

การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

The Strategic Management of Logistics Marketing of One Tambon One Product of Roi Kan San Sin Provincial Cluster

กิตติชัย เจริญชัย¹

Kittichai Jaroenchai¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการจัดการการตลาด โลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 280 ราย พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.89 เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.52 ด้านการบรรจุหีบห่อ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านการจัดการควบคุมวัสดุในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.46 ด้านความต้องการสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านการบริหารคลังสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง มีค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านระบบการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.24 ด้านกระบวนการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านกระบวนการจัดซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.13

คำสำคัญ : การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์.

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the strategic management of logistics marketing of One Tambon One Product of Roi Kan San Sin provincial cluster, 2) compare the perceptions the manufacturers on the strategic management of logistics marketing of One Tambon One Product of Roi Kan San Sin provincial cluster classified by demographic features, and 3) investigate guidelines for developing the strategic management of logistics marketing of One Tambon One Product of Roi Kan San Sin provincial cluster. The research sample consisted of 280 manufacturers of One Tambon One Product in the Northeast of Thailand. The results were found as follows: Overall, the perception of the manufacturers of One Tambon One Product in the Northeast of Thailand on the strategic management of logistics marketing of One Tambon One Product of Roi Kan San Sin provincial cluster was at a very high level with an average score of 4.89. The obtained average scores of the other variables were arranged in order: data aspect 4.52, packaging 4.50, material control 4.46, needs of products 4.34, warehouse management 4.32, inventory management 4.29, financial management 4.25, logistics system 4.24, order system 4.17 and purchase system 4.13.

Keywords : The Strategic Management of Logistics Marketing.

บทนำ

เศรษฐกิจที่พัฒนาจนมาเป็นระบบที่เราเห็นกันอยู่ในทุกวันนี้ ล้วนมีพื้นฐานจากกิจกรรมหลักสองประการ ได้แก่ กิจกรรมการผลิต และกิจกรรมการบริโภค หากระบบใดมีภาวะของการผลิตเท่ากับภาวะของการบริโภคแล้ว ก็จะเป็นแบบเศรษฐกิจที่สมดุลในตัวเอง ในความเป็นจริง ระบบเศรษฐกิจในชุมชนหนึ่งๆไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศจะไม่สามารถดำรงภาวะคงตัวได้อย่างสมบูรณ์ในตัวเอง จำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนหรือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ชุมชนจึงอาจผลิตของที่มีได้เพื่อการบริโภคเองทั้งหมด หรือก็ได้บริโภคในสิ่งที่ผลิตได้เท่านั้น トラบเท่าที่ชุมชนนั้นๆสามารถที่จะรักษาสัดส่วน หรือขนาดของการผลิตให้เท่ากับสัดส่วนหรือขนาดของการบริโภคอยู่ได้ ชุมชนนั้นก็จะไม่ประสบกับปัญหาในระบบเศรษฐกิจ แต่หากเมื่อใดก็ตามที่ชุมชนนั้นไม่สามารถรักษาระดับของการผลิตให้ใกล้เคียงกับระดับของการบริโภคนั้นเป็นเวลานาน ชุมชนก็จะประสบกับปัญหาเศรษฐกิจด้วยเหตุนี้ ทุกชุมชนต่างก็พยายามแข่งขันกันเพื่อการอยู่รอดและเพื่อความมั่งคั่งไว้ในชุมชนของตัวเอง สภาวะการณ์ของการแข่งขันเช่นนี้ ก่อให้เกิดผลได้ผลเสียในระบบเศรษฐกิจของแต่ละชุมชน จึงควรมุ่งให้ชุมชนมีการผลิตหรือการบริโภคเพื่อแก้ทุกซ์ โดยเริ่มจากสิ่งที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัยสี่และสิ่งที่เป็นความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ : กรุงเทพธุรกิจ. 2551)

OTOP เป็นโครงการที่รัฐบาลเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งใน

และต่างประเทศ โครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

ปัญหาที่ส่งผลต่อการสร้างเศรษฐกิจชุมชน กล่าวคือ การศึกษาข้อมูลการผลิตสินค้าในชุมชน พบว่า มีปัญหาหลายประการ (กระทรวงอุตสาหกรรม,2548,หน้า 6) ดังนี้

1. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากธุรกิจอุตสาหกรรมชนบทมีช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศ ยังไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ
2. สินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากธุรกิจอุตสาหกรรมชนบทถูกแข่งขันหรือถูกตีตลาดจากสินค้าในระบบ อุตสาหกรรมโรงงาน ซึ่งมักเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตหรือใช้ตราสินค้า (Brandname) จากต่างประเทศ อันเป็นผลมาจากอิทธิพลการโฆษณาหรือค่านิยมสินค้าต่างประเทศ
3. ราษฎรหรือกลุ่มราษฎรในชนบทขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจน บรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของตลาด
4. ราษฎรหรือกลุ่มราษฎรยังขาดความรู้ในเรื่องเทคนิควิชาการที่จะผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีมาตรฐานและถูกสุขอนามัย
5. ราษฎรหรือกลุ่มราษฎรยังขาดทักษะกระบวนการในด้านการจัดการที่มีระบบในเชิงธุรกิจ รวมทั้งยัง ขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการ
6. ราษฎรหรือกลุ่มราษฎรค่อนข้างขาดแหล่งเงินทุนที่จะมาสนับสนุนการดำเนินกิจการ รวมทั้งการ ปรับปรุงกิจการให้มีประสิทธิภาพ

“กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์” กลุ่มจังหวัด “ร้อยเอ็ด-ขอนแก่น-มหาสารคาม-กาฬสินธุ์ หรือกลุ่ม “ร้อยแก่นสารสินธุ์” เป็นกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีพื้นที่รวมกันประมาณ 31,423 ตารางกิโลเมตร (19,639,296 ไร่) คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของพื้นที่ทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบ มีภูเขาเตี้ยสลับทางด้านทิศเหนือของร้อยเอ็ดและขอนแก่น และด้านทิศตะวันออกของจังหวัดกาฬสินธุ์มีเทือกเขาภูพาน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่สำคัญคือ ทำอย่างไรที่จะทำให้มีการสร้างระบบการ จัดการ โลจิสติกส์ ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ ให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลทำให้ผู้ วิจัยทำการศึกษารจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัด ร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อย แก่นสารสินธุ์
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

สมมติฐานงานวิจัย

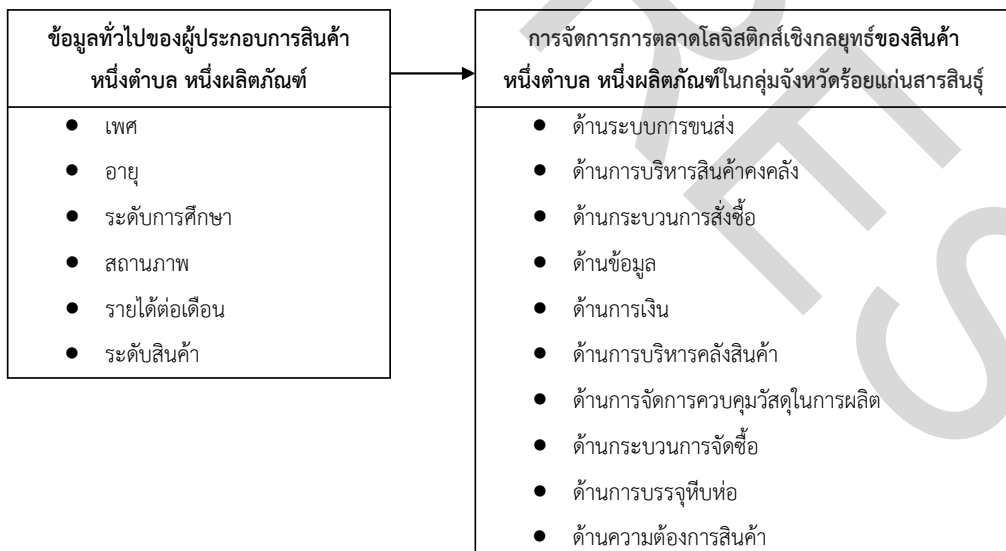
ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการจัดการการตลาด โลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยจะศึกษาเนื้อหาในการวิจัยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการตลาดโลจิสติกส์ (โกศล ตีศีลธรรม : 2548) ประกอบด้วย ด้านระบบการขนส่ง (Transportation) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management) ด้านกระบวนการสั่งซื้อ (Order processing) ด้านฐานข้อมูล (Database) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) ด้านการจับควบคุมในการผลิต (Production control) ด้านกระบวนการจัดซื้อ (Purchasing process) ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) และด้านความต้องการสินค้า (Product demand)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดจากทฤษฎีและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการศึกษาการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เป็นการนำทฤษฎีเรื่องจัดการการตลาดโลจิสติกส์ (ดร.โกศล ตีศีลธรรม : 2548) มาประยุกต์เพื่อสร้างทฤษฎีการจัดการการตลาดการจัดการโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้



