

บทคัดย่อผู้บริหาร

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือโครงการผลิตภัณฑ์โอท็อปเป็นโครงการที่รัฐบาลมีนโยบายเพื่อส่งเสริมภาคการผลิตสินค้าชุมชนและผู้ผลิตในระดับรากหญ้าให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต การประกอบการ และการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง อย่างไรก็ตามการที่ผู้ประกอบการในชุมชนมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนางานกิจกรรมเพียงอย่างเดียว อาจยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สินค้าของชุมชนสามารถแข่งขันกับสินค้าของกลุ่มทั้งภายในและต่างประเทศได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ การนำเอาองค์ความรู้และกลยุทธ์การจัดการ โลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP มาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง โดยนักวิจัยเห็นว่านอกจากศักยภาพของผู้ประกอบการแล้ว ภาครัฐบาลต้องพร้อมที่จะเข้าไปช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมความรู้การบริหารจัดการด้านต่างๆ โดยเฉพาะเทคนิคและการจัดการ โลจิสติกส์ เพื่อให้การจัดการการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์และข้อมูลต่างๆเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ทั้งภายในและต่างประเทศด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับการให้บริการที่สูงที่สุดซึ่งจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ โอท็อปและให้กับประเทศชาติโดยรวม

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือเพื่อที่จะช่วยผู้ประกอบการ โอท็อปในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยนำเอาเทคนิคและการจัดการ โลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนโดยนักวิจัยจะทำการศึกษาศาสนะของการนำเอาระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ และระดับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ โลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ โอท็อป นอกจากนี้ก็จะทำการตรวจสอบประสิทธิผลของการนำเอาการจัดการ โลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ รวมทั้งศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการนำเอาโลจิสติกส์มาใช้กับอุตสาหกรรมโอท็อป การศึกษาครั้งนี้จะดำเนินการโดยมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (เช่น การทบทวนบทความ งานวิจัย) และจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (เช่น การสำรวจจากแบบสอบถาม การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก) ความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงจะถูกตรวจสอบโดยใช้วิธีการทางสถิติและจากผู้เชี่ยวชาญ ขณะที่ได้มีการสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการ โอท็อปในจังหวัดชลบุรีจำนวน 120 รายได้รับการตอบกลับจำนวน 104 รายคิดเป็นอัตราการตอบกลับจำนวน 86.67 เปอร์เซ็นต์

ผลสำรวจพบว่าผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการจัดการ โลจิสติกส์ แม้ว่าส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการจัดการ โลจิสติกส์มีส่วนช่วยผู้ประกอบการในการลดต้นทุนและเพิ่มการให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผลสำรวจยังพบอีกว่ามีความสัมพันธ์อย่างยิ่งระหว่างการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ ในการดำเนินธุรกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตน รวมทั้งยังพบว่าความสำเร็จและประสิทธิผลของการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาใช้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า/วัตถุดิบและการส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศ

ผลการศึกษานำไปสู่ข้อสรุปที่ว่าผู้ประกอบการ โอท็อปควรให้ความสำคัญกับการนำเอาเทคนิคและกลยุทธ์โลจิสติกส์มาใช้กับองค์กรของตน รวมทั้งบทบาทของภาครัฐที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการโอท็อปที่ควรจัดระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ เช่น คลังสินค้ารวมหรือรถขนส่งของเครือข่าย รวมทั้งจัดฝึกอบรมและจูงใจแก่ผู้ประกอบการโอท็อปให้มีการนำเอาการจัดการ โลจิสติกส์มาใช้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

