

การจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ
ในเขตกรุงเทพมหานคร*
SUPPLY CHAIN INNOVATION MANAGEMENT OF HEALTHY FOOD
PRODUCTS IN BANGKOK

สุพินดา โอชกะ

Supinda Osaka

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Western University, Thailand

E-mail: supinda2516@outlook.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) สร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ และ 3) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ เป็นการวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวน 5 รายและผู้แทนจัดจำหน่ายโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 40 รายวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สร้างข้อสรุปด้วยการวิเคราะห์บริบท (Thematic Analysis) วิเคราะห์แก่นสาระ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้โดยประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลร่วมกันและนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิตมาเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ใช้เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและใช้เทคโนโลยีเว็บหรือแอปพลิเคชันมาช่วยเพิ่มช่องทางรับซื้อร้องเรียนข้อเสนอแนะ 2) แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยมีการพัฒนาสินค้า ช่องทางจำหน่าย ลดต้นทุน ลดเวลา มีการวางแผนในการควบคุมค่าใช้จ่าย การวางแผนไว้ล่วงหน้าและสำรองการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืน 3) การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพควรให้ความสำคัญในประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีการดำเนินงานเพื่อการบริหารค่าใช้จ่ายโดยรวมได้อย่างเป็นระบบ มีการลดต้นทุนช่วยควบคุมและ



ตรวจสอบคุณภาพสินค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อสินค้า ตลอดจนสามารถพัฒนาสินค้าได้มีคุณภาพและมีมาตรฐานซึ่งจะส่งผลให้สามารถนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการนวัตกรรม, ห่วงโซ่อุปทาน, อาหารสุขภาพ, ผลิตภัณฑ์น้ำสลัด

Abstract

The objectives of this research article were to: 1) to study the supply chain innovation management of healthy food products in Bangkok; 2) to create guidelines for the development of healthy food business for entrepreneurs to lead to business success; and 3) to study the Manage supply chains through sustainable innovations in healthy food products. It is a qualitative research which collects Data were collected from in-depth interviews with 5 entrepreneurs and 40 distributors using a questionnaire. Data were analyzed by content analysis, and conclusions were drawn through thematic analysis. The results of the study showed that 1) entrepreneurs have introduced new technologies used by applying a common database and applying technology related to the production process to increase efficiency and reduce production costs Use technology to design products and create product samples that meet the needs of customers and use web technology or applications to help increase channels for complaints and suggestions. 2) Guidelines for developing healthy food products for entrepreneurs to lead to the success of the business by developing products. Distribution channels reduce costs, reduce time, have a plan to control costs. Planning ahead and backing up anticipating events Sustainable impression of customers 3) Supply chain management through sustainable innovations of healthy food products should focus on supply chain efficiency in delivering products that meet customer needs. There are operations for overall cost management systematically. Reduce costs and control and inspect product quality to make customers satisfied with products and be able to develop products with quality and standards all the time, which will result in the success of business development of entrepreneurs. sustainable

Keywords: Innovation Management, Supply Chain, Healthy Food, Salad Dressing



บทนำ

ในโลกปัจจุบันธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีอัตราการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนวัตกรรมเทคโนโลยีโลกาภิวัตน์และความคาดหวังของผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและประเภทของการแข่งขันในตลาดทั่วโลกมากขึ้น จากการบริหารจัดการโซ่อุปทานแบบดั้งเดิมที่มีความยืดหยุ่นในขั้นตอนและไม่สอดคล้องกับยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วไปสู่การแข่งขันด้วยห่วงโซ่อุปทานแบบใหม่ ที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน โดยในทศวรรษที่ผ่านมาบทบาทการเติบโตของห่วงโซ่อุปทาน ทั่วโลกมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมโยงระหว่างซัพพลายเออร์และผู้ผลิตที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้นระหว่างบริษัทและมีระดับความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานที่สูงขึ้น การจัดการห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain Management (SCM) คือ การจัดการและการบริหารและการไหลเวียนของสินค้าตลอดกระบวนการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมูลค่าเพิ่มสูงสุด โดยการใช้ความสามารถทั้งจากภายในและภายนอกเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานประสานงานได้อย่างลงตัว ซึ่งกระบวนการดำเนินการทั้งหมดหมายถึงตั้งแต่ การจัดเก็บวัตถุดิบ การวางแผน การผลิต การควบคุมคุณภาพ สินค้าคงคลังและการจัดส่งสินค้าจากเริ่มต้นตั้งแต่ซัพพลายเออร์จนถึงลูกค้า (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2560) ซึ่งปัจจุบันเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Networks) ได้เผชิญกับความท้าทาย เช่น ความแปรปรวนของความต้องการสูง อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์สั้นๆ มีจำกัด มีความคาดหวังและความต้องการที่ต่างกันของลูกค้า ซึ่งจากการปรับตัวให้เข้ากับความท้าทายเหล่านี้ กลับยิ่งเพิ่มความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานและ ทำให้เกิดความไม่แน่นอนและการคาดการณ์ที่มากยิ่งขึ้น