การจัดเก็บข้อมูลในครั้งนี้ครอบคลุมเฉพาะผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 280 ราย โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การจัดเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 5 ราย และ การจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 280 ราย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) คือ (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และ (2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญในการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปผลอย่างครบถ้วน

นิยามศัพท์

การตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ (Marketing logistics strategic) หมายถึง กระบวนการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายทั้งไปและกลับ การเก็บรักษาสินค้า บริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่อุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วยกิจกรรม ด้านระบบการขนส่ง (Transportation) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management) ด้านกระบวนการสั่งซื้อ (Order processing) ด้านฐานข้อมูล (Database) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) ด้านการจัดควบคุมในการผลิต (Production control) ด้านกระบวนการจัดซื้อ (Purchasing process) ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) และ ด้านความต้องการสินค้า (Product demand)

ด้านระบบการขนส่ง (Transportation) หมายถึง ความรวดเร็วในการขนส่ง ทางกลุ่มมีการตรวจเช็คระยะเวลาในการขนส่งเป็นประจำทุกครึ่ง มีการดำเนินการจัดส่งและคัดเลือกผู้จัดส่งสินค้าที่เชื่อถือได้พาหนะที่ใช้ในการขนส่งมีความเหมาะสม และขนส่งสินค้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด และการให้บริการรับสินค้าจากโรงงานนี้ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าที่ผู้ส่งของแต่ละรายนำมาส่งให้

ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management) หมายถึง ประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง มีความพร้อมของสินค้าคงคลังตลอดเวลาและสามารถจัดส่งถึงมือลูกค้าทันทีที่ลูกค้าต้องการ มีคำสั่งซื้อมีการวางแผนสินค้าคงคลังที่ดีเพื่อสามารถลดต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังให้ต่ำลงและมีสินค้าคงคลังที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

ด้านกระบวนการสั่งซื้อ (Order processing) หมายถึง การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า การสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งตรงตามลูกค้าต้องการและเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความถูกต้องและเหมาะสม

ด้านข้อมูล (Database) หมายถึง ประสิทธิภาพด้านการจัดเก็บข้อมูล การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ลูกค้าต้องการ มีการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ

ด้านการเงิน (Finance) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นต้น การใช้ไปของเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดผลกำไรสูงสุด การใช้เงินอย่างระมัดระวังในการซื้อสินค้า มีการบริหารจัดการด้านการเงินที่ดีมีการควบคุมงบด้านการเงิน

ด้านการบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) หมายถึง การวางแผนทิศทางกำไรของ

วัตถุดิบในคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ มีระยะทางการขนส่งจากคลังสินค้าไม่ไกล ไม่ไกลเกินไป ปริมาณสินค้าในคลังสินค้ามีความเพียงพอต่อความต้องการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผู้จัดการขนส่งสินค้าสามารถดูแลรักษาสินค้าเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะรับเก็บสินค้าเพื่อรอการขนส่ง

ด้านการจัดควบคุมวัสดุในการผลิต (Production control) หมายถึง การควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิต มีการกำหนดมาตรฐานและควบคุมวัสดุที่ใช้ในการผลิตและมีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อลดระยะทางในการขนถ่ายวัสดุ

ด้านกระบวนการจัดซื้อ (Purchasing process) หมายถึง การจัดซื้อแต่ละครั้งในปริมาณที่มาก มีความรวดเร็วในการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้า การคิดต้นทุนในกระบวนการจัดซื้อเหมาะสม มีการตรวจสอบวัตถุดิบที่จัดซื้อทุกครั้ง และมีการคืนวัตถุดิบจากการจัดซื้อที่ผิด

ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) หมายถึง การป้องกันไม่ให้อินค้าเกิดความเสียหายแตกหักและสะดวกในการเคลื่อนย้าย มีความรู้สภาพการขนส่งแต่ละรูปแบบ แต่ละเส้นทาง รวมถึงภูมิอากาศและอุณหภูมิอื่น ๆ จึงสามารถจัดการด้านหีบห่อภาชนะบรรจุที่เหมาะสมกับการขนส่งทำให้สินค้าถึงปลายทางในสภาพที่สมบูรณ์

