

บทที่ 2

ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 การสำรวจเอกสาร

จากการศึกษาปัญหาของภาครัฐพบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์แล้วนั้น ความรู้ความสามารถของกลุ่มชุมชน กลุ่มอาชีพ หรือผู้ผลิต ในการที่จะนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าและการให้บริหารจัดการธุรกิจก็ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน อาจจะได้กล่าวได้จากผู้ประกอบการผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการด้านธุรกิจน้อยมาก สาเหตุดังกล่าวนี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ OTOP หลายชนิดไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรและระบบบริหารจัดการเพื่อแก้ปัญหา เช่น การพัฒนาบุคลากร กลุ่มอาชีพผู้ผลิตให้มีความรู้ในเรื่องการพัฒนากกรรมวิธีการผลิต เทคนิคการผลิตที่ได้มาตรฐานและการควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านการตลาดด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแล้ว การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องอาศัยการกระจายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดโดย

1. ผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก โดยความสนับสนุนจากสื่อมวลชนในการช่วยสร้างกระแส

2. ผลิตภัณฑ์ต้องพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมในท้องถิ่น และมีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้ทั้งในและต่างประเทศ โดยจะต้องสำรวจถึงความต้องการของตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การบรรจุหีบห่อและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3. การกระจายผลิตภัณฑ์สู่มือผู้บริโภค ระยะเวลาต้องอาศัยหน่วยงานราชการต่าง ๆ ช่วยในการสนับสนุนและผลักดันในด้านกิจกรรม เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมแสดงสินค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากผู้ผลิตสินค้า OTOP จำนวนมากมีอาชีพอื่นเป็นหลัก ดังนั้นหากมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าจำนวนมากทำให้ขาดกำลังคนในการผลิต รวมทั้งไม่มีแผนการผลิตที่แน่นอน จึงทำให้การผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ การผลิตสินค้า OTOP บางผลิตภัณฑ์มีความต้องการสูง มีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมากในการผลิต แต่ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ภายในชุมชนต้องมีการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่น เป็นผลให้ต้นทุน

ของวัตถุดิบสูงขึ้น และบางครั้งเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารจัดการและต้องสร้างเครือข่ายผู้ผลิต หรือการรวมกลุ่มสมาชิกในรูปสหกรณ์ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบหรือสินค้าระหว่างท้องถิ่น และร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบแหล่งวัตถุดิบ แหล่งผลิตและข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากปัญหาขั้นพื้นฐานทางธุรกิจที่สำคัญเกิดขึ้นจากการส่งเสริมโดยภาครัฐ ที่ไม่ครบวงจรทางธุรกิจ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมที่ขาดแนวคิดทางธุรกิจยุคใหม่ การขาดแนวคิดทางการตลาด ดังนั้นเมื่อผลิตสินค้าออกมาแล้วขายไม่ได้ก็เกิดปัญหาด้านการเงินที่ตามมา ในเรื่องของการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้เป็นปัญหาที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่ประสบ ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการที่ผิดพลาดทางการตลาดและการผลิตนั่นเอง

จากผลการวิจัยได้ค้นพบว่าแนวทางสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาของประกอบการขนาดย่อมได้อย่างตรงจุดและเป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง นั่นคือ ความจำเป็นที่ต้องมีศูนย์กระจายสินค้า เป็นแหล่งระบายสินค้าให้แก่บรรดาผู้ผลิตที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (www.nstda.or.th)

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การที่จะสร้างโรงงานและได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างบเงินที่ลงทุนไป โดยมีความเป็นไปได้สูงที่จะสามารถดำเนินงานโดยไม่ล้มเหลว จึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสนใจมากขึ้นในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ในแก่นักธุรกิจนำมาใช้ในการตัดสินใจลงทุนสถาบันการเงิน เช่น บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือธนาคารนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจให้กู้ยืมเงิน หน่วยงานของรัฐ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจให้การส่งเสริมโครงการ โดยให้สิทธิประโยชน์เป็นการตอบแทน ผู้ร่วมลงทุนนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจร่วมลงทุน ลูกค้านำมาใช้ประกอบการตัดสินใจทำสัญญาสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ด้วยจุดมุ่งหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนับวันจะมีความสำคัญมากขึ้น เป็นที่สนใจจากหลายฝ่าย

เนื่องจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นช่วงระยะหนึ่ง และมีความเกี่ยวข้องกับช่วงระยะอื่นของวงจรการพัฒนาโครงการ (Project Development Cycle) นับตั้งแต่ริเริ่มโครงการไปจนถึงการดำเนินงานตามโครงการ จึงควรที่จะได้ทำความเข้าใจถึงวงจรการพัฒนาโครงการ เพื่อเป็นพื้นฐานให้เข้าใจถึงขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

2.2.1.1 ช่วงระยะของวงจรการพัฒนาโครงการ แบ่งแยกออกเป็น 3 ช่วงระยะด้วยกัน ซึ่งแต่ละช่วงระยะก็ยังสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้อีก ดังนี้

ก) ช่วงระยะก่อนการลงทุน

1. ขั้นตอนการเสาะหาโครงการหรือช่องทางการลงทุน
2. ขั้นตอนการเลือกและวิเคราะห์โครงการเบื้องต้น
3. ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
4. ขั้นตอนการประเมินและตัดสินใจโครงการ

ข) ช่วงระยะการลงทุน

1. ขั้นตอนการทำข้อตกลงและสัญญา
2. ขั้นตอนการออกแบบโครงการ
3. ขั้นตอนการก่อสร้าง
4. ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ค) ช่วงระยะการดำเนินงาน

