระทบน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม นั่นคือ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ร้อยละ โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ตามรายละเอียดในตารางที่ 1 - ตารางที่ 14 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 เพศของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

เพศ	ร้อยละ (%)
ชาย	16.6
หญิง	83.4
รวม	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงการศึกษาเพศของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.4 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตารางที่ 2 อายุของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

อายุ	ร้อยละ (%)
31 – 40 ปี	7.8
41 – 50 ปี	22.8
51 – 60 ปี	25.4
61 ปีขึ้นไป	44.0
รวม	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงการศึกษาอายุของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.4 และผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 นอกนั้นเป็นผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ระดับการศึกษา	ร้อยละ (%)
ประถมศึกษา	13.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	45.6
ปริญญาตรี	41.4
รวม	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงการศึกษาระดับการศึกษาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.4 และผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ OTOP

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ร้อยละ (%)
อาหาร	13.5
เครื่องดื่ม	15.0
ผ้า	35.3
เครื่องใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก	30.0
สมุนไพรที่เป็นยาและไม่ใช่ยา	6.2
รวม	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงการศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 30.0 และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่เป็นยาและไม่ใช่ยา คิดเป็นร้อยละ 13.5 และร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ระยะเวลาของการจัดตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาของการจัดตั้งธุรกิจ	ร้อยละ (%)
1 – 3 ปี	18.7
3 – 5 ปี	23.8
5 – 7 ปี	2.6
มากกว่า 7 ปี	54.9
รวม	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงการศึกษาระยะเวลาของการจัดตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจอยู่ในระหว่าง 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.8 ขณะที่

ผู้ประกอบการที่มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจอยู่ในระหว่าง 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.7 และร้อยละ 2.6 จัดตั้งและดำเนินธุรกิจอยู่ในระหว่าง 5 – 7 ปี

ตารางที่ 6 จำนวนของสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรของธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP

จำนวนสมาชิก/พนักงาน	ร้อยละ (%)
1 – 7 คน	11.4
8 – 20 คน	22.3
21 – 50 คน	57.0
51 – 75 คน	9.3
รวม	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงการศึกษาจำนวนของสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรของธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรอยู่ระหว่าง 21 – 50 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีจำนวนสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรอยู่ระหว่าง 8 – 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ขณะที่ธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีจำนวนสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรอยุ่ระหว่าง 1 – 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีจำนวนสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรอยู่ระหว่าง 51 – 75 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

รายได้ (บาท)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 25,000	17.1
25,000 – 50,000	53.4
50,000 – 100,000	20.2
100,000 – 200,000	9.3
รวม	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า รายผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,000 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.2 และผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 25,000 คิดเป็นร้อยละ 17.1 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 100,000 – 200,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ที่สูงนั้น มีเพียงร้อยละ 9.3

ตารางที่ 8 แหล่งเงินทุนในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP

แหล่งเงินทุน	ร้อยละ (%)
ทุนส่วนตัว	41.5
ธนาคาร	35.8
หน่วยงานราชการ	22.7
รวม	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงการศึกษาแหล่งเงินทุนในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 41.5 และผู้ประกอบการได้รับเงินทุนในการบริหารจัดการจากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 35.8 ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 22.7 ได้รับเงินทุนในการบริหารจัดการจากหน่วยงานราชการ

