

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ รัชกาลปัจจุบันที่ทรงให้ไว้ว่าคนไทยควรจะใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงเมื่อชุมชนระดับรากหญ้ามีความเข้มแข็งและสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองแล้วนโยบายของรัฐบาลก็จะพัฒนาจุดอื่น ๆ ของประเทศต่อไป รัฐบาล จึงได้รับสนองแนวพระราชดำริดังกล่าวโดยมีนโยบายให้ทุกหน่วยงานในประเทศทำการปรับกลยุทธ์และวิธีดำเนินงานของตนเองใหม่ทั้งหมดให้เน้นการเชื่อมโยงของชุมชนเป็นหลัก ดังภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทยที่มีอยู่เดิมมาประยุกต์ให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีเป้าหมายที่จะขจัดปัญหาความยากจนที่มีอยู่ ดังนั้นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon one product: OTOP) จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุมชนระดับรากหญ้าที่เป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้งเพื่อใช้เป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในลักษณะจากภูมิปัญญาในชุมชนระดับตำบลสู่อาชีพ และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการสนับสนุนให้แต่ละชุมชนนำทรัพยากรภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประสิทธิภาพ โดยรัฐบาลจะเข้ามาช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจากการที่ผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล โดยมีหลักการขั้นพื้นฐาน 3 ประการ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่นำทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่นและจุดขายให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. สามารถพึ่งตนเองและมีความคิดอย่างสร้างสรรค์ได้ (Self-reliance Creativity) โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. สร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ให้ประชาชนใช้ชีวิตด้วยความท้าทาย และมีจิตวิญญาณในการสร้างสรรค์

โครงการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นโครงการที่มีแนวความคิดริเริ่มมาจากโครงการของประเทศญี่ปุ่น ในจังหวัดโออิตะ ซึ่งเป็นโครงการ ที่ตั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาพัฒนาชุมชนโดยรัฐบาลสนับสนุนให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อคิดค้น ให้หนึ่งตำบลมี ผลิตภัณฑ์ หนึ่งผลิตภัณฑ์ และเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนมีความเข้มแข็ง ทางด้านรายได้มากขึ้น สามารถพึ่งตนเองให้ได้มากที่สุดรวมทั้งเป็นการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืน ดังนั้นจึงต้องมีหน่วยงานของรัฐและเอกชนเข้ามาช่วยส่งเสริมในหลาย ๆ ด้านเช่น เงินทุน การประชาสัมพันธ์ การตลาด รวมทั้งการให้ความรู้ทางด้านการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้เทคนิคต่าง ๆ เป็นต้น เพราะบางครั้งการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเพียงอย่างเดียวอาจจะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า ไม่ทันสมัย และ อาจมีปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น การที่ ผลิตภัณฑ์ชุมชนพัฒนาขึ้นจนได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นก็ต้องผ่านหลักเกณฑ์จากคณะกรรมการของกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ทำการตัดสินใจคัดเลือกเพื่อให้ตรา ผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” แก่ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ขั้นตอนการคัดสรรเหล่านั้นนอกจากจะครอบคลุมขั้นตอนของการผลิตแล้วยังต้องคำนึง ถึงการจำหน่ายหรือตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ ไปขายด้วย ซึ่งจะต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนและมีการพัฒนาควบคู่กันไปกับ ขบวนการผลิตด้วย เพราะหาก ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคแล้วก็จะไม่สามารถขาย ผลิตภัณฑ์ได้ อันจะ ส่งผลให้ชุมชนเหล่านั้นไม่มีแหล่งระบาย ผลิตภัณฑ์ เกิดปัญหาผลิตภัณฑ์ล้นตลาด ล้าสมัย หรือหมดอายุที่จะนำมาบริโภค โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร อันจะส่งผลให้ชุมชนเหล่านั้นเกิดปัญหาหนี้สินทางการเงินตามมาเนื่องจากไม่สามารถขายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเหล่านั้นได้

ปัจจุบันประเทศไทยมีตำบลทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 7,255 ตำบล แต่จำนวนผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP ที่จดทะเบียนในระหว่างปี พ.ศ. 2549-2553 (ตารางที่ 1.1) นั้นพบว่าในปี 2553 มีผู้ประกอบการ OTOP จ้างลงทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 33,218 รายเพิ่มขึ้นจากปี 2548 จำนวน 10,141 ราย จำแนกเป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจำนวน 22,189 ราย ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียวจำนวน 10,303 ราย และผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 726 ราย