2.2.1.2 *ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ* การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ ขั้นตอนของช่วงระยะก่อนการลงทุนนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเตรียมและสำรวจองค์ประกอบ หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจ การเตรียมโครงการสามารถกำหนดออกมาเป็นลำดับของกิจกรรมที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดขนาดหรือขอบเขตการศึกษา และเอกสารประกอบไว้อย่างแน่นอน เพื่อให้การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นไปในแนวทางเดียวกันและมีขอบเขตที่สามารถนำมายึดถือปฏิบัติได้นั้นควรมีการกำหนดรูปแบบวิธีการศึกษาเป็นมาตรฐาน ที่สามารถนำไปใช้ได้กับโครงการทุกรูปแบบ โดยแบ่งกระบวนการดังกล่าวออกมาเป็นขั้นตอนย่อยต่างๆ ซึ่งจะทำการศึกษาด้านตลาด เทคนิค การออกแบบโรงงาน การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน โดยมีรายละเอียดที่เหมาะสมกับลักษณะของโครงการเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์

2.2.1.3 *การวิเคราะห์ด้านการตลาด* ในกระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการสามารถศึกษาด้านตลาดแยกออกมาเป็นเอกเทศ เช่น ขายของป้อนน้ำชีวภาพที่ผลิตจากตะกอนน้ำเสียในราคาที่เหมาะสม

2.2.1.4 *การวิเคราะห์ด้านเทคนิค* การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค และเป็นพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วยการวิเคราะห์ด้านเทคนิค ควรพิจารณาหัวข้อดังต่อไปนี้

2.2.1.5 *การวิเคราะห์ด้านการเงิน* การวิเคราะห์ด้านการเงินเน้นหนักการเตรียมงบการเงินล่วงหน้า เพื่อนำมาประเมินโครงการในเชิงเศรษฐกิจและการกำหนดขนาดเงินลงทุนที่ต้องการการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า จำเป็นต้องนำเอาข้อมูลจากการศึกษาด้านตลาดและด้าน

เทคนิคมาประกอบการคาดคะเนรายรับและต้นทุนเพื่อกระทำการตัดสินใจ หากโครงการมีความไม่แน่นอนสูง ก็อาจจำเป็นต้องทำการ วิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง และวิเคราะห์ความเสี่ยง ประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

- ก) หากเป็นกิจการที่เริ่มใหม่ จะต้องเตรียมงบการเงินที่แสดงต้นทุนรวมของโครงการ เงินลงทุนเริ่มแรก
- ข) อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่น่าพอใจ (The minimum attractive rate of return, MARR) เป็นเกณฑ์การตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานว่า การลงทุนในทางเลือกหรือโครงการใดที่ยอมรับต้องได้อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่ยอมรับได้ เมื่อไร้อัตราผลตอบแทนกำไรสูงสุดต่ำกว่า MARR โครงการหรือทางเลือกนั้นจะไม่ได้รับความสนใจ การกำหนดค่า MARR ขึ้นอยู่กับนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงของกิจการหรือผู้ลงทุน โดยที่ ไม่ควรตั้งอัตราไว้ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร รวมกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ได้กู้ยืมมา และอัตราเงินเฟ้อ
- ค) วิธีหาอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return, IRR) มีแนวคิดว่า เมื่อทำให้การไหลเวียนเงินสดเข้าออก (รายได้) และการไหลเวียนเงินสดออก (รายจ่าย) ของโครงการเท่ากัน (นำมาทำเป็นสมการให้เท่ากัน) ย่อมสามารถทำให้คำนวณค่าอัตราดอกเบี้ย (หรืออัตราผลตอบแทนจากโครงการ) ค่าหนึ่งได้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่งจากสามวิธี คือ วิธีหามูลค่าเทียบเท่าปัจจุบัน หรืออนาคต หรือรายปี อัตราดอกเบี้ยที่คำนวณหาออกมาได้นี้เรียกว่า อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ถ้าหากค่า IRR มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ MARR ทางเลือกหรือโครงการนั้นๆ ยอมรับได้
- ง) วิธีหาค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อเงินลงทุน (Benefit Cost Ratio, B/C ratio) เนื่องจากโครงการบางโครงการมีลักษณะไม่ได้หวังผลกำไรหรือผลตอบแทนโดยตรง เช่น โครงการสาธารณะประโยชน์ต่างๆโครงการเหล่านี้มักลงทุนโดยรัฐบาลเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนหรือสังคมส่วนรวม สร้างความเป็นอยู่ให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตสูงขึ้น มีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมไปถึงสร้างหลักประกันด้านการประกอบอาชีพที่ดีขึ้น ผลตอบแทนจากโครงการเหล่านี้คำนวณเป็นจำนวนเงินโดยตรงได้ยาก ซึ่งต่างจากผลกำไรที่เกิดจากการประกอบธุรกิจหรืออุตสาหกรรมของเอกชนทั่วไป B/C ratio หมายถึง อัตราส่วนมูลค่าเทียบเท่าของผลประโยชน์ (มักคิดเป็นมูลค่าเทียบเท่าปัจจุบัน) ต่อมูลค่าเทียบเท่าที่เป็นต้นทุน การตัดสินใจเลือกโครงการโดยอยู่บนพื้นฐานว่า หากค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อเงินลงทุนมากกว่าหนึ่งจึงจะเลือกโครงการนั้น