ด้านความต้องการสินค้า (Product demand) หมายถึง การบริหารความต้องการสินค้าของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ มีการผลิตสินค้าในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคและตรวจสอบสินค้าที่ตลาดต้องการเป็นหลักเสมอ

กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ หมายถึง กลุ่มจังหวัด “ร้อยเอ็ด – ขอนแก่น – มหาสารคาม – กาฬสินธุ์” เป็นกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบกลยุทธ์การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณท์ในกลุ่มจังหวัด ร้อยแก่นสารสินธุ์
2. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณท์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์
3. ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณท์อื่นๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสามารถที่จะแข่งขันกับตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทำให้อยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป
4. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณท์ สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณท์ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชนบทและสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัย 2 วิธีคือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ เนื่องจากเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เป็นปริมาณ สามารถแจกแจงได้ และอาศัยเทคนิคทางสถิติมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล (สุวิมล ติรภานันท์, 2546, หน้า 82) โดยผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียดลึกซึ้ง และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่าน แล้วนำมาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อสอบถามผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ถึงการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ โดยมีการทดสอบความถูกต้อง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลดิบมาดำเนินการลงรหัส และทำการบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ วิเคราะห์การเปรียบเทียบด้วยค่าเฉลี่ยของตัวแปร การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ร่วมด้วย เนื่องจากเป็นการวิจัยที่ให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้และข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการค้นหาความรู้โดยการติดตามสังเกต พิจารณา ตรวจสอบ และวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น โดยมุ่งที่จะวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ที่มีลักษณะสำคัญเป็นการตีความข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อการสร้างข้อสรุปของข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดในระดับลึกซึ้งถึงความหมายของแต่ละปัจจัย โดยอาศัยกระบวนการอุปนัยประกอบกับความรู้เชิงทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียดลึกซึ้ง และเขียนบรรยายเชิงพรรณนาและตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผลต่อไป (บุญธรรม กิจปริดาภิรุต, 2547, หน้า 211-215; สุภางค์ จันทวานิช, 2547, หน้า 21-22; สุวิมล ติรภานันท์, 2546, หน้า 84) โดยจะทำการศึกษาวิจัยจากผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เข้าใจและทราบแนวทางในการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์โดยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีคำถามแน่นอนตายตัว เพราะคำถามต่างๆ ได้ถูกกำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์ขึ้นใช้ประกอบกับการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าแล้ว (สุภางค์ จันทวานิช, 2547, หน้า 75-76) โดยสัมภาษณ์เฉพาะประเด็นที่สำคัญๆ ภายในขอบเขตที่เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้แก่ การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ด้านระบบการขนส่ง (Transportation) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management) ด้านกระบวนการสั่งซื้อ (Order processing) ด้านฐานข้อมูล (Database) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) ด้านการจัดควบคุมในการผลิต (Production control) ด้านกระบวนการจัดซื้อ (Purchasing process) ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) และด้านความต้องการสินค้า (Product demand)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก (Lottery Method) ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ละ 1 ราย จะได้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ราย แล้วผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยค้นหาปัจจัยดังกล่าวจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ราย เพื่อให้ได้แนวคิดที่หลากหลายจากผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละราย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย จะมีผู้ช่วยวิจัย 5 คน เพื่อทำหน้าที่จัดบันทึกและสังเกตข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลและบรรยากาศในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบในการอภิปรายผลเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยจะมีการนัดหมายวันและเวลากับผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละรายล่วงหน้า แล้วผู้วิจัยและ

ผู้ช่วยวิจัย 5 คน จะร่วมกันดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ สถานประกอบการ นั้น ภายหลังจากการดำเนินการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยจะสามารถสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญ และเขียนบรรยายเชิงพรรณนา และตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผล ต่อไป

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัด ร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 931 ราย (ค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.thaitambon.com/OPC2553/Provinces.htm>) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามระดับสินค้าและประเภทของผลิตภัณฑ์