บทคัดย่อ

หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 รัฐบาลไทยได้ริเริ่มโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามเพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ผู้ประกอบการโอท็อปจำเป็นต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยมีต้นทุนที่ต่ำ รวมทั้งทำการส่งมอบสินค้าและบริการให้เกินความคาดหวังของลูกค้าโดยนำเอาการจัดการโลจิสติกส์เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ การศึกษาวรรณกรรมสรุปได้ว่าผู้ประกอบการโอท็อปมิได้เห็นถึงความสำคัญของการนำเอาการจัดการโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ และยังพบว่าหน่วยงานของรัฐก็มิได้ตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญของการนำเอาโลจิสติกส์เข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ การศึกษาวิจัยในด้านนี้มีค่อนข้างน้อยและมีจำกัดอยู่เฉพาะด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษารั้งนี้คือเพื่อตรวจสอบประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโอท็อป รวมทั้งขยายองค์ความรู้ในด้านนี้ให้มากขึ้น

การศึกษารั้งนี้ได้สำรวจโดยสุ่มแจกแบบสอบถาม 120 ชุดแก่ผู้ประกอบการโอท็อป ระดับสามถึงห้าดาวในจังหวัดชลบุรี อย่างไรก็ตามมีการตอบกลับจำนวน 104 ชุดคิดเป็นอัตราการตอบกลับเท่ากับ 86.67 เปอร์เซ็นต์ โดยนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางระหว่างการนำเอาการจัดการโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโอท็อปและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบอีกว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า/วัตถุดิบและการส่งผ่านข้อมูลมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งต่อการนำเอาระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ การศึกษานำมาสู่ข้อสรุปที่ว่าพัฒนากลยุทธ์โลจิสติกส์ที่ดีและเหมาะสมควรจะช่วยผู้ประกอบการโอท็อปในการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : โลจิสติกส์ , หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ , กลยุทธ์ , ห่วงโซ่อุปทาน , ประเทศไทย

Enhancing A Competitive Advantage Through Logistics Management In SMEs: A Case of Thailand's One Tambon, One Product (OTOP)

Taweesak Theppitak

College of Transport and Logistics, Burapha University

Abstract

After the economic crisis in 1997, the Thai government launched "One Tambon, One Product (OTOP)" project to continuously boost Thailand's economic growth, and seek competitive advantages that enable them to exceed customers' expectations and enhance market and financial performance. The literature led to the conclusion that OTOP's logistics adoption has been overlooked. The Thai government's policy has not given importance to logistics management as a strategic and power tool for creating competitive advantage. Further, studies on logistics in OTOP products are very limited. The aim of the paper is to examine issues and extend a knowledge body related to the status for adopting logistics strategies to OTOP entrepreneurs in Thailand.

A total of 120 questionnaires were sent out and 104 usable completed questionnaires were received, generating a response rate of 86.67%. The hypothesis is statistically tested using SPSS version 10.0.5. The results indicated that there are strong relationships between OTOP entrepreneurs' logistics need and implementation and enhancing their competitive advantage. In addition, factors have strongly contributed and effected logistics operations and implementation. The implications reflect that building and adopting an effective logistics strategy offers opportunities to create sustainable competitive advantage. Research in area of logistics designing and implementation to each particular OTOP product would be further conducted.

Key Words : Logistics, OTOP, strategy, supply chain, Thailand.

Acknowledgements

I acknowledge to the Thailand Research Fund (TRF) for providing scholarship to the project. I thankfully express to Mr. Kalavakula V., Director of Transport & Logistics College, Burapha University for providing financial support to contribute the conference. I thank Dr. Vatchitpan P., and Dr. Duanprattra, C. who provided support over the period of conducting the research.

Introduction

After having faced an economic crisis in 1997, the Thai government under Pol. Dr. Taksin Chinnawat established projects with the purpose of continuously boosting Thailand's economic growth. One major project was the One Tambon One Product (OTOP) programme, which allowed local people to invent or produce a value-added product or service by using creative and innovative ideas of local cultures and customs. The programme was designed to upgrade the standard of living of the poor, mainly rural farmers which were a majority of Thai population. In 2004, sales volumes were estimated up to US\$1.63 billion. In 2005, the government set a growth target for OTOP exports of 25-30%. The government expected that the success of the project would boost sustainable economic growth. Success stories of one village, one product (OVOP) in Japan is a wonderful example for well integrated logistics and marketing. It is considered as an original model for Thailand's OTOP products.