- จ) วิธีเวลาทางงวดที่ได้ทุนคืน (Payback of Period Method) คือ ค่าของงวดเวลาให้ทุนคืนต่ำสุดที่เท่าไร เป็นสิ่งที่ช่วยให้ตัดสินใจว่าจะยอมรับโครงการนี้หรือไม่ โดยหาได้จากผลต่างของรายได้รวมและรายจ่ายรวมแล้วหักออกด้วยเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับศูนย์ผลที่ได้คือระยะเวลาที่ได้รับเงินลงทุนไปในครั้งแรกกลับคืนมาหมด แล้วจึงนำระยะเวลานี้มาตัดสินใจว่าโครงการนี้น่าสนใจในการลงทุนหรือไม่
- ฉ) การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) เป็นการศึกษาความไม่แน่นอนแบบหนึ่งในกรณีมีตัวแปรเดียวหรือตัวแปรหลายตัวเปลี่ยนแปลงไปว่าจะเกิดอะไรขึ้น มีผลกระทบอย่างไร วิธีการนี้จึงเป็นการทดสอบเปลี่ยนค่าตัวแปรต่างๆ เพื่อดูผลที่เกิดขึ้น
- ช) การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk) การศึกษาความเสี่ยงสามารถคาดหมายความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ขณะที่การศึกษาความไม่แน่นอนทำไม่ได้ สามารถทำได้เพียงทราบความผันแปรของเหตุการณ์ผิดไปจากผลลัพธ์ที่คาดหวังมากน้อยเพียงไร ดังนั้น การศึกษาความเสี่ยงจึงเป็นการวิเคราะห์ถึงความน่าจะเป็นที่จะเป็นไปได้ของผลลัพธ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่าเป็นอย่างไร

2.2.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution)

คือการเคลื่อนย้ายและเก็บรักษาสินค้าและวัตถุดิบ จากผู้ขายไปยังจุดหมายปลายทาง หรือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือจากแหล่งวัตถุดิบไปยังผู้ผลิต การกระจายสินค้าประกอบด้วย

- ระบบจัดการคลังสินค้า
- ระบบจัดการวัสดุ
- ระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ
- ระบบการสั่งซื้อ
- ระบบการขนส่ง

2.2.3 ระบบการขนส่งเพื่อรองรับการกระจายสินค้า

ระบบการขนส่งจะต้องเป็นระบบหรือเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่การตลาด และการผลิต โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงแรก จากผู้ผลิตมายังคลังสินค้ากลางของระบบโลจิสติกส์ที่อาจจะเรียกว่า “ศูนย์กระจายสินค้า” (Distribution Center, DC)

ช่วงที่สอง จากคลังสินค้ากลางหรือศูนย์กระจายสินค้า มายังคลังสินค้าย่อยในภูมิภาคหรือคลังสินค้าของผู้ซื้อสินค้า

ช่วงที่สาม จากคลังสินค้าย่อยส่วนภูมิภาค หรือคลังสินค้าของผู้ซื้อไปยังร้านค้าย่อย ผู้รับ หรือผู้บริโภคปลายทางที่แท้จริง

การจัดระบบการขนส่งทั้งสามช่วงที่กล่าวมาข้างต้น จำเป็นจะต้องมีการใช้วิธีการและยานพาหนะในการขนส่งที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเฉพาะ เช่น การขนส่งช่วงแรกและช่วงที่สาม มักจะใช้รถบรรทุกขนาดเล็กในการดำเนินการขนส่ง เพราะอยู่ในเขตชุมชนและขนส่งครั้งละไม่มาก ในขณะที่การดำเนินการขนส่งในช่วงที่สอง จะใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นการขนส่งสินค้าจำนวนมาก

2.2.4 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

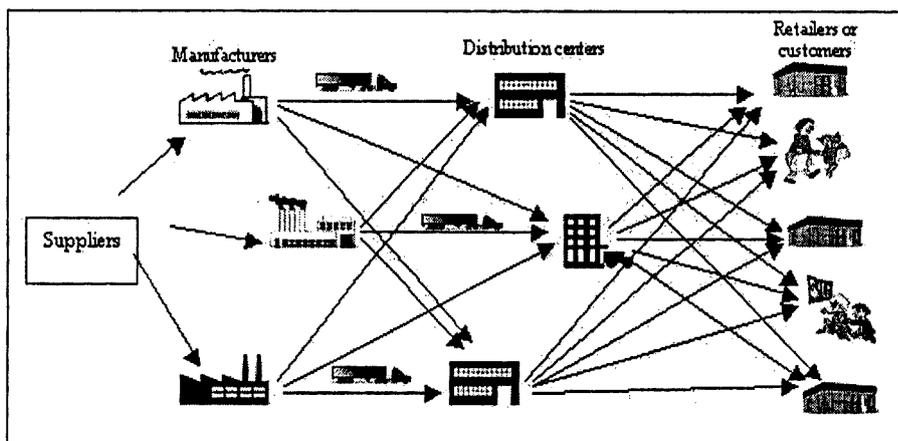
ห่วงโซ่อุปทานหมายถึงการเชื่อมต่อของหน่วยหรือจุดต่างๆในการผลิตสินค้าหรือบริการ ที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้ายคือลูกค้า โดยทั่วไปแล้วห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยจุดที่สำคัญๆ คือ

ผู้ส่งมอบ (Suppliers) หมายถึงผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงานหรือหน่วยบริการ เช่น เกษตรกรที่ปลูกมันสำปะหลังหรือปาล์ม โดยที่เกษตรกรเหล่านี้จะนำหัวมันไปส่งโรงงานทำแป้งมันหรือโรงงานทำกลูโคส หรือนำผลปาล์มไปส่งที่โรงงานผลิตน้ำมันปาล์ม เป็นต้น

โรงงานผู้ผลิต (Manufacturers) หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรสภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบ ให้มีคุณค่าสูงขึ้น

ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) หมายถึงจุดที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งๆ อาจจะมีสินค้าที่มาจากหลายโรงงานการผลิต เช่นศูนย์กระจายสินค้าของซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จะมีสินค้ามาจากโรงงานที่ต่างๆกัน เช่น โรงงานผลิตยาสระผม, โรงฆ่าสัตว์, เบเกอรี่ เป็นต้น

ร้านค้าย่อยและลูกค้าหรือผู้บริโภค (Retailers or Customers) คือจุดปลายสุดของโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นจุดที่สินค้าหรือบริการต่างๆจะต้องถูกใช้จนหมดมูลค่าและโดยที่ไม่มีการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้นๆ



รูปที่ 2.1 แสดงโครงข่ายของโซ่อุปทาน

สินค้าหรือบริการต่างๆ ที่ผลิตออกสู่ตลาดจะต้องผ่านทุกจุดหรือหน่วยต่างๆ ตลอดทั้งสายของห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นคุณภาพของสินค้าและบริการนั้น จะขึ้นอยู่กับทุกหน่วยมิใช่หน่วยใดหน่วยหนึ่งโดยเฉพาะ ด้วยเหตุผลนี้เองจึงทำให้มีแนวความคิดในการบูรณาการทุกๆ หน่วยเพื่อให้การผลิตสินค้าหรือบริการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง ดังเช่น น้ำมันปาล์มประกอบอาหาร ในสายของห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยผู้ส่งมอบซึ่งมักจะเป็นเกษตรกรผู้นำผลปาล์มมาส่งให้กับโรงงานหีบเพื่อนำน้ำมันปาล์มดิบออกจากผลปาล์ม ในขั้นตอนต่อไปน้ำมันปาล์มดิบก็จะถูกส่งต่อไปให้โรงงานผลิตน้ำมันปาล์มสำหรับใช้ประกอบอาหาร น้ำมันปาล์มประกอบอาหารนี้ก็จะถูกบรรจุในลังกระดาษและถูกส่งออกจากโรงงานและส่งต่อไปยังผู้ประกอบการรายต่อไป เช่น ผู้ดำเนินการซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกย่อย เพื่อที่จะนำไปวางขายบนชั้นวางของตามซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกย่อยเพื่อให้ผู้บริโภคได้มาทำการเลือกซื้อสินค้า จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าทุกๆ จุดในสายของห่วงโซ่อุปทานมีผลต่อคุณภาพของน้ำมันปาล์มประกอบอาหารซึ่งเป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่กำลังเลือกซื้อสินค้า ซึ่งกิจกรรมหลักในห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

การจัดหา (Procurement) เป็นการจัดหาวัตถุดิบหรือวัสดุที่ป้อนเข้าไปยังจุดต่างๆ ในสายของห่วงโซ่อุปทาน จากตัวอย่างข้างต้น หากโรงงานได้ผลปาล์มที่มีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ว่าจะมีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย ก็ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและต้นทุน ฉะนั้น การจัดหาถือเป็นการดำเนินงานหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและต้นทุนการผลิต

การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าของสินค้าในแง่ของการย้ายสถานที่ หากน้ำมันปาล์มประกอบอาหารถูกขายอยู่ที่หน้าโรงงานผลิตอาจจะไม่มีลูกค้ามาซื้อเลยก็ได้ อีกประการหนึ่งก็คือ หากการขนส่งไม่ดี สินค้าอาจจะได้รับความเสียหายระหว่างทางจะเห็นว่าการขนส่งก็มีผลต่อต้นทุนโดยตรง

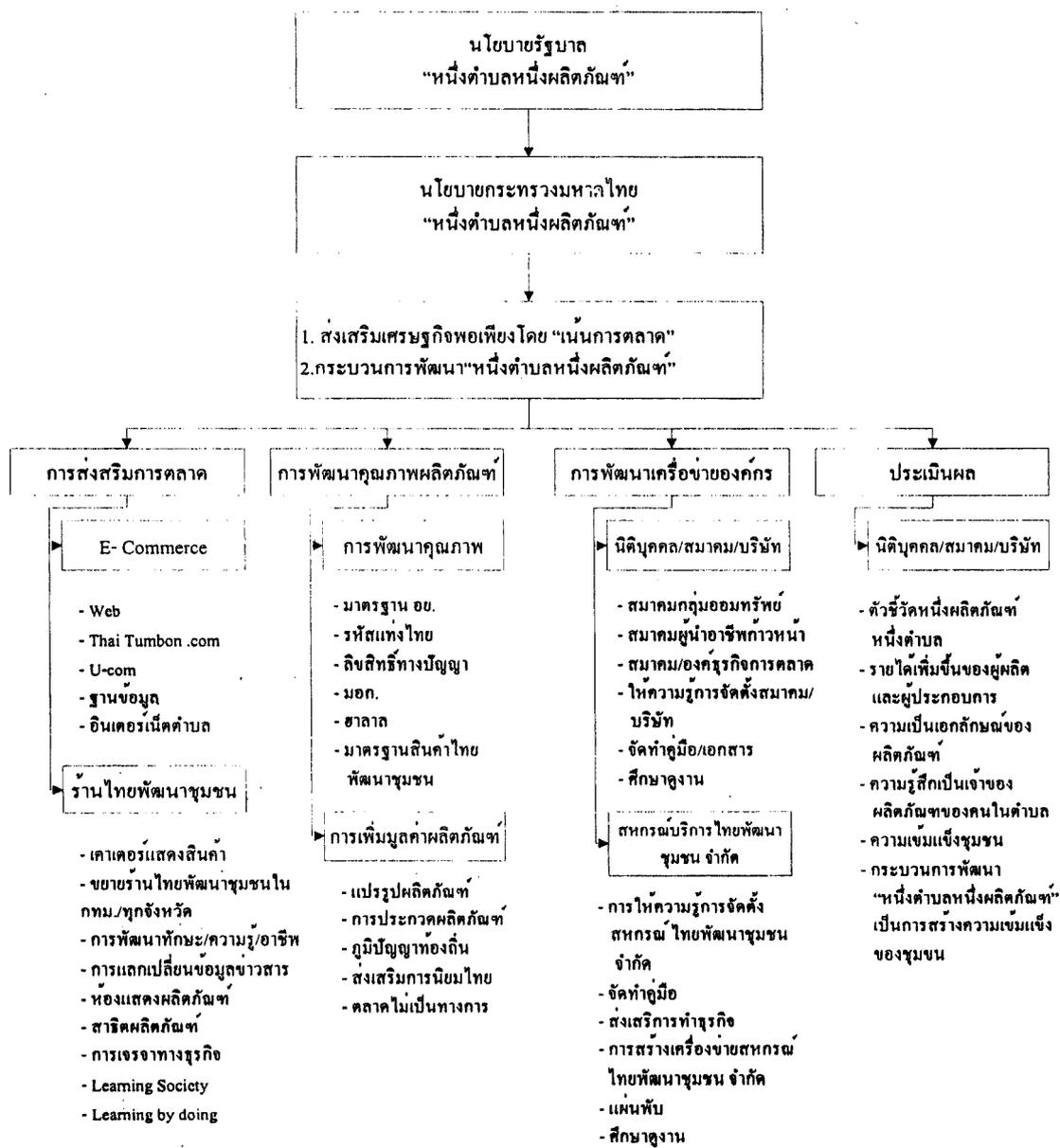
การจัดเก็บ (Warehousing) เป็นกิจกรรมที่มีได้เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้าเลย แต่ก็เป็นกิจกรรมที่ต้องมีเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่ไม่คงที่ รวมทั้งประโยชน์ในด้านของการประหยัดเมื่อมีการผลิตของจำนวนมากในแต่ละครั้ง หรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีปริมาณวัตถุดิบที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสภาพลม ฟ้า อากาศ

การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าจากจุดจัดเก็บส่งต่อไปยังร้านค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ต

2.2.4 ศูนย์กระจายสินค้า

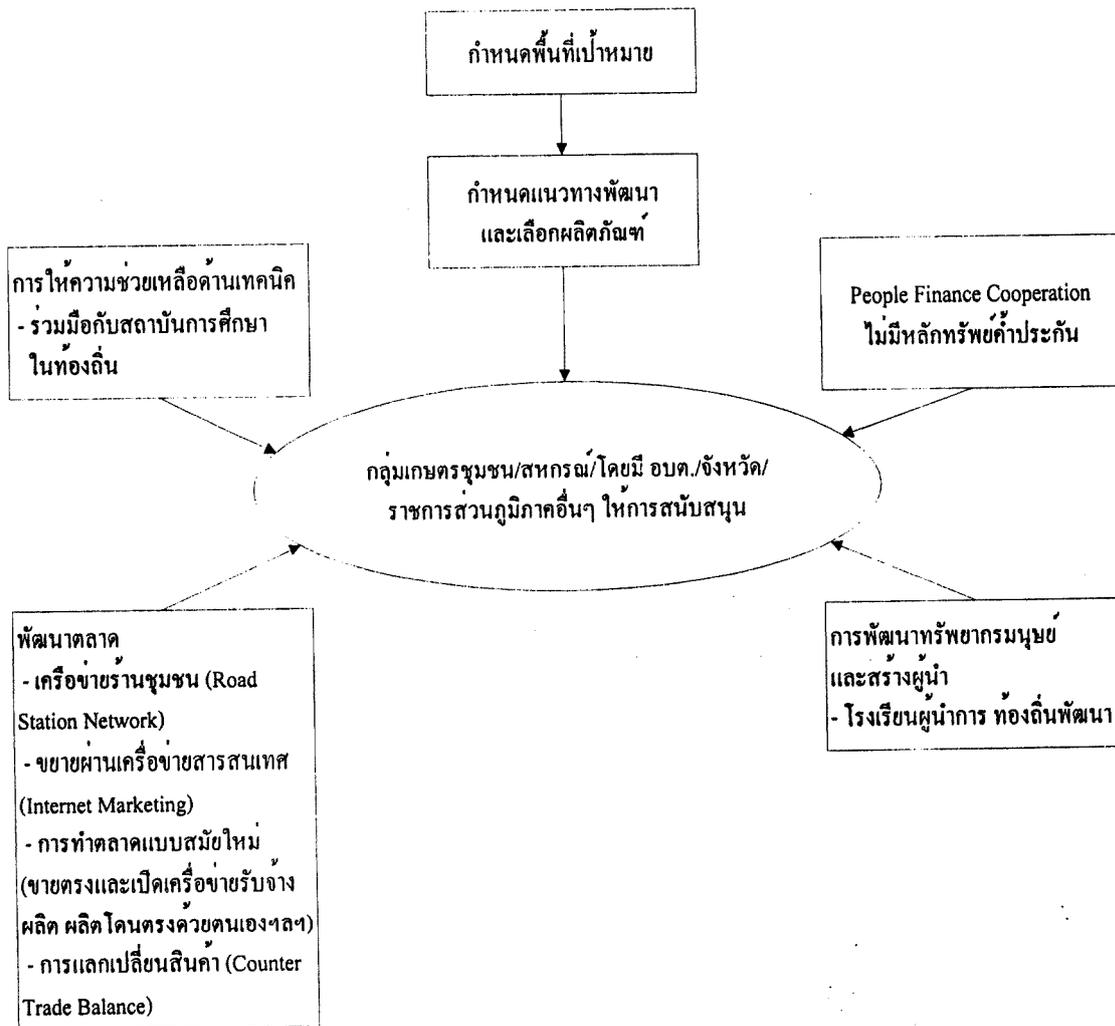
เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่นับวันจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในการผลิตและจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภคในสินค้าหลายชนิดที่ผลิตในประเทศ จะมีต้นทุนในส่วนนี้อยู่ถึงร้อยละ 30-40 ของต้นทุนสินค้าในด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการรับและการกระจายสินค้าตลอดจนถึงกระบวนการผลิตของไทยยังถือว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก จนส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

