

การศึกษาแนวทางการพัฒนาความสามารถด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Study of the Development Process for the Logistics Ability and the Supply Chain of the Nutmeg Products, Nakhonsithammarat

สุพัตรา คำแหง / Supatra Khamhaeng

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

E-mail: mutita_0@hotmail.com

เกศกฤดา โกฏิกุล / Ketkuda Kotikul

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

กฤติกา จินาชาญ / Krittika Jinachan

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ชญานุช โมราศิลป์ / Chanyanuch Morasin

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ภูษณะ พลสงคราม / Phusana Phonsongkram

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิต ในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้อง 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิต 4. เพื่อรวบรวมสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 5 กลุ่ม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้บริโภค 400 คน ใช้สูตร ของ Cochran กำหนดความคลาดเคลื่อน 0.05 กลุ่มตัวอย่าง เชิงคุณภาพ 100 คน คือ กลุ่มชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่ม วิธีการวิเคราะห์ 1. วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยายด้วยความถี่ หาค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2. ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มผู้เกี่ยวข้องเขียนสรุปเพื่อเป็นข้อมูลในการหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ได้คุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 3. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอ้างอิง 4. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพสรุปผลทำการประชุมผู้เกี่ยวข้องหาแนวทางการพัฒนาด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ให้ได้คุณภาพมาตรฐานและสามารถขยายตลาดได้ในมุมมอง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์องค์ประกอบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานกับความพึงพอใจ การเป็นแหล่งผลิตให้มี การพัฒนาชุมชนและมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ประกอบการพึงพอใจในระดับมาก กลุ่มผู้นำชุมชนมีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการของผู้บริโภค ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเกือบทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มชุมชนเสนอควร

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ลูกจันทร์เทศ, โลจิสติกส์, โซ่อุปทาน

This study has the objectives to 1. study the logistics and supply chain of the producer groups in the view of the consumers and related agents, 2. to study the consumer satisfaction to the logistics management and supply chain that cause the repeatedly buying, 3. to study the development process for the logistics ability and the supply chain of the producer groups, 4. to summarize the development process for the logistics ability and the supply chain of the Nutmeg products. The sample groups are divided in to 5 groups. The research contains both qualitative and quantitative method. The quantitative method selected the 400 consumers and utilize the formula of Cochran defining the errors at 0.05, and 100 qualitative samples of the community group, entrepreneurs, and community leader/ government officials by interviewing and focus group. The analysis method consists of 1. to analyze the descriptive statistics using frequency, percentage, means, and standard deviation, 2. the in-depth interview and focus group of the related agents to obtain the data of the development product process having the standardized quality directly to the consumer need, 3. the data analysis by reference statistics, 4. the qualitative and quantitative data analysis to summarize the results and having the meeting of related agents to find the development process of logistics and supply chain to obtain the standardized quality and be able to expand the market widely. The analysis of the relation between logistics and supply chain with the satisfaction shows that the production source makes the community to be developed and the satisfaction to the logistics is in the medium level. The entrepreneurs have high satisfaction and the community leader has medium satisfaction. The opinions of the readiness and the development process of the consumers are mostly statistically significant at 0.05. Moreover, the communities suggested that the logistics management should be improved and develop to have more several patterns including increasing the selling channel and strengthening the producers to be sustainable for selling and expanding to the international.

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการผลิตในระดับรากหญ้าให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต การประกอบการและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2550) เช่นเดียวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่จะสามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์จันทน์เทศ ซึ่งเป็นสมุนไพร และมีประโยชน์ เช่น ทำให้ชุ่มคอ ขับเสมหะขับลม บำรุงโลหิต แก้อ่อนใน จุกเสียด กระหายน้ำ รากจันทน์นำมาเป็น