ตารางที่ 9 แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP

แหล่งวัตถุดิบ	ร้อยละ (%)
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมด	80.3
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80	12.4
ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80	7.3
รวม	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงการศึกษาแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP มีการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ภายในจังหวัด โดยผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดทั้งหมดเพื่อผลิตสินค้า คิดเป็นร้อยละ 80.3 และผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 12.4 ขณะที่ผู้ประกอบการที่ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดน้อยกว่าร้อยละ 80 คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 10 ช่วงเวลาที่ใช้ในการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่วงเลาที่ใช้ในการผลิต/จำหน่าย	ร้อยละ (%)
เวลาว่างจากงานประจำหรืองานเกษตร	43.5
ทำการผลิตเฉพาะบางฤดูกาล	24.9
ทำการผลิตเต็มเวลา	31.6
รวม	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงการศึกษาช่วงเวลาที่ใช้ในการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOPพบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP มีการผลิตหรือจำหน่ายในช่วงเวลาว่างจากงานประจำหรือช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 43.5 ขณะที่ผู้ประกอบการ ร้อยละ 31.6 ทำการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเต็มเวลา โดยไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นใดเลย และผู้ประกอบการ ร้อยละ 24.9 จะทำการผลิตหรือจำหน่ายเฉพาะบางฤดูกาลเท่านั้น

ตารางที่ 11 รูปแบบของการผลิตและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP

รูปแบบของการผลิต/จำหน่าย	ร้อยละ (%)
ผลิตตามคำสั่งซื้อและส่งให้ลูกค้าทันทีเมื่อผลิตเสร็จ	45.1
ผลิตและจัดเก็บเพื่อรอจำหน่าย	49.2
ผลิตเมื่อมีงานจำหน่ายสินค้า	5.7
รวม	100.0

จากตารางที่ 4.1.11 แสดงการศึกษารูปแบบของการผลิตและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ร้อยละ 49.2 จะทำการผลิตและจัดเก็บเพื่อรอจำหน่ายแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้า

ต้องการซื้อหรือเมื่อมีเทศกาลหรืองานแสดงสินค้า OTOP ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 45.1 จะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อและส่งให้แก่ลูกค้าทันทีเมื่อผลิตเสร็จ โดยไม่มีการเก็บสต็อกสินค้าไว้ และผู้ประกอบการร้อยละ 5.7 จะผลิตเมื่อมีงานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้า OTOP

ตารางที่ 12 สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป

สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบ/สินค้า	ร้อยละ (%)
บ้านหรือสถานที่ผลิต	74.6
เช่าคลังสินค้าของท้องถิ่นหรือตำบล	12.4
ผลิตหรือจำหน่ายทันที	14.0
รวม	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงการศึกษาสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปไว้ที่บ้านหรือสถานที่ผลิตของตน คิดเป็นร้อยละ 74.6 ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 14.0 ทำการผลิตและจำหน่ายทันทีหรือผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยจะไม่ทำการผลิตเพื่อสต็อกไว้ และผู้ประกอบการร้อยละ 12.4 เช่าคลังสินค้าของท้องถิ่นหรือสถานที่ของตำบล เพื่อทำการจัดเก็บวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป

ตารางที่ 13 แหล่งจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ OTOP

แหล่งจำหน่าย	ร้อยละ (%)
ตลาดภายในจังหวัด	41.5
ตลาดภายนอกจังหวัด	58.5
รวม	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงการศึกษาแหล่งจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.5 มีการจำหน่ายสินค้าภายนอกจังหวัด อาทิ จังหวัดใกล้เคียงที่มีการจัดงาน OTOP หรืองานแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานคร ขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 41.5 ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการวางจำหน่าย ณ สถานที่ผลิตของตนหรือในงานแสดงสินค้าต่างๆ ภายในจังหวัดของตน

ตารางที่ 14 ช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่องทางการจำหน่าย	ร้อยละ (%)
จำหน่ายเองอย่างเดียว	19.2
จำหน่ายเองและผ่านคนกลาง	15.5
จำหน่ายผ่านหน่วยงานภาครัฐ สหกรณ์ พัฒนาชุมชน	65.3
รวม	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงการศึกษาช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่มีช่องทางการจำหน่ายผ่านหน่วยงานภาครัฐ สหกรณ์ พัฒนาชุมชน คิดเป็นร้อยละ 65.3 ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีช่องทางการจำหน่ายโดยการจำหน่ายเองและผ่านตัวกลาง เช่น ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม นั่นคือ ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐานค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ตามรายละเอียดในตารางที่ 15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	3.72	.78	มาก
2. ทักษะและฝีมือของแรงงาน	3.78	.97	มาก
3. การจัดหาวัตถุดิบมาผลิต	3.44	.89	ปานกลาง
4. คุณภาพของสินค้า	3.55	.95	มาก
5. การแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น	3.21	.99	ปานกลาง
6. สภาพเศรษฐกิจและสังคม	4.19	.64	มาก
7. ระบบการกระจายสินค้า	3.65	.73	มาก
8. การใช้ IT ในการจำหน่ายสินค้า	3.66	.80	มาก
9. ระบบขนส่งสินค้า	3.64	.81	มาก
รวม	**3.65**	**.84**	**มาก**