ระดับ สินค้า	ประเภทของผลิตภัณฑ์					รวมระดับดาว
	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	ของใช้ และของที่ระลึก	ของตกแต่ง สมุนไพรที่ ไม่ใช่อาหาร	
1 ดาว	22	0	1	42	0	65
2 ดาว	20	2	57	195	2	276
3 ดาว	30	6	163	54	5	258
4 ดาว	47	9	164	16	7	243
5 ดาว	23	0	64	0	2	89
รวม	142	17	449	307	16	931

ที่มา : ค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.thaitambon.com/OPC2553/Provinces.htm>

จากจำนวนประชากรดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามจากผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จึงทำให้การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีหลักการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้เป็นตัวอย่างที่ดีและมีจำนวนเพียงพอ ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย และการกำหนดสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane ,1973 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 280 ราย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สัดส่วนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามระดับสินค้าและประเภทของผลิตภัณฑ์

ระดับ สินค้า	ประเภทของผลิตภัณฑ์						รวมระดับดาว
	อาหาร	เครื่องตี	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	ของใช้ และของที่ระลึก	ของตกแต่ง	สมุนไพรที่ ไม่ใช่อาหาร	
1 ดาว	7	0	1	12		0	20
2 ดาว	6	1	17	59		1	84
3 ดาว	9	2	49	16		2	78
4 ดาว	14	3	49	5		2	73
5 ดาว	6	0	18	0		1	25
รวม	42	6	134	92		6	280

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Random Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร (สุวิมล ติรกานันท์, 2546, หน้า 168) ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

3.1.1 นำรายชื่อผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องตี ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) (สุวิมล ติรกานันท์, 2546, หน้า 164)

3.1.2 นำรายชื่อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาจำแนกตามการกำหนดระดับสินค้า (Product Level) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1 ดาว, 2 ดาว, 3 ดาว, 4 ดาว, และ 5 ดาว โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) (สุวิมล ติรกานันท์, 2546, หน้า 168)

3.1.3 นำรายชื่อผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์และรายชื่อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จำแนกตามการกำหนดระดับสินค้า มาดำเนินการจำแนกเฉพาะจำนวนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามระดับสินค้าและประเภทของผลิตภัณฑ์

3.1.4 ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก (Lottery Method) (สุวิมล ติรกานันท์, 2546, หน้า 164) ให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Probability proportionate to size sampling)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผู้วิจัยกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการใช้การจับสลากจากจำนวนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ประเภทละ 1 ผลิตภัณฑ์ จะได้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ จำนวนทั้งสิ้น 5 ราย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จะต้องเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ เมื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเสร็จแล้ว ผู้วิจัยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยจะมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบว่า เครื่องมือสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ขึ้นจากความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่าน แล้วนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กรอบแนวความคิด นิยามศัพท์เฉพาะ ตัวบ่งชี้และแบบสอบถามให้นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามและข้อคำถามว่ามีความเหมาะสม สามารถอ่านเข้าใจได้ มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและมีข้อขัดแย้งของคำถามหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้งานกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้วผู้วิจัยได้นำเอาคำตอบมาวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบว่า ผู้ตอบมีปัญหากับการตอบแบบสอบถามหรือไม่

2. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

การวัดความน่าเชื่อถือของมาตรวัด คือ การวัดความสามารถของมาตรวัดที่ให้ผลที่สอดคล้องกัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2545) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วัดความน่าเชื่อถือของมาตรวัดโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) (Nunnally, 1978)

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความสอดคล้องระหว่างรายการของมาตรวัด เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการทดสอบจำนวน 30 ราย หลังจากที่ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ ในการประมาณค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดตัวแปรที่มีคำตอบแบบ Rating Scale (สุวิมล ติรภานันท์, 2546, หน้า 153) จากผลการวิเคราะห์ ถ้าพบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) แสดงว่า มาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัย มีความเชื่อถือได้และมีความสอดคล้องภายในของการวัด (Reliability) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ได้ค่าเท่ากับ 0.915

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.07 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.14 สถานภาพแต่งงาน จำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.36 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.64 กลุ่มผู้ประกอบการได้ระดับ 2 ดาว จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.86

2. การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ จังหวัด

ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.89 เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.52 ด้านการบรรจุหีบห่อ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านการจัดการควบคุมวัสดุในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.46 ด้านความต้องการสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านการบริหารคลังสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง มีค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านระบบการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.24 ด้านกระบวนการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านกระบวนการจัดซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.13