เครื่องเทศแห้งกลิ่นอาหารได้ ผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์สามารถส่งขายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศได้ กลุ่มแม่บ้านใน ได้เล็งเห็นความสำคัญ และได้คิดค้นการแปรรูปโดยใช้ความรู้ปราชญ์ชาวบ้าน (บุญทัน ดอกโธสง, 2550) ทำการผลิตลูกจันทน์เทศ เพื่อเพิ่มรายได้ แต่ด้วยการมีผลผลิตมากต่อปีและมีต้นทุนในการผลิตต่ำ จึงทำให้ล้นตลาด ราคาตกต่ำ และไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อยและไม่มีความรู้ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “การศึกษาแนวทางการพัฒนาความสามารถด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลให้เกิดการมาซื้อซ้ำของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อรวบรวมสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถาม 400 คน ใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05

กลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงคุณภาพทั้งสิ้น 100 คน คือ กลุ่มชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์โดย

1. ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผลิต นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ หาค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกการประชุมกลุ่ม มาเขียนสรุปเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
3. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบ
4. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้วนำข้อมูลที่ได้สรุปผล และทำการประชุมกลุ่มผู้เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปในการจัดทำเป็นแนวทางในการพัฒนา ให้ได้คุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถขยายตลาดได้ในมุมมองต่อไป

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. การสุ่มตัวอย่างตามสะดวกให้กลุ่มตัวอย่างคือประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกจันทน์เทศ กรอกแบบสอบถาม
2. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้นำหมู่บ้าน ผู้นำชุมชน และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย โดยกระจายตามความเหมาะสม และการประชุมกลุ่มเพื่อหาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานและการพัฒนาเข้าสู่ระบบโลจิสติกส์ รวมถึงศึกษาแนวทางการพัฒนาให้สามารถเข้าสู่กระบวนการแข่งขัน และสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสม และมีการกระจายตัวที่มากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ โซ่อุปทาน ระบบ การบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ต้นทุน กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ เพื่อการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎี 4 M หลักการบริหาร POLC ทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบผู้นำและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ “โลจิสติกส์” หมายถึง กระบวนการวางแผน การลงมือทำและการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ ตลอดจนประหยัดต้นทุน รวมไปถึงการกระจายสินค้า การขนส่ง การคลังสินค้า การส่งมอบสินค้า ทั้งนี้จุดมุ่งหมายสูงสุดก็คือ เพื่อตอบสนองให้ลูกค้าพอใจสูงสุดและมีต้นทุนต่ำสุด (ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงส่วนของผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลางและลูกค้าประกอบด้วยหน่วยงานทุกหน่วยงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับระบบการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี ระบบการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี การผลิตแบบไม่มีสต็อกการผลิตแบบไหลต่อเนื่องและบริการที่ลูกค้าต้องการในปริมาณที่ถูกต้องในเวลาลูกค้าต้องการ (ค่านายอภิปรัชญาสกุล, 2550)

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างทัศนคติที่ดีในใจของลูกค้า หรือกลุ่มสังคมเป็นหลัก การบริหารลูกค้าจะแสวงหากำไรจากกลุ่มเป้าหมาย พร้อมๆ กับการสร้างทัศนคติที่ดี และความพึงพอใจของลูกค้า (สมวงศ์ พงศ์สถาพร และสุนทร เลหาพัฒน์วงศ์, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการกระจายสินค้า คือ มุ่งลดต้นทุนให้ต่ำที่สุดขณะที่ยังสามารถให้บริการในระดับที่ลูกค้าต้องการ กล่าวว่าการปรับปรุงด้านโลจิสติกส์จะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ และจะช่วยปรับปรุงความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ในที่สุด (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2550)

แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด หมายถึง “กระบวนการในการวางแผน การปฏิบัติการให้สำเร็จ ตลอดจนประเมินผลโครงการซึ่งช่วยส่งเสริมการซื้อ (दनัย จันทรเจ้าฉาย, 2552) และความพึงพอใจของผู้บริโภค ผ่านข้อมูลข่าวสาร ที่น่าเชื่อถือ และประทับใจ ซึ่งเป็นพัฒนาการส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด: 4P ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อทำให้กิจการอยู่รอด สอนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ (สิทธิ ธีรสรณ์, 2552)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value)
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า Value ผลิตภัณฑ์กับราคา Price
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน
4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจการ ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