+จากตารางที่ 15 แสดงการศึกษาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.65, S.D. = .84) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคม ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = .64) รองลงมา คือ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะและฝีมือของแรงงาน, การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ, การใช้ IT ในการจำหน่ายสินค้า, ระบบการกระจายสินค้า, ระบบขนส่งสินค้า, คุณภาพของสินค้า ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ 2 ข้อสุดท้าย คือ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบมาผลิต และการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะและฝีมือ, การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ, การใช้ IT ในการจำหน่ายสินค้า, ระบบการกระจายสินค้า ระบบขนส่งสินค้า, คุณภาพของสินค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา จรูญศรีโชติกำจร (2550) ได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพ การจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพยากรณ์ ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง ด้านการจัดซื้อ ด้านการติดต่อสื่อสารทางโลจิสติกส์ ด้านการขนส่ง และด้านการบริหารคลังสินค้า และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านความแตกต่าง และด้านการมุ้งเน้นบางส่วนของการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพ การจัดการโลจิสติกส์ และความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันแตกต่างกัน โดยสรุป ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ดังนั้น ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสะท้อนถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าต่อผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งจะส่งผลสำเร็จต่อองค์กรในที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของแสงจันทร์ ศรีประเสิริฐ (2051) ศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น OTOP ประเภทผ้า ด้วยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงอุปทานในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างการนำเอาการจัดการโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP อยู่ในระดับปานกลางและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่ง นอกจากนี้ยังพบว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า/วัตถุดิบ และส่งผ่านข้อมูลมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์ที่ดีและเหมาะสม ควรจะช่วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับปานกลาง โดยให้ปัจจัยด้านการจัดหาวัตถุดิบมาผลิต และการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2549) ได้ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัด

ชลบุรี พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ระหว่างการนำเอาการจัดการโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบอีกว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือวัตถุดิบ และการส่งผ่านข้อมูลมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งต่อการนำระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ การศึกษานำมาสู่ข้อสรุปที่ว่าการพัฒนากลยุทธ์โลจิสติกส์ที่ดีและเหมาะสม จะช่วยผู้ประกอบการ OTOP ในการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน เนื่องจากความแตกต่างของพื้นที่ และข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 51 – 60 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้า มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 7 ปี มีจำนวนสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรอยู่ระหว่าง 21 – 50 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,000 – 50,000 บาทใช้ทุนส่วนตัวในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ แหล่งที่มาของวัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากภายในจังหวัด มีการผลิตหรือจำหน่ายในช่วงเวลาว่างจากงานประจำหรือช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร จะทำการผลิตและจัดเก็บเพื่อรอจำหน่ายแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการซื้อหรือเมื่อมีเทศกาลหรืองานแสดงสินค้า OTOP มีการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปไว้ที่บ้านหรือสถานที่ผลิตของตน มีการจำหน่ายสินค้าภายนอกจังหวัด อาทิ จังหวัดใกล้เคียงที่มีการจัดงาน OTOP หรืองานแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานคร และมีช่องทางการจำหน่ายผ่านหน่วยงานภาครัฐ สหกรณ์ พัฒนาชุมชน

สรุปตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรวมในระดับมาก โดยให้ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้า รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะและฝีมือ, การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ, การใช้ IT ในการจำหน่ายสินค้า, ระบบการกระจายสินค้า, ระบบขนส่งสินค้า, คุณภาพของสินค้า ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าในลำดับสุดท้าย คือ การจัดหาวัตถุดิบมาผลิต และการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น

