

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามกระแสของการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นตามยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งเป็นการบุกเข้ายึดพื้นที่ทางธุรกิจในเขตพรมแดนของผู้อื่น โดยไม่จำกัดอยู่แค่เพียงการไร้พรมแดนทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่อาจเป็นความไร้พรมแดนในด้านการตลาด ระหว่างคู่แข่ง ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ระหว่างผู้ผลิต ระหว่างผู้ใช้ และการขยายเข้าไปในตลาดใหม่ (ประสงค์ ประณีตพลกรัง และคณะ. 2543 : 9) นั้นแตกต่างจากการตลาดในสมัยก่อนที่จำนวนของธุรกิจแข่งขันกันน้อย การแข่งขันกันในภูมิศาสตร์ที่แคบกว่า มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ผู้ผลิตผลิตมาเพื่อขายให้โดยตรงในเขตนั้นๆ ลูกค้ามีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจน้อย เมื่อโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจจึงต้องพยายามปรับตัวเพื่อทำการเพิ่มผลผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การปรับปรุงด้านการจัดองค์กรและระบบการติดต่อสื่อสาร โดยมีการจัดส่งข้อมูลใหม่ๆ ที่ทันสมัยจากผู้ขายไปยังลูกค้าอย่างรวดเร็ว หรืออาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจใดที่สามารถทำการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วกว่าผู้อื่นถือว่าได้เปรียบคู่แข่ง ดังนั้นธุรกิจจึงพยายามนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารงานและการดำเนินงาน เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด อันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ได้รับผลกำไรและสร้างความเจริญเติบโต ภายใต้สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันหลายๆ บริษัทได้เก็บเกี่ยวผลประโยชน์มากมายจากการที่สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลก นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคจากการก่อการร้าย แต่ก็มีได้ทำให้กิจกรรมการค้าระหว่างประเทศลดน้อยลง ธุรกิจต่าง ๆ ยังคงมุ่งหน้าขยายตลาดของตน ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และแสวงหาวัตถุดิบจากทั่วโลก ซึ่งผู้บริหารประเทศต่างก็มีการปรับตัวและผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขัน มีแนวโน้มในการรวมตลาดเพื่อต้องการให้การตลาดทั้งโลกรวมเป็นหนึ่งเดียวและยังคงดำเนินไปอย่างแข็งขัน (สาธิต พะเนียงทอง. 2548 : 18)

ในปัจจุบันผู้บริหารของประเทศไทย ได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับตัวและ ผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลง ไปสู่ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าไหม ผ้าฝ้ายหรือผ้าพื้นเมืองของประเทศไทย ซึ่งมีเอกลักษณ์ ที่โดดเด่น ประกอบกับที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถทรงมีพระราชดำริในการก่อตั้ง ศูนย์ศิลปาชีพเพื่อส่งเสริมงานฝีมือภูมิปัญญาไทย ผ้าไหม “มัดหมี่” ทรงให้ความสำคัญและ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาในทุกขั้นตอนการผลิต ทรงเผยแพร่ชื่อเสียงของผ้าไหมไทยโดยการที่ ทรงฉลองพระองค์ด้วยผ้าไหมไทย ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศหรือเสด็จต่างประเทศก็ตาม เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2544 รัฐบาล ได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นอีก โครงการหนึ่งที่ อยู่ในแผนการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมุ่งหวังให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ในระยะยาว และ พยายามผลักดันสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยส่วน มากเป็นงานฝีมือ และต้องอาศัยงานความประณีตในกระบวนการผลิต ผ้าไหมและผ้าพื้นเมือง ของประเทศไทยถือเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ในแต่ละปีประเทศไทยส่งออก ผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองเป็นจำนวนมาก เนื่องจากลูกค้ายอมรับในคุณภาพของสินค้า ดังนั้น ประเทศไทยจึงพยายามปรับปรุงกระบวนการผลิต และพยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายเขตการตลาดไปสู่ ตลาดโลก เสริมกับการตลาดในประเทศ (ข้อมูลโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น, 2548) แต่ในปัจจุบัน โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ยังมีการจัดการแบบเรียบง่ายตามความรู้ และความสามารถของกลุ่ม ซึ่งไม่อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้ และยังมีอีก หลายผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สามารถนำออกไปสู่ตลาดระดับประเทศและระดับโลกได้ เนื่องจาก ผู้ผลิตยังขาดความรู้เกี่ยวกับกระบวนการจัดการ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย จึงทำให้กระบวนการจัดการยังไม่เป็นระบบ จึงยังไม่สามารถยกระดับการทำงานให้มีมาตรฐาน ที่ดีพอได้ (กระทรวงมหาดไทย, 2548 : เว็บไซต์)

