



รายงานวิจัย

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ระดับ 5 ดาว ประเภทผ้าในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา

A Value Chain Analysis of Five-Star-Rated
One Tambon One Product Fabric Enterprises
in Phatthalung and Songkhla Provinces

เจษฎา นกน้อย
สัณชัย ลั้งแท้กุล
ساتินี สุวิทย์พันธุ์วงศ์
กัญญาภัทร บูหมิต
พีชา รัตนศรี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินแผ่นดิน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558
มหาวิทยาลัยทักษิณ

บทคัดย่อ

ชื่อโครงการวิจัย	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทผ้าในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา		
ชื่อผู้วิจัย	เจษฎา นกน้อย	ร.บ.ด. (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	
	สัญญา ลี้แก่กุล	ปร.ด. (บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม)	
	สาทนี สุวิทย์พันธุ์วงศ์	บธ.บ. (การบัญชี)	
	กัญญาภัทร บูหมิต	บธ.ม. (การจัดการธุรกิจ)	
	พีชา รัตนศรี	บธ.ม. (การจัดการธุรกิจ)	
	คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ		

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทผ้า ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน เพื่อพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าต่อไป กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดสงขลา ที่สินค้าได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ระดับประเทศปี 2555 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 9 ราย แต่เก็บข้อมูลได้เพียง 8 ราย เนื่องจากได้เลิกกิจการไปแล้ว 1 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การจำแนกประเภทข้อมูล และการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานในกิจกรรมหลักของธุรกิจ ในการเลือกรูปแบบการขนส่ง ผู้ประกอบการพิจารณาจากระยะทางและประเภทสินค้าที่ต้องขนส่งเป็นสิ่งสำคัญ โดยเลือกวิธีการที่มีต้นทุนต่ำ รวดเร็ว และปลอดภัย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการควบคุมให้มีการส่งวัตถุดิบที่ตรงเวลา และตรวจสอบความสมบูรณ์ของวัตถุดิบ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของบริษัทขนส่ง โดยเลือกบริษัทขนส่งที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามประสบปัญหาความล่าช้าในการขนส่งและการสื่อสารกับบริษัทขนส่ง ซึ่งแก้ปัญหาโดยการสำรองวัตถุดิบให้มากขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการเก็บวัตถุดิบสำรอง โดยมีห้องสำหรับเก็บโดยเฉพาะ มีการจัดเก็บเป็นหมวดหมู่และดูแลรักษาไม่ให้เกิดความเสียหาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวางแผนการสั่งซื้อให้พอดีกับปริมาณการผลิต ซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายที่มีการซื้อขายกันมายาวนาน วัตถุดิบที่ซื้อมานำเข้ากระบวนการผลิตทันที ผู้ประกอบการแต่ละรายมีสินค้าหลักและมีสินค้าเสริมประเภทอื่นด้วย ใช้วิธีการผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นหลัก แต่ก็มีการผลิตเผื่อไว้บางส่วนเพื่อป้องกันสินค้าขาดแคลน แต่จะผลิตเผื่อไว้ไม่มาก ผู้ประกอบการทุกรายมีการนำสินค้ามาแสดงหน้าร้าน และมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนวางจำหน่าย ใช้บรรจุกฎตามประเภทของสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าดูดี มีราคา และปลอดภัยในการขนส่ง ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสนใจในการควบคุมปริมาณและคุณภาพของสินค้าคงคลัง กลุ่มลูกค้าหลักเป็นหน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการมีวิธีการติดต่อกับลูกค้าทาง

โทรศัพท์ ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคาประกอบด้วยต้นทุนการผลิตและราคาของคู่แข่ง ปัญหาในการซื้อขายคือ การที่ลูกค้าต่อรองราคาและไม่มารับงานที่สั่งผลิตไว้หรือมารับช้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้บริการลูกค้าโดยการส่งสินค้าให้ ผู้ประกอบการครึ่งหนึ่งประสบปัญหาการให้บริการลูกค้า สาเหตุมาจากการที่สินค้าที่จัดจำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งแก้ปัญหาโดยการพยายามแนะนำสินค้าทดแทนให้