3. สมมติฐาน

ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับสินค้าแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ส่วนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

การอภิปรายผลการศึกษิตตามสมมติฐานงานวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษิตตามสมมติฐานงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการศึกษาและได้อธิบายผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิमित ศิริवार. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางขนส่งภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

สถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าผู้ประกอบการที่มีเพศ แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้านต้นทุนการขนส่ง ด้านอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง ด้านความปลอดภัย ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิमित ศิริवार. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางการขนส่งภาคกลางและภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า 0.05 ทั้ง 1 ด้าน แสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้านต้นทุนการขนส่ง ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มี 4 ด้าน แสดงว่า ผู้ประกอบการ ที่อายุ แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง ด้านความปลอดภัย ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และ ภาพรวม แตกต่างกัน ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นิमित ศิริवार. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางการขนส่งภาคกลางและภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า 0.05 ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ด้านต้นทุนการขนส่ง ด้านอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง ด้านความปลอดภัย ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และ ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เวทย์วิชัย ภาคบุญมีเจริญ. (2555). ได้ทำการศึกษาเรื่องเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางลำน้ำในเส้นทางขนส่งเสบียงชายฝั่งอ่าวไทย แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำป่าสัก ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. โดยรวม มากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางน้ำ ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการขนส่งสินค้าทางน้ำ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุมและโดยรวม ไม่แตกต่างกันดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิศารัตน์ โชติเชย. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระดับสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิศารัตน์ โชติเชย. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระดับสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานที่ 7 : ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิมิติ ศิริवार. (2554). ได้ทำการศึกษาเรื่องเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางขนส่งภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียง ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า 0.05

ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของกิจการ แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ ด้านต้นทุนการขนส่ง ด้านอำนวยความสะดวก ด้านการตอบสนอง ด้านความปลอดภัย ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และ ภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นข้อค้นพบดังกล่าวจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ 7

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านระบบการขนส่ง ควรมีการพัฒนาในด้านความรวดเร็วในการขนส่ง โดยเลือกพาหนะที่ใช้ในการขนส่งมีความเหมาะสม ควรมีการขนส่งสินค้าตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ควรมีการตรวจเช็คระยะเวลาในการขนส่งเป็นประจำทุกครึ่ง และควรมีการดำเนินการจัดส่งและคัดเลือกผู้จัดส่งสินค้าที่เชื่อถือได้

ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง ควรมีการพัฒนาในด้านการวางแผนคำสั่งซื้อสินค้าคงคลังที่ดีเพื่อสามารถลดต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังให้ต่ำลง ควรมีความพร้อมของสินค้าคงคลังตลอดเวลาและสามารถจัดส่งถึงมือลูกค้าทันทีที่ลูกค้าต้องการ ควรมีสินค้าคงคลังที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และควรมีการบริหารสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ

ด้านกระบวนการสั่งซื้อ ควรมีการพัฒนาในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้า โดยมีความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความถูกต้องและเหมาะสม และการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งตรงตามลูกค้าที่ต้องการ

ด้านข้อมูล ควรมีการพัฒนาในด้านประสิทธิภาพด้านการจัดเก็บข้อมูล การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า มีการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ และมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ลูกค้าต้องการ ด้านการเงิน ควรมีการวางแผนในด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง เป็นต้น ควรมีการวางแผนการใช้ไปของเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำให้เกิดผลกำไรสูงสุด ควรมีการบริหารจัดการด้านการเงินที่มีการควบคุมงบด้านการเงิน และควรมีการใช้เงินอย่างระมัดระวังในการซื้อสินค้า

ด้านการบริหารคลังสินค้า ควรมีการวางแผนในด้านระยะทางการขนส่งจากคลังสินค้าไม่ใกล้-ไม่ไกลเกินไป ควรมีการวางแผนทิศทางการไหลของวัตถุดิบในคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และปริมาณสินค้าในคลังสินค้ามีความเพียงพอต่อความต้องการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการจัดการควบคุมวัสดุในการผลิต ควรมีการพัฒนาในด้านการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อลดระยะทางในการขนถ่ายวัสดุ ควรมีการกำหนดมาตรฐานและควบคุมวัสดุที่ใช้ในการผลิต และควรมีการควบคุมคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิต