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน SCM (Russell, D. W., 2009) ประกอบด้วยการตัดสินใจในสามระดับ ได้แก่ Strategic Planning, Tactical Management และ Operational Level โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอน Strategic Planning การออกแบบห่วงโซ่อุปทาน จำเป็นต้องตัดสินใจตามจำนวนและสถานที่ตั้งของสถานที่ผลิตและจัดเก็บ ปริมาณการผลิตของโรงงานแต่ละแห่ง การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดและการตัดสินใจในการเลือกซัพพลายเออร์เพื่อการบริหารต้นทุนได้และ

ทฤษฎีความสัมพันธ์ในการพึ่งพาทรัพยากรถือเป็นอำนาจของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2560) ซึ่งทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าการดำเนินงานและการแข่งขันที่ประสบความสำเร็จต้องมีอำนาจในการเข้าถึงทรัพยากรบางอย่างได้โดยตรง ทรัพยากรดังกล่าวอาจรวมถึงปัจจัยการผลิตที่มีอยู่จริงและปัจจัยที่ไม่มีตัวตน (Physical Inputs as Well as Intangibles) ซึ่งจะพลังส่งเสริมให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นกลยุทธ์โซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นผลมาจากแนวทางการจัดการแบบองค์รวม เมื่อทั้ง 3 ระดับ ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสมของสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของห่วงโซ่อุปทานนั้น ๆ โดยเฉพาะในส่วน



ของกระบวนการด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Process) นั้น ในปัจจุบันยังมีโครงสร้างที่เป็นขั้นตอนหลายขั้นตอน มีความซับซ้อน และไม่ต่อเนื่อง ตั้งแต่ส่วนงาน การจัดหาวัตถุดิบ ด้านการตลาด ส่วนการผลิต ส่วนการจัดการด้านการขนส่ง จนถึงบริการและการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้ายังขาดความเชื่อมโยงทั้งด้านการประสานงานโครงข่ายข้อมูลไม่ทั่วถึงกันและยังเกิดปัญหาในการดำเนินต่าง ๆ แต่ละขั้นตอนจากนวัตกรรมด้านดิจิทัลเริ่มเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น ได้มีการนำเอาเข้ามาประยุกต์ใช้งานและสามารถลดข้อจำกัดลดขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ เพื่อให้มีความเชื่อมโยงแต่ละส่วน มีความชัดเจนมากขึ้นและยังสร้างระบบที่สมบูรณ์และเอื้อต่อการดำเนินกิจการ ตั้งแต่ซัพพลายเออร์วัตถุดิบ อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต ไปตลอดจนการขนส่งสินค้าถึงลูกค้า ซึ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น (นิภา นิรุตติกุล, 2552)

ในยุคปัจจุบันสุขภาพร่างกายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของการดำรงชีวิต เพราะฉะนั้นคนเราจึงควรหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ การมีสุขภาพที่ดีเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาการรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการในปริมาณและสัดส่วนที่เหมาะสม จะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เพียงพอและเป็นองค์ประกอบอันสำคัญที่จะก่อให้เกิดสุขภาพที่ดี โดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคในอาเซียนมีกระแสการบริโภคที่มุ่งดูแลและรักษาสุขภาพด้วยการเลือกสรรอาหารและเครื่องดื่มที่ให้คุณค่าทางอาหารและคุณประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้นตามกระแสการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของโลก ซึ่งมีการคาดการณ์กันว่าผู้บริโภคทั่วโลกจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นจาก 797.9 พันล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2559 เป็น 1,032.4 พันล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2563 ในจำนวนนี้คิดเป็นผู้บริโภคชาวเอเชียแปซิฟิกมากกว่าร้อยละ 29.1 ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตลาดอาเซียนได้ การเพิ่มขึ้นของรายได้เพื่อการบริโภคของผู้บริโภคในอาเซียนร่วมกับกระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจและดูแลสุขภาพด้วยการคัดสรรอาหารและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของเมืองในประเทศสมาชิกอาเซียนตามการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดวิถีชีวิตแบบเมืองอันเร่งรีบ กระตุ้นให้เกิดความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่จะเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกและลดความยุ่งยากในการปรุงอาหาร เช่น อาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชและสัตว์ เป็นต้น ที่นอกจากตอบโจทย์ชีวิตคนเมืองแล้ว ยังต้องเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณค่าทางสารอาหารครบถ้วนและปลอดภัยจากสารเคมี นอกจากนี้อาหารและเครื่องดื่มดังกล่าวยังต้องสอดคล้องกับหลักปฏิบัติของศาสนาด้วย เช่น อาหารฮาลาล เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตอาหารและเครื่องดื่มของไทยควรให้ความสำคัญและมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้สามารถตอบสนองแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคอาเซียนดังกล่าวมาข้างต้นที่คาดว่าจะยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะข้างหน้า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จึงกำลังเป็นกระแสนิยม