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่จดทะเบียน พ.ศ. 2549-2553

ปี	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2553	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2553
ประเภทผู้ประกอบการ	รายเดิม			รายใหม่			รวม		
กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	16,715	13,838	16,352	8,689	7,731	5,837	25,404	21,569	22,189
กลุ่มผู้ประกอบการรายเดียว	5,494	4,616	6,151	4,699	4,858	4,152	10,193	9,474	10,303
SMEs	1,840	558	574	403	197	152	2,243	755	726
รวมทั้งสิ้น	24,049	19,012	23,077	13,791	12,786	10,141	37,840	31,798	33,218

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน (2554)

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า จำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี จึงจำเป็นที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้าไป ส่งเสริมและสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP เหล่านี้ให้มากขึ้น ทั้งในด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ การสร้างมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์และ การให้ความรู้ความเข้าใจการผลิตที่ถูกต้อง เป็นต้น รวมถึง การสร้างมาตรฐานการผลิตให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นดังกล่าวให้มีตลาดที่ถาวรรวมทั้งสามารถนำไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตามเนื่องจากปัจจุบันสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของโลกทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่อง และการแข่งขันในตลาดสากลที่ทวีความรุนแรงขึ้นระบบการค้าของโลกเกิดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากกระแสโลกาภิวัตน์ ผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่มีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลง ในขณะเดียวกันลูกค้ามีความคาดหวังสูงขึ้นและมีทางเลือกซื้อที่มากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของไทยโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และการก้าวเข้าสู่การค้าในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมภาคการผลิตนั้นปัจจุบันได้เผชิญกับปัญหาด้านต้นทุนการดำเนินการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมียอดขายและยอดส่งออกลดลง รวมทั้งปัญหาราคา ผลิตภัณฑ์ของประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศจีนและเวียดนามที่มีราคาที่ถูกกว่า ทำให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ จะต้องปรับตัวกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น มักจะดำเนินธุรกิจจากประสบการณ์และความชำนาญของตน นอกจากนั้นยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและเครือข่ายด้านการตลาด รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ยังขาดความชัดเจนเท่าที่ควร ขาดความสามารถที่จะปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะลดต้นทุนการผลิตและ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วภายใต้สภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน โดยปัญหา ต่าง ๆ ดังกล่าวอาจนำไปสู่การเลิกกิจการในที่สุดและจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศในที่สุด

ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต่าง ๆ จะ ต้องมีความสามารถในการบริหารงานและ ดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในใจกับโซ่อุปทานของตน ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ได้เป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการต้องพยายามค้นหาแนวทางในการตอบสนองความพึงพอใจ ของลูกค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ และเป็นหลักประกันในความอยู่รอดของ องค์กร ดังนั้นธุรกิจส่วนใหญ่ทั่วโลกได้เริ่มหันมาลงทุนและให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในโซ่อุปทาน เนื่องจากมองเห็นว่าเป็นแนวทาง หนึ่งที่จะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิง ธุรกิจได้ ซึ่งหากผู้ประกอบการมีระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ที่มีประสิทธิภาพ สามารถ ป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่ อาจจะเกิดขึ้นในโซ่อุปทานได้แล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงภายในกลุ่ม และระหว่างคู่ค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ผลกระทบของความไม่แน่นอนต่าง ๆ ในโซ่อุปทาน ลดลงซึ่งจะสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการเหล่านั้นให้สามารถแข่งขันได้ในอนาคต ด้วยคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์และความรวดเร็วในการส่งมอบภายใต้ราคาผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันได้

ความไม่แน่นอนที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในโซ่อุปทานและเกิดความสูญเสียของคุณค่าที่จะต้องส่ง มอบให้กับลูกค้า ส่วนมากจะเกิดขึ้นระหว่างการเชื่อมโยงการไหลของคุณค่าระหว่างหุ้นส่วนหรือสมาชิก ในแต่ละโซ่อุปทาน หรือการเชื่อมโยงการขนส่งระหว่างองค์กรธุรกิจ ยิ่งโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกันอย่าง ชับซ้อนและมีเป็นจำนวนมากเท่าใดก็จะทำให้มีโอกาสในการเกิดความเสี่ยงของโซ่อุปทาน มากขึ้น ดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้การไหลของทรัพยากรติดขัด ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่จะต้องได้รับรู้ข้อมูลของ สถานการณ์อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โซ่อุปทานจึงต้องมีคุณสมบัติของการรับรู้สมรรถนะของการ ดำเนินงานและสถานะของการไหลของคุณค่า ความสามารถในการรับรู้ข้อมูลทั่วทั้งโซ่อุปทานมีผลต่อ การจัดการความเสี่ยงของผู้วางแผนของแต่ละหุ้นส่วนในโซ่อุปทาน ข้อมูลในแต่ละตำแหน่งใน โซ่อุปทาน จะต้องมีความสอดคล้อง (Synchronization) กันในทิศทางที่สนับสนุนการตัดสินใจการไหลของคุณค่า ในแต่ละส่วนของโซ่อุปทานทั้งภายในองค์กรของหุ้นส่วนใน โซ่อุปทานและระหว่างองค์กรในโซ่อุปทาน โซ่อุปทานที่มีคุณลักษณะของการรับรู้ข้อมูลและสอดคล้องกันตลอดทั้งโซ่อุปทาน นั้นจะต้องอาศัย แนวคิดของการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ของโซ่อุปทานร่วมกันโดยมอง ผลประโยชน์ของส่วนรวมหรือของโซ่อุปทานในระยะยาวเป็นหลักใหญ่ เมื่อมีผลประโยชน์ร่วมกันแล้ว