2.2.5 กระบวนการพัฒนา "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" และการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา



รูปที่ 2.2 แสดงกระบวนการพัฒนา "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

2.2.6 ทฤษฎีการตลาด

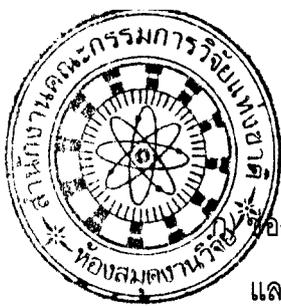


รูปที่ 2.2 แสดงทฤษฎีทางการตลาด

2.2.6.1 *ผลิตภัณฑ์ (Product)* หมายถึง "สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ" ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล

2.2.6.2 *ราคา (Price)* หมายถึง "มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง"

2.2.6.3 *การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)* หมายถึง "โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด" สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษา สินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้



ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง "เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด" ในระบบช่องทาง การจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม "

ข) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง "กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ เคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม" การ กระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

- การขนส่ง (Transportation)
- การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

2.2.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) "เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ" การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยพนักงาน ขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่มีพนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ซึ่ง ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

- ก) การโฆษณา (Advertising)
- ข) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)
- ค) การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- ง) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	
ห้องสมรรถงานวิจัย	
วันที่.....	- 6 ต.ค. 2553
เลขทะเบียน.....	232208
เลขเรียกหนังสือ.....	

ก) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง " เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด" ในระบบช่องทางการจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม "

ข) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง "กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม" การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

- การขนส่ง (Transportation)
- การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

2.2.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) "เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ" การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่มีพนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

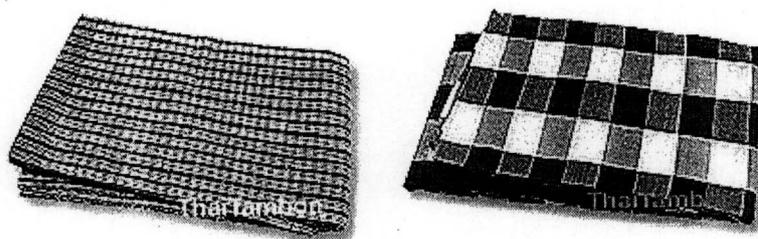
- ก) การโฆษณา (Advertising)
- ข) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)
- ค) การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- ง) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

2.3 สินค้า OTOP ประเภทผ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



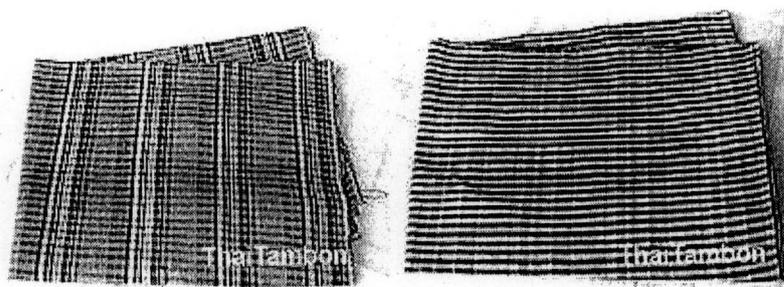
รูปที่ 2.3 แสดงกางเกงขายาวและกางเกงขาสั้นผ้าบาติก ลายชายหาด(OTOP)

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร : 09 1711109



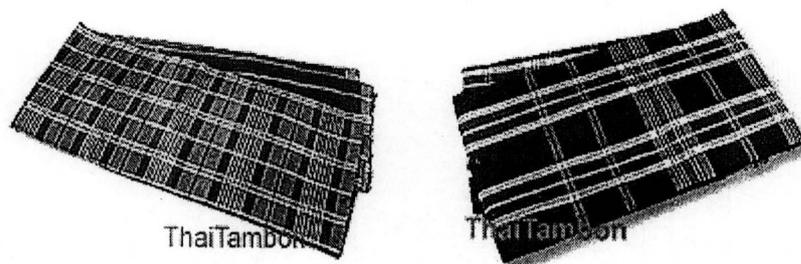
รูปที่ 2.4 แสดงผ้าขาวม้า

กลุ่มอนุรักษ์ผ้าทอมือ 225 หมู่ 1 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
ติดต่อ : นางละม่อม ขวัญเรือน โทร : 06 0977471, 032 602938



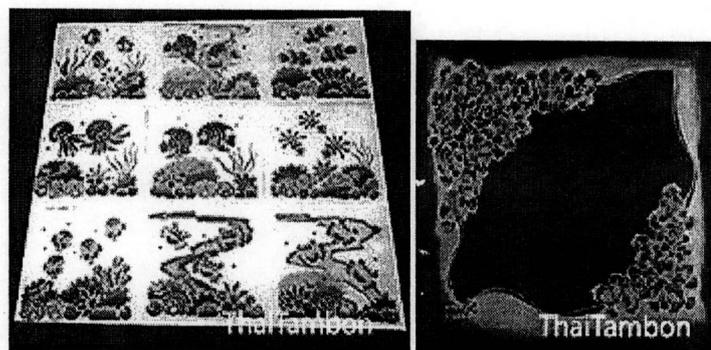
รูปที่ 2.4 แสดงผ้าขาวม้า เอนกประสงค์ มีให้เลือกหลายสี เนื้อแน่น

กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า เลขที่ 54 บ้านเขาเต่า ถ.เพชรเกษม ต.หนองแก อ.หัวหิน
จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110 ติดต่อ : นางอมลวรรณ เอี่ยมล้ำวงศ์ โทร : 09 2600867, 032 572351



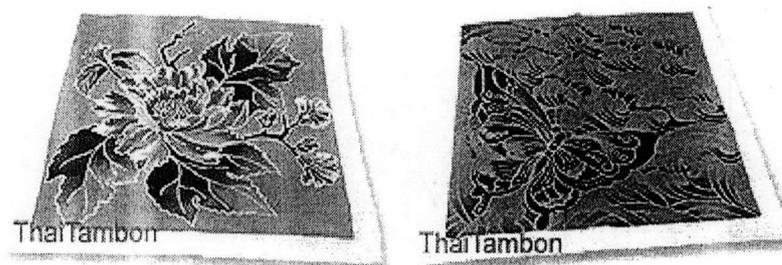
รูปที่ 2.5 แสดงผ้าขาวม้า เอนกประสงค์ มีให้เลือกหลายสี เนื้อแน่น

กลุ่มทอผ้าที่กระตุกเขาล้าน 48/1 หมู่ 4 บ้านพุตะแบก ตำบลเขาล้าน อำเภอทับสะแก จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ 77130 ติดต่อ : นางแสง เสียงเพราะ โทร : 032 546138, 032 672226



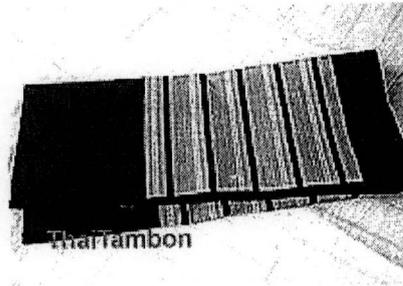
รูปที่ 2.6 แสดงผ้าเช็ดหน้าและผ้าพันคอ ผ้าปานมัสลิน เป็นเส้นใยธรรมชาติ(OTOP)

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร : 09 1711109



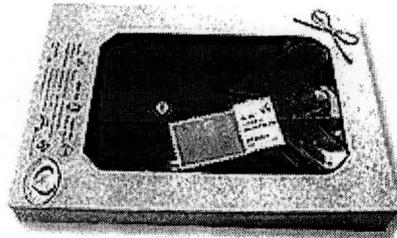
รูปที่ 2.7 แสดงผ้าเช็ดหน้าบาติก ลายดอกไม้และลายผีเสื้อ

กลุ่มผ้าบาติกบ้านหัวหิน 1/54 หมู่ 4 บ้านบ่อฝ้าย ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
77110 ติดต่อ : นางจากรวรรณ ณ รัฐกิจ โทร : 06 0208784.



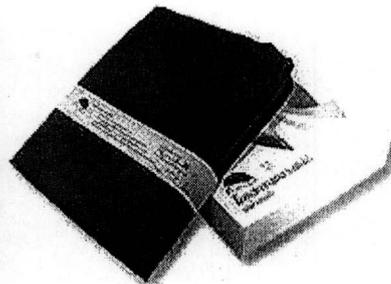
รูปที่ 2.8 แสดงผ้าถุง

กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า เลขที่ 54 บ้านเขาเต่า ถ.เพชรเกษม ต.หนองแก อ.หัวหิน
จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110 ติดต่อ : นางอมลวรรณ เอี่ยมล้ำอังค์ โทร : 09 2600867, 032 572351



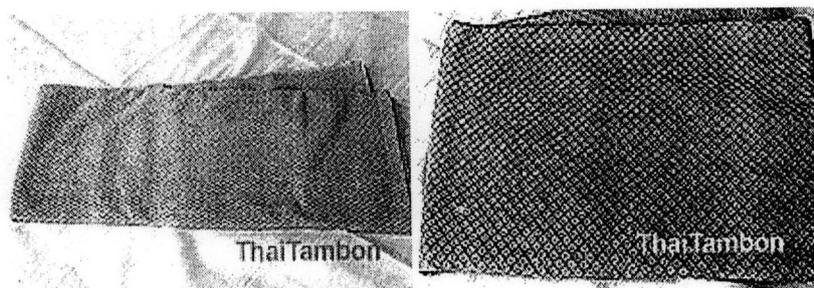
รูปที่ 2.9 แสดงผ้าเช็ดหน้าบาติก 2.เสื่อยัดบาติก3.ผ้าพันคอบาติก (OTOP)

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร : 09 1711109



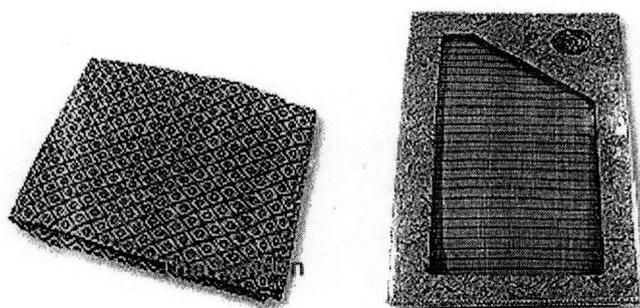
รูปที่ 2.10 แสดงผ้าฝ้ายทอมือ มีหลากหลายสี (OTOP) (Coop)

กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า เลขที่ 54 บ้านเขาเต่า ถ.เพชรเกษม ต.หนองแก อ.หัวหิน
จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110 ติดต่อ : นางอมลวรรณ เอี่ยมล้ำอังค์ โทร : 09 2600867, 032 572351



รูปที่ 2.11 แสดงผ้าฝ้ายยกดอก

กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า เลขที่ 54 บ้านเขาเต่า ถ.เพชรเกษม ต.หนองแก อ.หัวหิน
จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110 ติดต่อ : นางอมลวรรณ เอี่ยมสำอางค์ โทร : 09 2600867, 032 572351



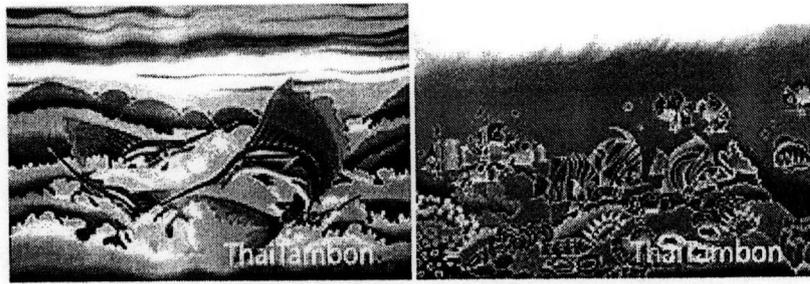
รูปที่ 2.12 แสดงผ้าฝ้ายทอมือ

กลุ่มอนุรักษ์ผ้าทอมือ 225 หมู่ 1 ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
ติดต่อ : นางละม่อม ขวัญเรือน โทร : 06 0977471, 032 602938



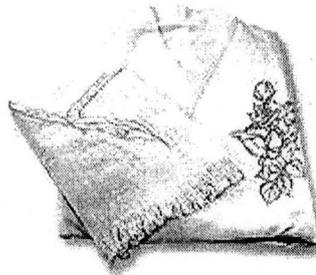
รูปที่ 2.13 แสดงผ้าพันคอบาติก

กลุ่มผ้าบาติกบ้านหัวหิน 1/54 หมู่ 4 บ้านบ่อฝ้าย ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
77110 ติดต่อ : นางจรรววรรณ ณ รัฐกิจ โทร : 06 0208784



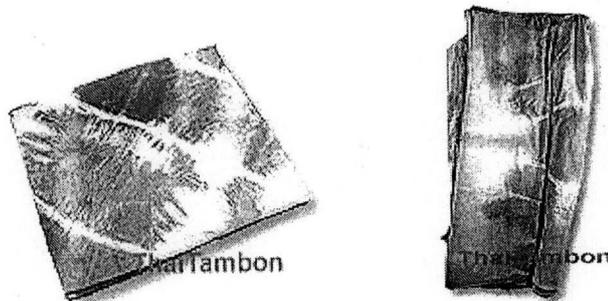
รูปที่ 2.14 แสดงผ้าพันชายหาด

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร :09 1711109



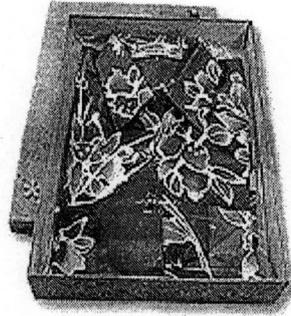
รูปที่ 2.15 แสดงผ้าพันท์และเขียนลาย (22148)(OTOP)

กลุ่มผ้าพันท์และเขียนลาย 92/5 หมู่ 4 ตำบลเขาล้าน อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
77130 โทร : 09 6777174



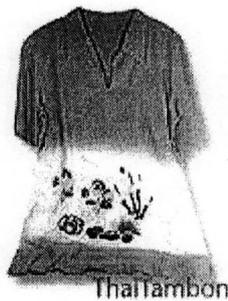
รูปที่ 2.16 แสดงผ้ามัดย้อม

กลุ่มสตรีพัฒนาอาชีพบ้านตาลเจ็ดยอด 108 หมู่ 1 บ้านตาลเจ็ดยอด ถนนชรอยเทศบาล 14 ตำบลไร่
เก่า อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77180 ติดต่อ : นางสมรรัตน์ ศรีทอง โทร : 06
1363755

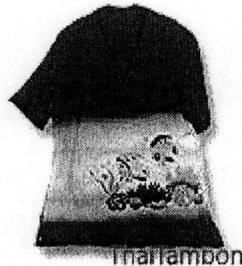


รูปที่ 2.17 แสดงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (22148)(OTOP)

กลุ่มเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 599 หมู่ 1 ตำบลไร่เก่า อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
77180 ติดต่อ : คุณสุวรรณี วัฒนากร โทร : 032 688339



Thaifambon



Thaifambon



Thaifambon

รูปที่ 2.18 แสดงเสื้อผ้าบาติกสีเขียว สีแดง สีน้ำเงิน (OTOP)

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร : 09 1711109



Thaifambon



Thaifambon

รูปที่ 2.19 แสดงเสื้อผ้าบาติกสีฟ้าและ เสื้อสายเดี่ยวบาติก (OTOP)

กลุ่มอาชีพนิคมบาติก 10 หมู่ 7 ตำบลอ่าวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210 ติดต่อ :
นางสาวสมใจ แซ่ลิ้ม โทร :09 1711109



รูปที่ 2.20 แสดงผ้าพันคอ (OTOP)

กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า เลขที่ 54 บ้านเขาเต่า ถ.เพชรเกษม ต.หนองแก อ.หัวหิน จ.
ประจวบคีรีขันธ์ 77110 ติดต่อ : นางอมลวรรณ เขี่ยมสำอางค์ โทร : 09 2600867, 032 572351