สำหรับผู้บริโภคที่หันมานิยมในการดูแลสุขภาพร่างกาย ทั้งในด้านการออกกำลังกายและการกินอาหาร ก่อนที่เราจะกินอาหารเพื่อสุขภาพนั้นเราจำเป็นต้องทราบก่อนว่าอาหารเพื่อสุขภาพ คืออะไร มีความสำคัญอย่างไร ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพ ก็คือ อาหารที่มีสารอาหารครบทุกหมวดหมู่ถือว่ามีความจำเป็น และสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาร่างกาย จิตใจ รวมทั้งอารมณ์ ประโยชน์ที่จะได้รับจากอาหารเพื่อสุขภาพนั้น มีประโยชน์ต่อร่างกายมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการทำให้สุขภาพแข็งแรง ผิวพรรณเปล่งปลั่ง สดใส มีสุขภาพจิตที่ดี เป็นต้น ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพเหล่านี้จะทำให้ร่างกายของเราพร้อมที่จะทำกิจกรรมในแต่ละวันได้อย่างเต็มที่และต้านโรคร้ายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าอาหารเพื่อสุขภาพ หารับประทานได้ไม่ยาก ดังนั้นการเลือกรับประทานอาหารเราจึงควรเลือกให้เหมาะสมกับร่างกาย ควรกินในปริมาณที่พอเหมาะแต่ถ้าจะให้ผลดีมากกวานี้ เราก็จะต้องออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย เพื่อที่เราจะได้มีสุขภาพที่ดี ห่างไกลจากโรค นอกจากความต้องการประโยชน์ที่จะได้รับจากอาหารเพื่อสุขภาพโดยตรงนั้น อีกประโยชน์หนึ่งที่แฝงอยู่ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ คือ ต้องช่วยสามารถควบคุมน้ำหนักได้ด้วยสัลดถือว่าเป็นเมนูที่ให้พลังงานต่ำและมีคุณค่าทางอาหารสูง จริงอยู่ว่าสัลดเปล่า ๆ ให้พลังงานไม่มากนัก แต่ตัวแปรสำคัญที่ทำให้สัลดมีพลังงานมากขึ้นก็คือ น้ำสลัดที่เราทานคู่กับผักเพื่อเพิ่มรสชาติ ซึ่งน้ำสลัดแต่ละชนิดมีส่วนผสมต่างกัน จึงทำให้พลังงานที่จะได้รับจากน้ำสลัดจึงต่างกันไปตามส่วนผสม ด้วยเหตุนี้หากเราไม่รู้จักรักและเลือกใช้น้ำสลัดไม่ถูกก็มีผลทำให้การทานสลัดกลับทำให้อ้วนมากกว่าการทานอาหารปกติ “น้ำสลัด (dressing)” ในรูปแบบที่ใสในสลัดซึ่งโดยมากแล้วในน้ำสลัดจะใช้น้ำมันมะกอกที่เป็นส่วนประกอบหลัก ซึ่งน้ำมันมะกอกนั้นเป็นไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวเป็นไขมันที่ดีต่อร่างกาย หากเป็นน้ำสลัดที่มีความข้นจะเติมไข่แดงและมายองเนสลงไปปรุงรสด้วยน้ำตาล เกลือ น้ำส้มสายชูฝรั่ง หรือน้ำมันมะนาว และหากแบ่งประเภทของน้ำสลัดออกจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ 1) สลัดน้ำข้น เนื่องจากประกอบไปด้วยโปรตีนและไขมัน จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพลังงานสูง เช่น นักกีฬาหรือผู้ที่ต้องการเพิ่มน้ำหนักและ 2) สลัดน้ำใส เหมาะกับผู้ที่มิมีปัญหาด้านสุขภาพ เช่น คนเป็นเบาหวาน โรคหัวใจ ความดัน - โลหิตสูง และโรคอ้วน (มันทนาภรณ์ พิพิทธิธัญการ, 2556)

