สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ประโยชน์ที่ได้รับ	3
	ขอบเขตของการวิจัย	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	9
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	12
	การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	12
	การวิเคราะห์หาพื้นที่เหมาะสม	17
	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	19
	หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	20
	กล้วยตาก	24
3	**วิธีดำเนินการศึกษา**	29
	อุปกรณ์และข้อมูล	29
	การเตรียมข้อมูล	32
	วิธีการดำเนินงานวิจัย	33
4	**ผลการศึกษา และอภิปรายผล**	45
	การคาดการณ์ปริมาณอุปสงค์ (Demand) ผลิตภัณฑ์กล้วยตากจากจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดตามแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตก (East - West Corridor)	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	การวิเคราะห์หาพื้นที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกล้วยน้ำว้าเพื่อเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่นแก่วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตกล้วยตากเพื่อให้มีอุปทาน (Supply) ตามอุปสงค์	57
	การประเมินระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	69
	การวิเคราะห์เส้นทางการกระจายสินค้า	83
	การวิเคราะห์อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)	132
5	**บทสรุป และข้อเสนอแนะ**	145
	สรุปผลการศึกษา	145
	ข้อเสนอแนะ	147
บรรณานุกรม		150
ภาคผนวก		154
ประวัติผู้วิจัย		197

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	เกณฑ์การให้คะแนนตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกล้วยอบ.....	6
2	ระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากการแบ่งโดยเกณฑ์ OPC.....	7
3	เกณฑ์การจัดระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทางด้านการจัดหาวัตถุดิบ.....	7
4	เกณฑ์ความเร็วที่กำหนดให้รถวิ่งใน Network Analysis.....	8
5	เกณฑ์การประเมินต้นทุนการขนส่ง.....	8
6	เกณฑ์การประเมินต้นทุนด้านการผลิต.....	9
7	เกณฑ์กำหนดทางจุลินทรีย์ของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกล้วยอบ.....	25
8	จำนวนจุดกระจายและจุดขายสินค้าของ 12 จังหวัดที่ทำการศึกษา.....	34
9	ปัจจัยประเภทข้อมูล ค่าคะแนน และค่าถ่วงน้ำหนักคะแนนหาพื้นที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกล้วยน้ำว้า.....	37
10	การจัดกลุ่มจังหวัดตามรายได้เฉลี่ย/หัว/ปี ด้วยวิธี Hierarchical Cluster.....	47
11	จำนวนจุดกระจาย จำนวนจุดขายสินค้า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และอุปสงค์ที่คาดการณ์รายจังหวัด.....	49
12	อุปสงค์รายเดือนของนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเทียบจากจำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือน.....	50
13	กำลังการผลิตจริง การผลิตตามอุปสงค์ จำนวนวัตถุดิบ และเนื้อที่ปลูกกล้วยน้ำว้า	56
14	เนื้อที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกล้วยน้ำว้าจังหวัดพิษณุโลกจากตัวแปรด้านต่างๆ.....	58
15	เนื้อที่เหมาะสมมากสำหรับการปลูกกล้วยน้ำว้ารายอำเภอจากตัวแปรด้านต่างๆ	62
16	จำนวนเนื้อที่เหมาะสมในระยะ Buffer.....	67
17	การใช้เนื้อที่เหมาะสมในการปลูกกล้วยน้ำว้า (ไร่) และระยะ Buffer (เมตร) รายเดือน.....	68
18	ค่าระดับความเหมาะสมและระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการจัดหาวัตถุดิบ.....	69
19	ค่าระดับคะแนนและคะแนนการประเมินระดับศักยภาพตามเกณฑ์.....	70
20	ระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามเกณฑ์ OPC และวิธี HIC.....	74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	คะแนนและระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามเกณฑ์ OPC และวิธี HIC	75
22	การรวมกลุ่มจากค่าคะแนนด้านต่างๆของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	77
23	เกณฑ์การคัดสรร OPC ประเภทผลิตภัณฑ์กล้วยตาก.....	80
24	ระดับศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	81
25	เส้นทางการขนส่ง RT1 จาก Network Analysis.....	83
26	การวิ่งรับสินค้าในเส้นทาง RT1 จาก Network Analysis.....	85
27	เส้นทางการวิ่งรับสินค้าในเส้นทาง R1 ของบริษัท.....	87
28	การวิ่งรับสินค้าในเส้นทาง RT1 ของบริษัท X.....	89
29	การวิ่งรับสินค้าในเส้นทาง RT1 ของบริษัท Y.....	91
30	จังหวัดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่งกล้วยตากไปขายในปัจจุบัน.....	93
31	เส้นทางการส่งสินค้า RT2 จาก Network Analysis.....	94
32	การวิ่งส่งสินค้าในเส้นทาง RT2 จาก Network Analysis.....	96
33	เส้นทางการส่งสินค้าในเส้น RT2 ของบริษัท.....	99
34	การวิ่งส่งสินค้าในเส้นทาง RT2 ของบริษัท X.....	100
35	การวิ่งส่งสินค้าในเส้นทาง RT2 ของบริษัท Y.....	103
36	ระยะทางและระยะเวลาในการวิ่งรถเที่ยวเปล่าในเส้น RT2.....	107
37	เปอร์เซ็นต์นักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อสินค้า.....	110
38	จำนวนสินค้ารายปีในจุดกระจายและจุดขายในแต่ละจังหวัด.....	111
39	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 แต่ละจังหวัดในแต่ละเดือน.....	112
40	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดตากและกำแพงเพชร.....	120
41	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดสุโขทัยและพิษณุโลก.....	121
42	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดขอนแก่นและมุกดาหาร.....	122
43	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดอุตรดิตถ์และเพชรบูรณ์.....	123
44	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดพิจิตรและมหาสารคาม.....	124
45	การส่งสินค้าเส้น RT3 จังหวัดกาฬสินธุ์และชัยภูมิ.....	125
46	การวิ่งรถเที่ยวเปล่าในเส้น RT3 ของแต่ละจังหวัด.....	126

