

สารบัญ

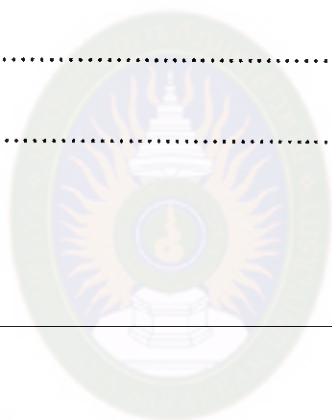
หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภูมิ	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมุติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	6
ทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
1. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	11
1.1 ความเป็นมาของโครงการ OTOP.....	11
1.2 พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการทศน์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”....	13
1.3 การจัดกลไกการบริหารงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”.....	16
1.4 ขั้นตอนการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”.....	18
1.5 ลักษณะของกลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม.....	20

สารบัญ (ต่อ)

หัวข้อ	หน้า
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	24
2.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	24
2.2 บทบาทสำคัญเชิงกลยุทธ์ของระบบห่วงโซ่อุปทาน.....	29
2.3 กลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน.....	33
2.4 การพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน.....	37
2.5 เครื่องมือการพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน.....	40
2.6 การจัดการ โลจิสติกส์.....	42
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	51
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	51
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล.....	55
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	55
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมด้าน โลจิสติกส์ของ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	62
4.3 ผลการวิเคราะห์แนวทางในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการ เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม.....	68

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	74
1. สรุปผลการวิจัย.....	74
2. อภิปรายผล.....	77
3. ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม	84
ประวัติผู้วิจัย	85



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	วิธีการของระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อกลยุทธ์ขององค์กร.....	31
2	จำนวนของพนักงานในองค์กรของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	56
3	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	56
4	ระยะเวลาของการจัดตั้งธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ.....	57
5	บทบาทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	57
6	รูปแบบของการบริหารจัดการองค์กรหรือกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	58
7	แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP.....	58
8	ช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการใช้ในการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP.....	59
9	แหล่งจำหน่ายหลักของผลิตภัณฑ์ OTOP.....	59
10	ความต่อเนื่องของตลาดหรือคำสั่งซื้อของลูกค้า.....	60
11	ช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	60
12	สถานที่จัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป.....	61
13	รูปแบบของการผลิตและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้ประกอบการ.....	61
14	การทดสอบความเหมาะสมของการใช้เทคนิค Factor Analysis โดยใช้ KMO and Bartlett's Test.....	62
15	การหมุนแกนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติการโลจิสติกส์ ด้วยวิธี VARIMAX (Rotated Component Matrix ^๑).....	62
16	การหมุนแกนปัจจัยประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำโลจิสติกส์มาใช้ ด้วยวิธี VARIMAX (Rotated Component Matrix ^๑).....	64

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
17	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	65
18	ลำดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	66
19	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP.....	66
20	ลำดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ OTOP.....	67

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย	7
2	แบบจำลองของการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น OTOP.....	8
3	แนวทางการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยประชาชนมีส่วนร่วม.....	15
4	กลไกการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	17
5	ขั้นตอนการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”	19
6	โครงสร้างการบริหารภายในกลุ่ม.....	22
7	กระบวนการดำเนินงานของกลุ่ม.....	23
8	Positioning ของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP เครื่องนุ่งห่มในจังหวัดมหาสารคาม....	25
9	กลยุทธ์การกำหนดราคาจาก Nine - Quality Strategy.....	27
10	ระบบห่วงโซ่อุปทาน.....	29
11	การรวบรวมกิจการในแนวตั้ง.....	35
12	การพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน ด้วย ECR.....	43
13	การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน.....	44
14	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร Y_1 และตัวแปร Y_2	69
15	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และตัวแปร Z_0	71