กล่าวโดยสรุปอุตสาหกรรมอาหารนับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศซึ่งทุกรัฐบาลก็ให้ความสำคัญและสนับสนุน สะท้อนจากนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ที่ถูกกำหนดมานานกว่า 10 ปี ซึ่งรัฐบาลปัจจุบันก็ยังคงสานต่อโดยมีการกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (2559 - 2564) อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งอุตสาหกรรมนี้ก็มีแนวโน้มเติบโตขึ้นตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งในส่วนที่มาจากผู้บริโภคในประเทศเอง และการส่งออก ดังนั้นจึงน่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานอาหาร นำมาซึ่งโอกาสของผู้ประกอบการ ที่จะผลิตหรือจัดหาสินค้ากลุ่มดังกล่าวมาสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย



การแข่งขันของตลาดที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการอาจเผชิญความท้าทายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางการค้าและกฎระเบียบเพิ่มเติม ผู้ประกอบการทำความเข้าใจลักษณะความต้องการของผู้บริโภคและไม่ควรหยุดแสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์น้ำสลัดในกรุงเทพมหานครจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องเร่งปรับตัวและพัฒนาสินค้า หรือนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ดีและรวดเร็วที่สุด และจะต้องมีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่ไม่หยุดนิ่งเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
3. ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำสลัด จำนวน 5 รายและผู้แทนจัดจำหน่ายน้ำสลัด จำนวน 40 ราย โดยการเก็บตัวอย่างจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาโดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำสลัด และผู้แทนจัดจำหน่ายน้ำสลัด ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2562 ถึงเดือน พฤษภาคม 2563

การสร้างเครื่องมือวิจัย เป็นการจัดเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth - interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participation) เพื่อการหาข้อมูลเชิงลึกจาก 1) ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำสลัดสุขภาพ และ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อย โดยมีตัวอย่างประเด็นคำถาม (Main Questions) ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสืบค้นวรรณกรรมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์



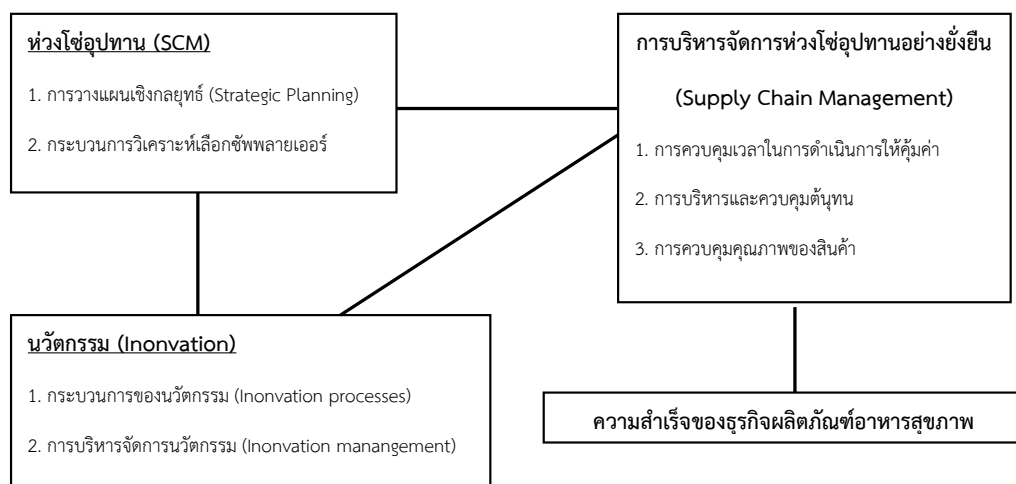
น้ำสลัดในกรุงเทพมหานครโดยมีตัวอย่างแนวทางของการใช้คำถามในการสนทนาเจาะลึก (Probing Questions) ตามผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันความเหมาะสมของความเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการกำหนดตัวแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์น้ำสลัดในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นที่ 1) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจน้ำสลัดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 แห่งขั้นที่ 2) วิธีการเลือกตัวอย่างโดยแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

สมมุติฐานของการวิจัยดังนี้

การจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครโดยการนำนวัตกรรมใหม่ๆมาใช้มีผลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานน้ำสลัดอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

เพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดซื้อและจัดหา ประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลร่วมกันกับซัพพลายเออร์ (Suppliers) เพื่อให้เห็นสถานะและเห็นข้อมูลที่เหมือนกัน มีการวางแผนและตัดสินใจร่วมกันกับซัพพลายเออร์ เช่น การวางแผนร่วมกันในการลดปริมาณการเก็บสำรองวัตถุดิบทั้งขององค์กรและซัพพลายเออร์ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง นำอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Handheld, Mobile Device) มาใช้ในการบันทึก