ด้านกระบวนการจัดซื้อ ควรมีการวางแผนในด้านการจัดซื้อแต่ละครั้งในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุน ควรมีความรวดเร็วในการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้า ควรมีการคิดต้นทุนกระบวนการจัดซื้อเหมาะสม และควรมีการตรวจสอบวัตถุดิบที่จัดซื้อทุกครั้ง และควรมีการคืนวัตถุดิบจากการจัดซื้อที่ผิด

ด้านการบรรจุหีบห่อ ควรมีการพัฒนาในด้านหีบห่อที่ใช้ในการบรรจุสินค้ามีความสวยงาม การบรรจุหีบห่อสินค้าทำให้สะดวกในการเคลื่อนย้ายไปมา และควรมีการบรรจุหีบห่อเพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหายแตกหัก

ด้านความต้องการสินค้า ควรมีการวางแผนสำรวจในด้านตรวจสอบสินค้าที่ตลาดต้องการเป็นหลักเสมอ ควรมีการบริหารความต้องการสินค้าของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการผลิตสินค้าในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้สามารถนำข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ผู้สนใจสามารถศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่สามารถยกระดับการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยนำกลยุทธ์ที่ค้นพบเป็นหลักในการศึกษา หรืออาจจะนำผลการวิจัยยังไม่ครอบคลุมมาศึกษาเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้ ด้านระบบการขนส่ง (Transportation) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management) ด้านกระบวนการสั่งซื้อ (Order processing) ด้านฐานข้อมูล (Database) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) ด้านการจับควบคุมในการผลิต (Production control) ด้านกระบวนการจัดซื้อ (Purchasing process) ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) และด้านความต้องการสินค้า (Product demand)

2. ตัวแปรในการศึกษาวิจัย อาจมีตัวแปรอื่นๆที่น่าสนใจเพิ่มมาอีกในอนาคต ซึ่งอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้สนใจสามารถศึกษาเกี่ยวกับด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเงินและการบัญชี ด้านระบบสารสนเทศ และด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น

3. ควรนำกลยุทธ์ที่ค้นพบไปใช้ในการศึกษากับผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือนำไปปรับปรุงศึกษากลยุทธ์ด้านอื่นๆ เพิ่มเติม และเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการต่างๆ เพื่อพัฒนาปรับปรุงรูปแบบกลยุทธ์ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. ควรเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยหน่วยงานต่างๆ ที่สังกัดในพัฒนาชุมชนในแต่ละจังหวัด เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยร่วมกัน

5. ควรมีการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดได้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ระบบสารสนเทศทางการตลาด (Marketing Information System) ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information System) และระบบสารสนเทศทางโลจิสติกส์ (Logistics Information System) โดยการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และที่สำคัญกว่านั้น คือ การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือสนับสนุนการสร้างตลาดใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่มีคุณค่าทางนวัตกรรมที่มุ่งเน้นตลาดและมีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ นำเสนอคุณค่าแห่งนวัตกรรมในตลาดที่ยังไม่มีผู้ประกอบการนำเสนอสินค้าหรือบริการในช่องว่างของอุตสาหกรรมนั้นมาก่อน เป็นต้น โดยนำกลยุทธ์ที่ค้นพบเป็นหลักในการศึกษา จากผลที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่สำหรับวงการวิชาการเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ อีกทั้งผู้สนใจทั่วไปสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือกำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่น สามารถยกระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2548). นโยบายด้านอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2548). การบริหารแบบโลจิสติกส์ ปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในยุคน้ำมันแพง (Logistics & Supply Chain Strategy for Management). กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ.
- ไทยตำบลทอคอม. จำนวนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามระดับสินค้าและประเภทของผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.thaitambon.com/OPC2553/Provinces.htm>
- นิมิต ศิริวาร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ. ขนส่งสินค้า โดยรถบรรทุก เส้นทางทางขนส่งภาคกลางและภาคตะวันออก. : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิศารัตน์ โชติเจย. (2554). การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2547). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2551). กรุงเทพฯธุรกิจ.
- เวทย์วิชัย ภาคบุญมีเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของ ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางลำน้ำในเส้นทางขนส่งเสียบชายฝั่งอ่าวไทย แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำ ป่าสัก. : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2545). การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- สุภาพค์ จันทวานิช. (2547). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ติरणานนท์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.