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

47 เส้นทางการส่งสินค้า RT4 จาก Network Analysis..... 127

48 การวิ่งส่งสินค้าในเส้นทาง RT4 จาก Network Analysis..... 128

49 เปอร์เซ็นต์ต้นทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 133

50 ข้อดีและข้อเสียการส่งเสริมการปลูกกล้วยแบบต่างๆ..... 134

51 จำนวนตู้อบของเดือนธันวาคมซึ่งเป็นเดือนที่มีจำนวนการผลิตมากที่สุดและ
ต้นทุนการซื้อตู้อบที่เพิ่มขึ้น..... 135

52 จุดคุ้มทุนและระยะเวลาในการคืนทุนของการผลิตตามอุปสงค์..... 136

53 ค่า B/C ratio จากกำลังการผลิตกล้วยตากปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 137

54 ค่า B/C ratio ณ จุดกระจายสินค้าจังหวัดพิษณุโลกในเส้น RT2..... 139

55 ค่า B/C ratio ณ จุดกระจายสินค้าจังหวัดพิษณุโลกในเส้น RT4..... 141

56 ค่า B/C ratio ณ จุดกระจายสินค้าแต่ละจังหวัดในเส้นทาง RT3..... 143

บัญชีภาพ

ภาพ		หน้า
1	พื้นที่จังหวัดพิษณุโลกและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	4
2	เส้นทางการกระจายสินค้า.....	5
3	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	10
4	ที่ตั้งและสถานที่วิ่งรับวัตถุดิบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่มในปัจจุบัน.....	55
5	ความเหมาะสมของเนื้อที่จากตัวแปรต่างๆ และเนื้อที่เหมาะสมในการปลูกกล้วยน้ำว้า.....	59
6	ความเหมาะสมของเนื้อที่จากตัวแปรต่างๆ.....	63
7	การกระจายระดับความเหมาะสมของพื้นที่ด้านปริมาณน้ำฝนและลักษณะเนื้อดิน	64
8	การกระจายระดับความเหมาะสมของพื้นที่ด้านความเป็นกรด-ด่างและการระบายน้ำของดิน.....	65
9	การกระจายระดับความเหมาะสมของพื้นที่ด้านความอุดมสมบูรณ์ของดินและพื้นที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกล้วยน้ำว้า.....	66
10	ระยะ Buffer ออกจากที่ตั้งของกลุ่มบนพื้นที่เหมาะสม.....	67
11	ช่วงค่าระดับคะแนน OPC จากเทคนิค MDS.....	71
12	ช่วงค่าระดับคะแนน OPCM จากเทคนิค MDS	71
13	ปริมาณจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด (A) และจำนวนยีสต์-รา (B).....	73
14	ช่วงคะแนนการจัดระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	74
15	กราฟจากค่าคะแนน OPC.....	76
16	กราฟจากค่าคะแนน OPCM.....	76
17	กราฟจากคะแนนด้านการผลิต การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน.....	78
18	กราฟจากคะแนนด้านความรู้ความเข้าใจและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกล้วยอบ.....	79
19	ระดับศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	82
20	เส้นทางการวิ่งรับสินค้า RT1.....	84

บัญชีภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
21	Model เส้นทางการวิ่งรับสินค้า (RT1) จาก Network Analysis.....	88
22	Model เส้นทางการวิ่งรับสินค้า (RT1) บริษัท X	88
23	Model เส้นทางการวิ่งรับสินค้า (RT1) บริษัท Y	88
24	ต้นทุนการขนส่งสินค้าตามจำนวนอุปทานในปัจจุบันและตามอุปสงค์ที่คาดการณ์.....	94
25	เส้นทางการส่งสินค้า RT2 จาก Network Analysis.....	95
26	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดตากและกำแพงเพชร.....	113
27	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดสุโขทัยและพิษณุโลก.....	114
28	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดขอนแก่นและมุกดาหาร.....	115
29	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดอุตรดิตถ์และเพชรบูรณ์.....	116
30	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดพิจิตรและมหาสารคาม.....	117
31	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT3 จังหวัดกาฬสินธุ์และชัยภูมิ.....	118
32	เส้นทางการขนส่งสินค้า RT4.....	131