รายงานผล และแจ้งเตือนอัตโนมัติหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกระบวนการผลิตใหม่ๆ เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต มีการนำแนวปฏิบัติที่ดีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านข้อมูลและระบบคลังสินค้ามาใช้งาน ใช้ข้อมูลแผนที่สารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) อย่างมีประสิทธิภาพ ประยุกต์ใช้เครื่องมือเพื่อติดตามการขนส่งสินค้าอย่างเป็นระบบ เช่น ระบบติดตามและนำทาง (GPS) สร้างช่องทางเว็บ หรือแอปพลิเคชันที่ลูกค้าสามารถแสดงความต้องการ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม นำเทคโนโลยีเว็บหรือแอปพลิเคชันมาช่วยเพื่อเพิ่มช่องทางรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะให้กับลูกค้า

สร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ คือ ความสำเร็จในมิติผลตอบแทนที่เป็นมูลค่าหรือวัดค่าไม่ได้ ซึ่งสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

1. มีการพัฒนาสินค้าและช่องทางจำหน่ายหลายช่องทาง ลดต้นทุน ลดเวลาประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้บริษัทได้เป็นอย่างดีสามารถทำกำไรได้เนื่องจากบริหารจัดการที่ดี มีการพัฒนาสินค้าตลอดเวลา สามารถสนองตอบความต้องการใหม่ ๆ ของลูกค้าอยู่เสมอ

2. มีการวางแผนในการควบคุมค่าใช้จ่าย ตั้งแต่การส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน การวัดผลคือค่าใช้จ่าย ลบยอดขาย ที่ได้มา มีการกำหนดค่าใช้จ่ายที่ตั้งงบประมาณไว้แต่ละแผนก ห้ามใช้เกินและนำมาประมวลด้วยยอดขายโดยการกำหนด ค่าใช้จ่ายให้อยู่ใน KPI แต่ละแผนก เพื่อวัดผลมีการตรวจสอบและติดตามสม่ำเสมอ ตรวจสอบการทำงานอย่างเป็นระบบตลอดเวลา

3. สำรองออเดอร์ที่จะได้รับโดยการคาดประมาณแต่ละเดือนและการจัดหาวัตถุดิบที่ต้นทุนต่ำและคุณภาพตามที่กำหนดไว้ มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า บันทึก การฟอร์แคชสินค้าล่วงหน้า และสินค้าทดแทนที่วัตถุดิบราคาสูงขึ้น ชื่อวัตถุดิบที่ราคาสูงขึ้น ราคาสินค้าจึงสูงขึ้นตามต้นทุน ตรวจสอบวัตถุดิบในตลาดสม่ำเสมอเพื่อวางแผนในการผลิต วางแผนการผลิตไว้อย่างเป็นระบบ

4. มีสินค้าทดแทนสำรองไว้ล่วงหน้า และหาซัพพลายเออร์เจ้าอื่นสำรองไว้เพื่อธุรกิจต้องดำเนินต่อไป บริษัทมีแผนสำรอง มีซัพพลายเออร์สำรอง

5. มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และสำรอง มีการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า

6. มีซัพไฟเออร์แต่ละภาค มีเอเย่นแต่ละภาค เพื่อเรียกสินค้าจากโรงงานแม่ไปไว้ที่คลังตัวเอง มีตัวแทนในการจัดจำหน่าย มีร้านค้าส่ง การเพิ่มคุณภาพและลดการสูญเสียมีแผนสำรองตลอดเวลา



7. มีทีมงานมืออาชีพในการวางแผนและสร้างความน่าเชื่อถือรวมถึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ทีมงานมืออาชีพสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า อย่างยั่งยืน สร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีทีมงานมืออาชีพในการวางแผนและสร้างความน่าเชื่อถือรวมถึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม ลดปัญหา ลดต้นทุน กำไรเพิ่มขึ้น มีความน่าเชื่อถือ ทำงานได้มีประสิทธิภาพ ลดความขัดแย้งในองค์กร สามารถทำงานกันเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามชนิดและจำนวนที่ลูกค้ากำหนดไว้ได้ตลอดเวลา จัดส่งสินค้าได้ตรงตามวันและเวลาที่ลูกค้ากำหนดไว้ได้ มีการดำเนินงานเพื่อการบริหารค่าใช้จ่ายโดยรวม ได้อย่างเป็นระบบ มีการลดต้นทุนการดำเนินงานด้านห่วงโซ่อุปทาน เป็นไปตามแผนที่วางไว้ได้ ทำให้ภาพรวมค่าใช้จ่ายด้านห่วงโซ่อุปทาน มีความคุ้มค่าและสมเหตุสมผลโดยการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ทำให้สามารถรักษาคุณภาพสินค้าตลอดกระบวนการตามแผนที่วางไว้ สามารถส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้ลูกค้าตามแผนที่วางไว้ ทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ ทำให้ลูกค้าให้การตอบรับเชิงบวก ยินดีและให้ความร่วมมือดำเนินงานที่ตกลงกันไว้ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องหรือมีการทำสัญญาการซื้อขายระยะยาวกับองค์กรและเป็นไปตามข้อตกลง