ประสิทธิภาพของการตัดสินใจในการวางแผนจะทำให้ความเสี่ยงของคุณค่าที่สูญเสียจะน้อยลง ประเด็นที่สำคัญในการลดความเสี่ยงคือการปรับตัวเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วหรือ สามารถกลับคืนสู่สภาพเดิม ความสูญเสียที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผลลัพธ์ของโซ่อุปทาน ถ้าผู้วางแผนโซ่อุปทานตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ที่ไม่คาดคิดไว้ได้เป็นอย่างดีก็จะลดการสูญเสียที่จะเกิดขึ้นต่อเนื่องได้

เหตุการณ์ที่เกิดจากความไม่แน่นอนต่าง ๆ จะส่งผลทำให้เกิดความเสี่ยงในโซ่อุปทาน เนื่องจากจะทำให้ระบบเกิดการหยุดชะงัก หรือเกิดความล่าช้าในการรับปัจจัยการผลิตและส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการวิเคราะห์ความเสี่ยงในโซ่อุปทานจะช่วยบรรเทาผลกระทบและช่วยจัดการความเสี่ยงในโซ่อุปทาน เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันหรือลดความเสี่ยงและความสูญเสียต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ลงได้ สำหรับงานวิจัยในด้านความเสี่ยงในโซ่อุปทานเพิ่งได้รับความสนใจใน แวดวงการศึกษาประมาณ 10 กว่าปีที่ผ่านมา (เช่น Harland et al.,2003; Christopher and Peck,2004; Zsidisin et al. 2004; Mannj and Mentzer, 2008a; 2008b) เนื่องจากความเสี่ยงในโซ่อุปทานได้กลายเป็นประเด็นที่สำคัญในองค์กร เนื่องจากหากองค์กรต่าง ๆ ไม่สามารถจัดการความเสี่ยง ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็จะส่งผลให้เกิดอุปสรรคต่าง ๆ ในการบริหารการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมรรถนะ (Performance) ขององค์กรเอง (Mitchell, 1995) และจะส่งผลกระทบต่อองค์กรในหลายประเด็น อาทิเช่น ความไม่แม่นยำในการพยากรณ์ คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน และความสัมพันธ์กับสมาชิกในโซ่อุปทานที่ต่ำ ซึ่งส่งผลให้องค์กรเสียชื่อเสียงและเสียลูกค้าในที่สุด ดังนั้นการที่จะแก้ปัญหาหรือลดผลกระทบที่เกิดต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องนำกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงในโซ่อุปทานเข้ามาบริหารจัดการ (Frosdick, 1997; 2008b)

จากการศึกษาวิจัยของ Chirstopher and Peck (2004) Christopher (2005) และ Kersten et al. (2006) ได้จำแนกความเสี่ยงในโซ่อุปทานออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านกระบวนการผลิต (Process Risk) (2) ด้านการควบคุม (Control Risk) (3) ด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ (Demand Risk) (4) ด้านการจัดหา (Supply Risk) และ (5) ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental Risk) โดยได้จำแนกความเสี่ยง 2 ด้านแรกถือว่าเป็นปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร ส่วนความเสี่ยงด้านความต้องการผลิตภัณฑ์และการจัดหาวัตถุดิบจะเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทาน และเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกองค์กร ส่วนปัจจัยที่ 5 ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกในโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) หมายถึงวิธีบริหารจัดการที่นำมาใช้ในการบ่งชี้ วิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง และจัดการเพื่อให้องค์กรสามารถหาแนวทางป้องกัน หรือลดความเสียหายจากความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น โดยการปรับลดค่าความเสี่ยงให้เข้าสู่ค่าความเสี่ยงที่บริษัทสามารถยอมรับได้โดยการปรับค่าความเสี่ยงหรือควบคุมความเสี่ยงเหล่านั้น เช่น การลดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในอนาคต เช่น ลดการสต็อกผลิตภัณฑ์ที่เกินความจำเป็นลง การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Desouza et al., 2004) ดังนั้นการจัดการความเสี่ยงตลอดโซ่อุปทานจะเป็นการหาแนวทางการบริหารปัจจัยและควบคุมกิจกรรมและกระบวนการดำเนินงาน ในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะลดสาเหตุของโอกาสที่จะเกิดความเสียหายแก่องค์กรลง (Waters, 2007)