การดำเนินงานในกิจกรรมสนับสนุนของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบจากกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ซื้อจากแหล่งประจำเพียงแหล่งเดียว เนื่องจากไว้วางใจในคุณภาพ แต่ถ้าซื้อจากแหล่งอื่นก็จะระบุนี้อที่ต่อการ นอกจากนี้ยังเลือกซื้อจากแหล่งที่มีต้นทุนค่าขนส่งต่ำกว่า แต่ก็อาจส่งผลให้คุณภาพวัตถุดิบแตกต่างกัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ติดต่อกับแหล่งจัดซื้อโดยตรงเมื่อมีการจัดซื้อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตและการบริหารงาน มีการจัดคนเข้าทำงานตามความถนัด นอกจากนี้ยังมีการวางแผนกำลังคน มีการสรรหาบุคลากรจากคนในหมู่บ้านและบริเวณใกล้เคียง การคัดเลือกพิจารณาจากใจรักและมีความชอบในงาน รวมถึงความรู้ ประสบการณ์ และคุณภาพของผลงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการฝึกอบรมพนักงานทั้งก่อนการรับเป็นสมาชิกและขณะปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนจะจ่ายตามชิ้นงาน เช่นเดียวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานก็จะพิจารณาจากคุณภาพของชิ้นงาน ผู้ประกอบการทุกรายกำหนดโครงสร้างองค์กรและหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน ไม่มีการพยายกรณ์ยอดขายอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่เน้นผลิตตามคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการครึ่งหนึ่งมีการวางแผนการผลิตเพื่อเก็บสินค้าคงคลังไว้ขายในช่วงเทศกาล ผู้ประกอบการทุกรายพยายามพัฒนามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และสร้างสรรค์สินค้าให้มีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ และมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อให้ทราบผลการดำเนินงาน

ABSTRACT

Research Project A Value Chain Analysis of Five-Star-Rated One Tambon One Product Fabric Enterprises in Phatthalung and Songkhla Provinces

Researchers Chetsada Noknoi D.P.A. (Human Resource Management)
Sunchai Langtaekun Ph.D. (Industrial Business Administration)
Satinee Suwitphanwong B.B.A. (Accounting)
Kanyapat Boomid M.B.A. (Business Management)
Peecha Rattanasri M.B.A. (Business Management)
Economics and Business Administration Faculty, Thaksin University

The objective of this study is to analyze the value chain of five-star-rated One Tambon One Product (OTOP) fabric enterprises, both in terms of primary and support activities, in order to develop guidelines for the operators of other OTOP enterprises. The research sample comprised the chairpersons of community enterprises producing OTOP fabric products in Phatthalung and Songkhla provinces. These enterprises' products were selected as five-star OTOP products in 2012. Nine entrepreneurs were originally included, but data were collected for only eight due to one being liquidated. Data collection took place through interviews, which were later analyzed with content analysis, typological analysis, and analytic induction.

The results showed that in their primary activities, the entrepreneurs chose shipping methods by primarily considering the distance and the type of goods to be delivered. They chose methods that were cheap, safe, and fast. Most entrepreneurs paid attention to ensuring the delivery of raw materials on time and in good condition. It was the responsibility of the carrier to operate efficiently, but the enterprises experienced delays in transportation and poor communication with their carriers. The enterprises solved this problem by keeping greater reserves of raw materials. Most entrepreneurs stored their raw materials in a designated facility. All material were categorized and cared for to ensure they would not deteriorate. Most entrepreneurs focused on planning in order to fit the production schedule. They bought raw materials from established vendors, and any purchased materials were processed immediately. Each entrepreneur had a range of products and other accessories. Production generally took place to meet current orders,

although a small number of spare products were made to avoid product shortages. All entrepreneurs had shops to exhibit their products and inspected their products before dispatching them. They packaged their goods according to the product type, with the objective being to make the product look attractive and good quality, as well as being safe for transportation. Every enterprise paid attention to the quantity and quality of its inventory. Government agencies were major customers, and the entrepreneurs had a way to contact customers by telephone. The determining factors for pricing included the cost of production and the price of competing products. The problems experienced during trading included bargaining and customers receiving orders late or not at all. Most entrepreneurs served their customers by delivering products. Half of the entrepreneurs experienced problems with goods not meeting the needs of their customers, which they attempted to solve by introducing alternative products.

In terms of support activities, most entrepreneurs bought their materials from Bangkok. They only had one main supplier, because they trusted in its quality and service. If they purchased from other sources, they would indicate the brand they wanted. However, they also sometimes bought materials from sources with lower transportation costs, but this could affect the quality of the materials. Most entrepreneurs dealt with their suppliers directly. Most of them did not use technology in their production and management processes. They organized their staff according to aptitude, and they also used workforce planning. They recruited people from the same village and nearby villages, with staff being selected based on their passion for the job and their knowledge, experience and work quality. Most entrepreneurs trained their staff before starting work and during operations. Compensation was paid based on the pieces of work produced, as well as an evaluation of their performance and work quality. Every entrepreneur determined the organizational structure and made the responsibilities clear. They did not use official sales forecasts and focused on manufacturing to meet orders. Half of the entrepreneurs used production plans to make and store inventory for sale during the festival. All the studied operators strived to improve the quality of their products and create unique offerings. They prepared income statements to determine their operating results.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	5
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน	5
แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	11
แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	27
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
การรวบรวมข้อมูล	28
การตรวจสอบข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ	30
การดำเนินงานในกิจกรรมหลักของธุรกิจ	39
การดำเนินงานในกิจกรรมสนับสนุนของธุรกิจ	53
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	66
สรุป	66
อภิปรายผล	69
ข้อเสนอแนะ	74

(8)

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	76

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ห่วงโซ่คุณค่า	14