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานในมิติการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาและความต้องการของลูกค้าโดยวางแผนการในการปฏิบัติที่ดีให้ครบวงจรตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบการผลิตจากจัดส่งโดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้งานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและสะดวก ตรวจสอบง่ายลดความผิดพลาดในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรพงษ์ จรัสโรจนกุล วิจัยเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจชุมชนกลุ่มอาหารแปรรูปพบว่าปัญหาของกลุ่มอาหารแปรรูปที่เหมือนกันทุกกลุ่ม คือ ปัญหาเรื่องเทคโนโลยีการผลิตและปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน ส่วนปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยด้านวิทยาศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี ผลการวิจัยยังพบการพัฒนาเครื่องจักรตลอดจนการจัดการองค์กรแบบใหม่เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจชุมชนกลุ่มอาหารแปรรูปประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้และ (สุรพงษ์ จรัสโรจนกุล, 2550) ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รอยบุญเลาหะวิไลย ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยตามแนวคิดพื้นฐานทรัพยากรกรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก



พบว่าผลกระทบในทิศทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันสวนความสามารถขององค์กรที่เป็นระบบการวางแผนและระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิต มีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งผลการดำเนินงาน และความสามารถ ในการแข่งขันมีผลในเชิงบวกต่อกัน การใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐ มีผลต่อผลกระทบ ของทรัพยากรด้านการเงิน และมีผลต่อผลกระทบของทรัพยากรด้านการตลาด (รอยบุญ เล่าหะ วิไล, 2556)

ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดซื้อและจัดหาอยู่เสมอ ประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลร่วมกันกับซัพพลายเออร์ (Suppliers) มีการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน เช่น การวางแผนร่วมกันในการลดปริมาณการเก็บสำรองวัตถุดิบทั้งขององค์กรและซัพพลายเออร์ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง นำอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Handheld, Mobile Device) มาใช้แจ้งเตือนอัตโนมัติหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านข้อมูลและระบบคลังสินค้า ข้อมูลแผนที่สารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) ประยุกต์ใช้เครื่องมือเพื่อติดตามการขนส่งสินค้าอย่างเป็นระบบ เช่น ระบบติดตามและนำทาง (GPS) สร้างช่องทางเว็บ หรือแอปพลิเคชันที่ลูกค้าสามารถแสดงความ ต้องการเพื่อตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรพงษ์ จรัสโรจนกุล วิจัยเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจชุมชนกลุ่มอาหารแปรรูป พบว่า ปัญหาของกลุ่มอาหารแปรรูปที่เหมือนกันทุกกลุ่ม คือ ปัญหาเรื่องเทคโนโลยีการผลิตและปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน ส่วนปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ประกอบด้านเทคโนโลยี ผลการวิจัยยังพบอีกว่าการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องและระบบการผลิตที่มีความยืดหยุ่นส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ การพัฒนาเครื่องจักร ตลอดจนการจัดการองค์กรแบบใหม่ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจชุมชนกลุ่มอาหารแปรรูปประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้ (สุรพงษ์ จรัสโรจนกุล, 2550)

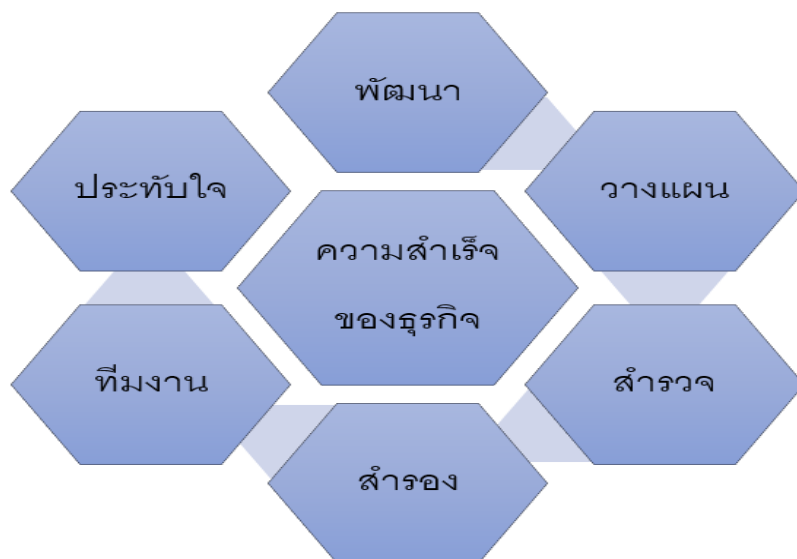
เป้าหมายของการประกอบธุรกิจคือความสำเร็จในมิติผลตอบแทนที่เป็นมูลค่าหรือวัดค่าไม่ได้ ซึ่งความสามารถในความสำเร็จในมิติผลตอบแทนที่เป็นมูลค่าหรือวัดค่าไม่ได้ของผู้ประกอบการจากการพัฒนาสินค้าและส่งถึงมือลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างรายได้ที่สูงขึ้นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการวางแผนทางการเงินและการลงทุนในการบริหารงานห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดค่าใช้จ่ายและตรวจติดตามการบริหารต้นทุนเป็นไปตามแผนที่วางไว้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการปรับตัวต่อสภาวะความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก โดยยังสามารถดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานต่อไปได้ตามแผนที่วางไว้และเกิดผลกระทบต่อลูกค้าน้อยที่สุด อีกทั้งสามารถปรับแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานขององค์กรเพื่อลดผลกระทบต่อธุรกิจและลูกค้าและสร้างโอกาสให้ สร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรจากการมีกระบวนการและขั้นตอนปฏิบัติงานห่วงโซ่อุปทานได้อย่างชัดเจนเป็นระบบตามที่กำหนดไว้และเข้าถึงวิธีการดำเนินงานได้จากทุกส่วน และสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร จากการ



แสดงผลและรายงานผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างชัดเจนตามระยะเวลาที่กำหนด พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paul, O. et al. ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคและความตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิกของผู้บริโภค ผลการศึกษาจากผู้บริโภค จำนวน 463 คน ในประเทศอินเดีย พบว่า ประโยชน์ต่อสุขภาพ ความง่ายในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลทางบวกต่อการซื้ออาหารออร์แกนิก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในอาหารออร์แกนิกมากกว่าอาหารทั่วไป โดยจากผลการศึกษาผู้วิจัยแนะนำว่าผู้ประกอบการสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคด้วยการให้ข้อมูลถึงประโยชน์ต่อสุขภาพของผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพและความง่ายในการเข้าถึงอาหารออร์แกนิก และ (Paul, O. et al., 2012) ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ortega, P. et al. ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันโครงสร้างองค์กรและผลการดำเนินงานขององค์กร: การเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดทรัพยากรพื้นฐาน และแนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแนวคิดทรัพยากรพื้นฐาน (RBV) พบว่า โครงสร้างขององค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรแต่จะมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทางกลยุทธ์การแข่งขันซึ่งจะส่งต่อไปยังการมีความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Ortega, P. et al., 2018) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Asare, A. K. ได้ศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของซัพพลายเออร์ต่อนวัตกรรมทางการตลาดและการสร้างคุณค่าร่วมกันพบว่า นวัตกรรมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าทั้ง 3 ประการ คือ การสร้างคุณค่าต่อลูกค้า การสร้างคุณค่าต่อซัพพลายเออร์และการสร้างคุณค่าต่อองค์กร พบว่า การพัฒนาศักยภาพของซัพพลายเออร์ เช่น การลดความผันผวนของวัตถุดิบ การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ การลดจุดอ่อนต่าง ๆ ในสายโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยังส่งผลให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า ซึ่งจะส่งผลไปสู่การสร้างคุณค่าต่อธุรกิจในที่สุดอีกด้วย (Asare, A. K., 2018)



องค์ความรู้ใหม่



จากการศึกษาทำให้ได้แนวทางทางการพัฒนาธุรกิจอาหารสุขภาพของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้

มีการพัฒนาสินค้าและช่องทางจำหน่ายหลายช่องทาง ลดต้นทุน ลดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้บริษัทได้เป็นอย่างดีสามารถทำกำไรได้เนื่องจากบริหารจัดการที่ดี มีการพัฒนาสินค้าตลอดเวลา

มีการวางแผนในการควบคุมค่าใช้จ่าย ตั้งแต่การส่งวัตถุดิบเข้าโรงงาน การวัดผลคือค่าใช้จ่าย ลบยอดขาย ที่ได้มา มีการกำหนดค่าใช้จ่ายที่ตั้งงบประมาณไว้แต่ละแผนก ห้ามใช้เกินและนำมาประมวลด้วยยอดขายโดยการกำหนด ค่าใช้จ่ายให้อยู่ใน KPI

สำรวจออเดอร์ที่จะได้รับโดยการคาดประมาณแต่ละเดือนและการจัดหาวัตถุดิบที่ต้นทุนต่ำและคุณภาพตามที่กำหนดไว้ มีการวางแผนไว้