ผู้ประกอบการในผลิตภัณฑ์ OTOP เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดเล็ก จึงพบว่ามีปัญหาในหลากหลายด้าน เช่น ด้าน มาตรฐานของผลิตภัณฑ์หรือการไม่มีตลาดหรือไม่ทราบความต้องการของลูกค้า ขาดเงินทุน วัตถุดิบไม่เพียงพอ รวมไปถึงการไม่เข้าใจถึงแนวคิดการบริหารจัดการที่ดี เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเสี่ยงในโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ OTOP หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มชุมชนหรือผู้ผลิตขนาดเล็กและเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความเสี่ยงในโซ่อุปทาน ว่าประกอบด้วยปัจจัยด้านใดบ้าง เพื่อที่จะหาแนวทางไปสู่การปรับปรุงแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทาน และเป็นการเสริมสร้างให้ ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถดำเนินการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
2. เพื่อการวิเคราะห์และหาแนวทางในการลดความเสี่ยงในโซ่อุปทาน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้จะกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในภาคการผลิตเท่านั้น

1.4 ประชากร และตัวแปร

1.4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือหัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการในปี 2553 จำนวน 33,218 คน

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือปัจจัยพื้นฐานของสถานประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP ประกอบด้วย

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์
2. ประเภทของกิจการ
3. ระยะเวลาการก่อตั้ง
4. ระดับดาว
5. วิธีการผลิต

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ปัจจัยความเสี่ยงในโซ่อุปทานแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านการจัดหาวัตถุดิบ (Supply Risk)
2. ด้านกระบวนการผลิต (Process Risk)
3. ด้านระบบควบคุมและการวางแผน (Plan and Control Risk)
4. ด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ (Demand Risk)
5. ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental Risk)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP ที่เกิดขึ้น

- 2 .ได้แนวทางการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 3 .ได้ข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. **ความเสี่ยง (Risk)** คือ เหตุการณ์ การกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และจะส่งผลกระทบหรือสร้างความเสียหาย หรือความล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุความสำเร็จต่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยงาน และระดับบุคคลได้
2. **ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบ (Supply Risk)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานขาเข้า ซึ่งเกิดจากปัญหาของผู้ส่งมอบรวมถึงกิจกรรมในการจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับการผลิต การขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบสำหรับการผลิต
3. **ความเสี่ยงด้านกระบวนการผลิต (Process Risk)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการผลิต หรือการแปรรูปวัตถุดิบซึ่งเกิดความผิดพลาดในวิธีปฏิบัติงาน (Methodology) ความผิดพลาดของระบบการปฏิบัติงาน หรือความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ
4. **ความเสี่ยงด้านระบบควบคุม และการวางแผน (Plan and Control Risk)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหา คัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์
5. **ความเสี่ยงด้านความต้องการ ผลิตภัณฑ์ (Demand Risk)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากลูกค้ารวมไปถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และบริการไปยังลูกค้า และยังครอบคลุมถึงกิจกรรมการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ การบริการหลังการขาย และการชักจูงให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ

6. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก (Environmental Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากภายนอกโซ่อุปทานที่ยากต่อการพยากรณ์ หรือไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

7. การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) คือ การบริหารปัจจัย และควบคุมกิจกรรมรวมทั้งกระบวนการ การดำเนินงานต่างๆ โดยลดมูลเหตุแต่ละโอกาส ที่องค์กรจะเกิดความเสียหาย เพื่อให้ระดับและขนาดของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ประเมินได้ ควบคุมและตรวจสอบได้อย่างมีระบบ โดยคำนึงถึงการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ

8. ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หมายถึง สินค้าที่ทำการผลิต โดยการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด โดยทำการผลิตตำบลละหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพเพื่อจำหน่ายในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