ผลการวิจัย

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-35 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ ต่อเดือน 5,000 ถึง 15,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี ในส่วนของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโลจิสติกส์ ในภาพรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้านองค์ประกอบ ด้านการกลับมาซื้อซ้ำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน ระดับมาก ในขณะที่ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด การให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย บุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโลจิสติกส์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปผลในภาพรวมคือ ตัวแปรที่ให้ผลแตกต่างกันคือ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ ส่วนตัวแปรที่ให้ผลไม่แตกต่างกันคือ สถานภาพ การศึกษาในส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโลจิสติกส์กับการกลับมาซื้อซ้ำ จากการทดสอบโดยใช้ค่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า องค์ประกอบและรายการย่อยที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาซื้อซ้ำ การจัดการโลจิสติกส์ด้านผลิตภัณฑ์: การเข้าถึงแหล่งจำหน่ายได้ง่าย 2 ความพร้อมของผู้ประกอบการ การจัดการ โลจิสติกส์ด้านสารสนเทศ: ทุกรายการย่อย ได้แก่ ข้อมูลด้านสถานที่จำหน่าย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ การสร้างเรื่องราว หรือ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ: ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด ความสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สถานที่:สถานที่ที่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน บุคลากร:คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร

2. กลุ่มคนในชุมชน ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 30-35 ปี สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท การศึกษาระดับประถมศึกษา และมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 10 ปี ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการเป็นแหล่งผลิต และความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ กลุ่มชุมชนเห็นว่าการเป็นแหล่งผลิตทำให้เกิดการพัฒนาในระดับมาก ในประเด็นทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้าน ทำให้มีการปรับปรุงสถานที่เพาะปลูก เพิ่มรายได้ สร้างอาชีพ และมีความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายโดยได้รับความรู้จากหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงความสามารถของชุมชนด้านโลจิสติกส์การเป็นแหล่งผลิตเพื่อรองรับธุรกิจการจำหน่าย ประเด็นการต้องการเข้ามาในแหล่งผลิตได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เสนอแนะให้ปรับปรุงระบบป้ายบอกทางโดยเพิ่มจำนวน เพิ่มคุณภาพ พัฒนาเส้นทางไปแหล่งผลิตให้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น ประเด็นการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนา ด้านโลจิสติกส์ เสนอแนะให้มีการรวมกลุ่มด้านโลจิสติกส์อย่างชัดเจน มีงบประมาณจากภาครัฐสนับสนุน ทำเพื่อส่วนรวม ประเด็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาด้านโลจิสติกส์ เสนอแนะให้หน่วยงานของรัฐส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาโลจิสติกส์ พร้อมสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3. กลุ่มผู้ประกอบการ ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี รองลงมาคือ มีประสบการณ์ 6-9 ปี ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของการจัดการโลจิสติกส์ประเด็นการจัดการการด้านโลจิสติกส์ ในด้านการให้ข้อมูล ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการให้ข้อมูลในภาพรวมโดยเฉลี่ยในระดับมากในรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดการด้านสารสนเทศ การให้บริการผู้บริโภค มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อในกลุ่มผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่าย มีเอกสารแนะนำ เข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่าย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ ประเด็นการเข้ามาในแหล่งผลิตได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่เห็นว่าควรปรับปรุงป้ายบอกทางเพราะไม่ชัดเจน และไม่เป็นระเบียบ รองลงมาคือ ควรปรับปรุงถนน การรวมกลุ่มกับบุคคลหรือหน่วยงานใดเพื่อพัฒนาด้านโลจิสติกส์ ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการรวมกลุ่มกันแน่ชัด และมีหน่วยงานรัฐรับผิดชอบประเด็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาด้านโลจิสติกส์ ข้อเสนอแนะ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มมากขึ้นโดยมีหน่วยงานต่างๆเข้าร่วมด้วยเพื่อเข้ามา รับทราบปัญหา และการบริการข้อมูลให้กับผู้บริโภค

4. กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดูแลมากกว่า 5 ปี รองลงมาคือ มีประสบการณ์น้อยกว่า 3 ปี ประเด็นงบประมาณที่ใช้ ในการบริหารจัดการ ส่วนใหญ่ได้งบประมาณจากส่วนงานอื่นๆ เช่น โครงการ SME โครงการอยู่ดีมีสุข โครงการพัฒนาชุมชน โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเด็นจำนวนคณะกรรมการในการกำกับดูแลการบริหารจัดการ ส่วนใหญ่ไม่มีคณะกรรมการ รองลงมา มีจำนวนคณะกรรมการมากกว่า 10 คนขึ้นไป น้อยกว่า 5 คน และ 8-10 คน ตามลำดับ และมีความคิดเห็นว่าเป็นคณะกรรมการควรมีบุคคลภายนอกจากหน่วยงานเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) กรมพัฒนาชุมชน คณะกรรมการบริหารระดับอำเภอผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่เจ้าของกิจการ คนในชุมชน เป็นต้น ประเด็นความถี่ในการจัดการประชุมของคณะกรรมการเพื่อการบริหารจัดการ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรจัด ประชุม 1 เดือน/ครั้ง รองลงมาคือ 3 เดือน/ครั้ง และ 6 เดือน/ครั้ง ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ ความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ ประเด็นการจัดการโลจิสติกส์ ในด้านการเดินทางและการให้ข้อมูลดังนี้ วิธีการและการเข้าถึงแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย คือทำเส้นทางให้เข้าถึงและเชื่อมต่อกันระหว่างแหล่ง จัดระเบียบปรับปรุงป้ายบอกทางทั้งเพิ่มจำนวนและคุณภาพป้าย ร่วมกันหาจุดเด่นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย รวมกลุ่มภายในและนอกชุมชน มีศูนย์ข้อมูลการจำหน่าย มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อที่ชัดเจน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. กลุ่มผู้บริโภค เป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยให้ความสนใจมากที่สุดเนื่องจากเป็นผู้บริโภค การกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประเด็นสำคัญมาก และเมื่อมาซื้อแล้วการทำให้เกิดความประทับใจเกิดเป็นความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งต่างๆ ที่ประสบจนทำให้เกิด การกลับมาซื้อซ้ำๆ อีกครั้ง หรือหลายครั้งก็เป็นประเด็นสำคัญเช่นกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศรียา ธารารูป (2554) การวิเคราะห์ต้นทุนและการลดต้นทุนโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัทกาอุดสาหกรรม พบว่า ความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ในภาพรวมในระดับปานกลางเท่านั้น ในรายด้านมีเพียงการให้บริการที่พอใจมาก ที่เหลือเป็นพอใจปานกลางและน้อย จึงมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงประเด็นหลักคือการทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้ามาในแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายได้ง่าย สะดวก รวดเร็วและเมื่อทดสอบถึงความสัมพันธ์การจัดการโลจิสติกส์กับการกลับมาซื้อซ้ำ พบว่าเกือบทุกปัจจัยมีผลเชื่อมโยงกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นหากสามารถพัฒนาองค์ประกอบให้มีความพึงพอใจได้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่น่าจะมีส่วนทำให้กลับมาเที่ยวซื้อซ้ำได้มากขึ้นเช่นกัน

2. กลุ่มคนในชุมชน การมีแหล่งผลิตในชุมชนส่งผลให้เกิดการพัฒนาชุมชนในหลายด้าน รวมทั้งเกือบทุกด้านในองค์ประกอบของโลจิสติกส์และเห็นว่าความพร้อมของโลจิสติกส์ในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลางสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2553) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร พบว่า มีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นในการทำให้ผู้บริโภคเข้ามาในแหล่งผลิตและจำหน่ายได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นมาคือให้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาด้านโลจิสติกส์มากขึ้น โดยหน่วยงานของรัฐเข้าไปริเริ่มและให้การสนับสนุนทั้งความรู้สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีการจัดประชุมเพื่อให้ชุมชน มีส่วนร่วมใน การแก้ปัญหาและที่สำคัญคือมีงบประมาณสนับสนุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน

3. กลุ่มผู้ประกอบการ องค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์มีความพร้อมมากจนถึงมากที่สุดเกือบทุกด้านสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุดา ทัพวงษ์ (2550) การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย: กรณีศึกษาของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร พบว่า ต้องการให้มีการร่วมมือระหว่างแหล่งกลุ่มให้ มากขึ้น ประเด็นที่ต้องให้ความสนใจคือ ระดับของความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการในรายการเดียวกันหรือรายการ ที่เทียบเคียงกันได้มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก โดยผู้บริโภคพึงพอใจน้อยถึงปานกลาง ขณะที่ผู้ประกอบการเห็นว่ามีความพร้อมในระดับมากถึงมากที่สุด เช่น ด้านการไหลทางกายภาพของผลิตภัณฑ์: ผู้บริโภค (2.20 = น้อย): ผู้ประกอบการ (4.03 = มาก) ด้านสารสนเทศ:

ผู้บริโภค (2.89 = ปานกลาง): ผู้ประกอบการ (4.33 = มากที่สุด) เป็นต้น ผลสรุปตรงจุดนี้มี ความสำคัญกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเสมือนฝ่ายเชิญชวนให้มาซื้อหรือด้านซัพพลาย โดยการเตรียมความพร้อมไว้รองรับ มั่นใจว่าพร้อมเต็มที่แล้วที่จะให้บริการในทุกด้านได้เป็นอย่างดีถึงที่สุด ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเสมือนฝ่ายตอบรับคำเชิญให้มารับบริการหรือด้านดีมานด์ และมีความคาดหวังในบริการที่ดีตามความคิดของตน แต่กลับได้รับความพอใจเพียงแค่น้อยถึงปานกลางเท่านั้น ประเด็นนี้น่าจะเป็นประเด็นหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดในปริมาณที่ผู้ประกอบการคาดหวัง

4. กลุ่มผู้นำชุมชน สภาพปัจจุบันมีความพร้อมสามารถรองรับการบริโภคได้ดีในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา จรุงศรีโชติกำจร (2550) ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่าธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ควรมีแหล่งจำหน่ายและมีหลากหลายแหล่ง ควรมีการเตรียมความพร้อมด้านโลจิสติกส์ในบางด้านมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงให้ดีขึ้นด้านการเดินทาง และการให้ข้อมูล ด้านการเตรียม ความพร้อมในกรณีฉุกเฉิน และด้านเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยัญชา. 2549. สถิติการวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกศล ดีศีลธรรม. 2551. โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับการแข่งขันยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. 2550. โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน กลยุทธ์สำหรับลดต้นทุนและเพิ่มกำไร. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี.วาย.ซี.ซี.เอ็ม.พรินต์.
- ชาครียา ธารารูป. 2554. การวิเคราะห์ต้นทุนและการลดต้นทุนโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัทกาจอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชุตีระ ระบอบ. 2553. การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. โครงการสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิม พระเกียรติ.
- ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธ์ ไชยมั่นคง. 2550. กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก. นนทบุรี: ซี.วาย.ซี.ซี.เอ็ม.พรินต์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. 2550. ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ดนัย จันท์เจ้าฉาย. 2552. **White Ocean Stratetegy**: กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว. กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี.
- ตฤณ พริ้งประเสริฐ. 2553. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่פקแบบเกสต์เฮาส์ บริเวณถนนข้าวสาร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทิพย์สุดา ท้าวพงษ์. 2550. การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย: กรณีศึกษาของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทวีศักดิ์ เพทพิทักษ์. 2550. การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.สมุทรปราการ.
- บุญทัน ดอกไธสง. 2550. การจัดการทุนมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ตะวัน.
- วาสนา จรุงศรีโชติกำจร. 2550. ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร และสุนทร เลหาพัฒน์วงศ์. 2550. **CRM เกมครองใจลูกค้า**. กรุงเทพมหานคร: พีซี พรินต์.
- สิทธิ ชีรสรณ์. 2552. การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.