มีสินค้าทดแทนสำรองไว้ล่วงหน้า และหาซัพพลายเออร์เจ้าอื่นสำรองไว้ เพื่อธุรกิจต้องดำเนินต่อไป บริษัทมีแผนสำรอง มีซัพพลายเออร์สำรอง มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และสำรอง มีการคาดเหตุการณ์ไว้ล่วงหน้า

มีซัพไฟเออร์แต่ละภาค มีเอเย่นแต่ละภาค เพื่อเรียกสินค้าจากโรงงานแม่ไปไว้ที่คลังตัวเอง มีตัวแทนในการจัดจำหน่าย มีร้านค้าส่ง การเพิ่มคุณภาพและลดการสูญเปล่ามีแผนสำรองตลอดเวลา

มีทีมงานมืออาชีพในการวางแผนและสร้างความน่าเชื่อถือรวมถึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืน สร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์มีทีมงานมืออาชีพในการวางแผนและสร้าง



ความน่าเชื่อถือรวมถึงต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อความยั่งยืนของการดำเนินการทางธุรกิจจากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นว่าจะไม่ประสบความสำเร็จได้เลย หากไม่มีความชัดเจนทางนโยบาย เพราะเมื่อมีการกำหนดนโยบายขององค์กรโดยฝ่ายบริหารชัดเจน ซึ่งที่ตามมา คือการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนดำเนินการผู้รับผิดชอบทรัพยากร การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับผู้ส่งมอบและลูกค้า ซึ่งจะทำให้การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) เกิดความยั่งยืน (Sustainability) อันจะก่อให้เกิดภายในองค์กร โดยจะเห็นได้ว่าการจัดการ ดังกล่าวต้องเกิดความสมดุลซึ่งจะทำให้องค์กรเป็นองค์กรที่ยั่งยืนด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน 2) การจัดการโซ่อุปทานเป็นการนำกลยุทธ์ วิธีการ แนวปฏิบัติ หรือทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ การส่งต่อวัตถุดิบสินค้าหรือบริการจากหน่วยหนึ่งในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ไปยังอีกหน่วยหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีต้นทุนรวมในโซ่อุปทานต่ำที่สุดและได้รับวัตถุดิบ สินค้าหรือการบริการตามเวลาที่ต้องการพร้อมกันนี้ ควรมีการสร้างความร่วมมือกันในการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการอันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งต่อของวัตถุดิบ สินค้า หรือการบริการนี้ นำไปสู่การได้รับผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่ายด้วย 3) ผลของการวิจัยจะเป็นความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเมื่อสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเช่น สภาวะเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ อาจส่งผลให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อน ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมหรือเก็บตัวอย่างข้อมูลเพิ่มเติมตามการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม ควรมีการสร้างความร่วมมือกันในการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการอันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งต่อของวัตถุดิบ สินค้า ผลของการวิจัยจะเป็นความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเมื่อสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเช่น สภาวะเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ อาจส่งผลให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อน ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมหรือเก็บตัวอย่างข้อมูลเพิ่มเติมตามการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2560). ความรู้ในมุมมองของนักบริหารรุ่นใหม่. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นิภา นิรุตติกุล. (2552). ผลของคุณลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อทัศนคติ ด้านภาพลักษณ์และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญา สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



- มันทนาภรณ์ พิพิธวิทยการ. (2556). โมเดลที่ใช้ในการตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อและการประเมินพฤติกรรมการซื้อที่เกิดขึ้นจริงที่มีต่อสินค้าอาหารอินทรีย์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 33(2) 60-74.
- รอยบุญ เลหาะวิไลย. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าความชื่นชอบในตราสินค้าและความภักดีมีตราสินค้ากรณีศึกษาของสถาบันบริการน้ำมันในประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคอาเซียน. เรียกใช้เมื่อ 26 มิถุนายน 2562 จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Aging-Market_SMETreasure_2018.pdf
- สุรพงษ์ จรัสโรจนกุล. (2550). กลยุทธ์การแข่งขันสำหรับธุรกิจชุมชนกลอาหารแปรรูป. ใน วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Asare, A. K. (2018). The Role of the Supplier in Marketing Innovation and Value Creation. In Doctor of Philosophy Isenberg School of management. Doctor of Philosophy Isenberg School of management.
- Ortega, P. et al. . (2018). Organization New Jersey. New Jersey: Prentice-Hall.
- Paul, O. et al. (2012). Does planning matter : Relations between planning and success in small lenterprises in Ireland and Germany in proceeding of the 42 th world conference international council for small business Sanfrancisco. Sanfrancisco: McGraw-Hill.
- Russell, D. W. . (2009). Perceived benefits following sport injury: A qualitative examination of their antecedents and underlying mechanisms. Journal of Applied Sport Psychology, 23(2), 142-158.