การจัดการ โซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งซึ่งถือว่าเป็น แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่ที่สามารถช่วยในการลดต้นทุน และตอบสนองต่อความ ต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคนิคทางด้านการบริหาร การดำเนินงาน และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย เพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ธุรกิจจึงต้องนำ กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการ โซ่อุปทานมาใช้ในการดำเนินงาน โดยเริ่มจากการค้นหาแหล่ง วัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความรู้ระหว่าง

กันและเป็นการพัฒนาเชิงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในการประสานงาน การดำเนินธุรกรรม การตัดสินใจ การสร้างสิ่งจูงใจที่เอื้อประโยชน์ และเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ในด้านต่าง ๆ ร่วมกันตลอดโซ่อุปทาน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2549 : เว็บบไซต์) เนื่องจากการจัดการโซ่อุปทานเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรและธุรกิจที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรต่างมุ่งให้ความสนใจต่อการจัดการโซ่อุปทาน และมีการนำมาปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังที่จะให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จ โดยสามารถยืนหยัดอยู่ได้ต่อสภาพการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ประโยชน์โดยรวมที่ได้รับจากการจัดการโซ่อุปทานครอบคลุมทั้งในด้านความรวดเร็วของการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้าและบริการ เป็นที่น่าพึงพอใจ สามารถลดต้นทุนของสินค้าได้ต่ำลง และตั้งราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่ง ตลอดจนบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในตัวลูกค้าด้วยการทำงานเป็นทีม จึงเห็นได้ว่าการจัดการโซ่อุปทานเป็นการจัดการที่ช่วยในการผลักดัน ธุรกิจให้สามารถแข่งขันกันได้ และเมื่อได้มีการปฏิบัติโดยรวมทั้งสายโซ่อุปทานการแข่งขันก็จะเป็นในลักษณะของการแข่งขันกันระหว่างสายของโซ่อุปทานแทนการแข่งขันระหว่างองค์กรหรือระหว่างบริษัทเท่านั้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโซ่อุปทานกับระดับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดมหาสารคาม ในการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิต เพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเข้าใจถึงกระบวนการจัดการโซ่อุปทาน คุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยศึกษาว่าการจัดการโซ่อุปทานในประเด็นใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อนำผลที่ได้จากศึกษานี้ไปเป็นข้อมูลสารสนเทศในการเสนอแนะปรับปรุงให้กับหน่วยงานของทางภาครัฐ ภาคเอกชน ทั้งนี้เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงาน ไปสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจเพื่อชุมชน และเป็นเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของชุมชน ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพสินค้า จากระดับชุมชน ส่งต่อไปยังระดับประเทศ และนำไปสู่การยกระดับเพื่อเป็นมาตรฐานสากลสู่ตลาดโลกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการ ไซ่อุปทานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการ ไซ่อุปทาน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดมหาสารคาม กับระดับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

สมมุติฐานการวิจัย

การจัดการ ไซ่อุปทาน มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งของชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1,425 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม. 2549 : 5)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 310 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 46)
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่ 30 มิถุนายน 2551 - 20 มกราคม 2553
4. พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม

5. ตัวแปรในการศึกษาคือ

5.1 ตัวแปรกลุ่มที่ 1 ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทาน ประกอบด้วย ด้านความร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ ด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการกระบวนการขนส่ง ด้านการแบ่งปันสารสนเทศ และด้านการให้บริการลูกค้า

5.2 ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ระดับคุณภาพ ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

โซ่อุปทาน หมายถึง กระบวนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายขององค์กรตามลำดับขั้นตอนที่ผลิตและกระจายสินค้าถูกต้องตามปริมาณ สถานที่ และเวลา ด้วยเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจต่อความต้องการของลูกค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด

การจัดการโซ่อุปทาน หมายถึง กระบวนการประสานงาน การเชื่อมต่อของหน่วยงานจากจุดต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีจุดเริ่มต้นจาก การร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ การจัดหาวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการกระบวนการขนส่ง การแบ่งปันสารสนเทศ และการให้บริการลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด ประกอบด้วย

1. การร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ หมายถึง ระดับของความร่วมมือของการค้า ในการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีความร่วมมือในการออกแบบ ปรับปรุงคุณภาพกับผู้ผลิต
2. การจัดหาวัตถุดิบ หมายถึง การค้นหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาต่ำ มีความสะดวกในการจัดหา
3. การจัดการสินค้าคงคลัง หมายถึง การจัดการให้มีสินค้าเพียงพอ ในการผลิตไม่ล้าสมัยและสินค้าไม่เก็บไว้นานเกินไป
4. การจัดการกระบวนการขนส่ง หมายถึง การขนส่งสินค้าให้ลูกค้าตรงต่อเวลา สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย

5. การแบ่งปันสารสนเทศ หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อ ช่วยให้สามารถตัดสินใจ ได้ถูกต้องแม่นยำขึ้นและช่วยให้การวางแผนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุน ยอดขายให้ได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นให้มากที่สุด

6. การให้บริการลูกค้า หมายถึง การกำหนดราคาให้ยืดหยุ่น ตามความต้องการของลูกค้า การขาย การให้ส่วนลด การจัดเครดิตและเทอมการชำระเงิน การจัดการส่งเสริมการขาย การให้บริการหลังการขาย รวมทั้งบริการขนส่งและการจัดการด้านโลจิสติกส์

การจัดระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าที่ถูกจัดระดับจากการคัดสรรของคณะกรรมการการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ในระดับจังหวัด/ภูมิภาค เพื่อส่งต่อไปให้คณะกรรมการประกวดและจัดงาน OTOP Product Champion ในระดับประเทศ เพื่อคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สำหรับส่งออกไป เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดสรรพิจารณาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์และนำผลการคัดสรรมาแบ่งระดับของสินค้าสามารถแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับ 5 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป

ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 70- 89 คะแนน

ระดับ 3 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 50 -69 คะแนน

ระดับ 2 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 30 -49 คะแนน

ระดับ 1 ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า 30 คะแนน

1. การผลิต หมายถึง การปฏิบัติการแปรรูปทรัพยากรต่าง ๆ ให้เป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการไหลของงาน ทรัพยากร และวัตถุดิบ

2. การตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผนส่วนผสมทางการตลาดในเรื่องผลิตภัณฑ์หรือบริการ การตั้งราคา การจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง และการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุด และกลุ่มผลิตภัณฑ์มีกำไร

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม สำหรับตลาดปัจจุบันด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยปรับปรุงขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้เล็กกลงเปลี่ยนแปลง รวมหรือแยกลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ สร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง

4. ความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าและความสม่ำเสมอในการผลิต

ผู้ประกอบการธุรกิจ หมายถึง ประธานกรรมการ กรรมการ เภรัญญิกและเลขานุการ และสมาชิกของกลุ่มบุคคลที่ดำเนินการผลิต เพื่อจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หมายถึง สินค้า/บริการ ที่ผลิตจากกลุ่มชุมชนท้องถิ่น ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาล ที่มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วม

ในการสร้างงานสร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ได้ดำเนินการผลิตเพื่อขายและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยหมู่บ้าน ชุมชน หรือกลุ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าดัดจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบการจัดการ ใช่อุปทานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้สำหรับพัฒนาองค์ประกอบ ใช่อุปทานให้สามารถสนับสนุน กระบวนการผลิตให้สินค้าที่มีคุณภาพ และมีความสามารถในการแข่งขันในตลาด

2. ทราบระดับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม อันสามารถนำมาใช้สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

3. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโซ่อุปทานกับระดับคุณภาพสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม โดยนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุง และวางแผนระบบและกระบวนการบริหารงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น นำไปสู่ความสำเร็จ

4. เป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดมหาสารคาม ในการปรับปรุงและใช้ในการพัฒนาเพื่อการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผล ประสิทธิภาพสูงสุด