องค์ความรู้การวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถแสดงผลลัพธ์ที่เป็นองค์ความรู้การวิจัย จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับสามถึงหาดาวในจังหวัดสกลนคร เพื่อเสนอแนวทางการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร (เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย)

1) สภาพเศรษฐกิจและสังคม เช่น สถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ไม่สามารถไปขายตามงานแสดงสินค้าได้

2) ทักษะ ฝีมือของแรงงาน เช่น รสชาติ ความสวยงาม ที่จูงใจผู้บริโภค

3) การสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น สนับสนุนด้านงบประมาณ เงินลงทุนเพิ่ม

4) การใช้ IT ในการกระจายสินค้า เช่น สามารถนำทักษะความรู้ด้าน IT มาใช้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้

5) ระบบการกระจายสินค้า มีผลมากเนื่องจากหากมีจุดรับสินค้าไปจำหน่ายนอกพื้นที่ จะเป็นการเพิ่มรายได้

6) ระบบขนส่งสินค้า มีผลมากเนื่องจากบริษัทขนส่งสินค้า มีส่วนช่วยในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

7) คุณภาพของสินค้า มีผลมากเนื่องจากหากสินค้ามีคุณภาพ ก็จะเกิดการซื้อซ้ำ แนะนำต่อ

8) การจัดหาวัตถุดิบมาผลิต มีผลปานกลางเนื่องจากนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาใช้ในการผลิต

9) การแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น มีผลปานกลางเนื่องจากสินค้ามีกลุ่มลูกค้า และจุดเด่นแตกต่างกัน

ดังนั้น แนวทางการจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ในการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (โควิด-19) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้า หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ จึงควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การขายสินค้าออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร ประสบปัญหาที่ผู้วิจัยเห็นว่าควรได้รับการแก้ไข ดังนี้

1. ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายสินค้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร คือ ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะปัจจุบันที่ทั่วโลกต่างประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (โควิด-19) ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่

สามารถนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้า หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ จึงควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การขายสินค้าออนไลน์

2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิเช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิต เพื่อจะเพิ่มขีดความสามารถ และขยายไปยังตลาดต่างประเทศ

3. ปัจจัยด้านทักษะและฝีมือแรงงาน ควรมีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของส่งเสริมการขาย การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และทันสมัยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านปัจจัยใดที่มีผลต่อผลกระทบต่อการดำเนินการในการผลิตและกระจายผลิตภัณฑ์ OTOP หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็น สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำศึกษาจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสกลนคร สำหรับงานวิจัยในอนาคตนั้น แนะนำให้ผู้วิจัยท่านต่อไปอาจทำการศึกษาครั้งต่อไปโดยศึกษาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

2. สำหรับงานวิจัยในอนาคตนั้น แนะนำให้ผู้วิจัยท่านต่อไปทำการศึกษาหรือเพิ่มตัวแปรอิสระอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่นี้ ตามแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจของตลาดในขณะนั้น เพื่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายเชิงรุกของคู่แข่งและค่านิยมของผู้บริโภคในขณะนั้น

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน. (2546). **คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย.** กรุงเทพมหานคร: กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย.

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). **โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน "กลยุทธ์ทำให้รวยช่วยให้ประหยัด".** กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2549). **การจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดชลบุรี.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

วาสนา จรูญศรีโชติกำจร. (2550). **ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

แสงจันทร์ ศรีประเสิริฐ. (2551). **การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น TOP ประเภทผ้า ด้วยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และห่วงอุปทานในจังหวัดมหาสารคาม.** วิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา ประจำปีงบประมาณ 2551. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สำนักงานส่งเสริมภูปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน. (2563). **ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็น Product Champion ปี 2562 (กลุ่ม 3-5 ดาว)** ww.cep.cdd.go.th /services/star. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2563.