

การจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

วิเชียร สิงห์ใหม่¹, บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ², เนตรชนก สุนาสวน³, ปฏิกร วัฒนอมมาตย์⁴ และธิรวุฒิ แสงมณีเดช^{5*}

¹อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

²คณบดีคณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

³อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

⁴เจ้าของกิจการ

⁵อาจารย์และนักวิจัย อิสระ

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF SNACKS IN BANGKOK

Wichean Singmai¹, Bampen Maitreesophon², Nedchanok Sunasuan³,

Patikorn Wattanamatt⁴ and Thirawut Saengmaneedech^{5*}

¹Lecturer Program in Mechanical Engineering Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

²Dean of Faculty of Public Administration and Social Studies, Stamford International University,

³Lecturer College of Management Innovation Rajamangala University of Technology Rattanakosin,

⁴Business Owner

⁵Lecturer and Researcher

*Corresponding author e-mail: saengmaneedech.thirawut2022@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 7 กันยายน 2566

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 19 กันยายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 28 กันยายน 2566

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนมขบเคี้ยวจำนวน 400 คน และใช้แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนมขบเคี้ยว เลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 ท่าน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจขนมขบเคี้ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้ (1) ด้านการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ควรมีการพัฒนาการตรวจสอบสินค้าที่ตลาดต้องการเป็นหลัก (2) ด้านการบริการลูกค้า ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ (3) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง ควรมีการเตรียมความพร้อมของสินค้าคงคลังให้เหมาะสม (4) ด้านการจัดซื้อ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อความสะดวกรวดเร็ว (5) ด้านการบริหารคลังสินค้า ควรมีการพัฒนาในด้านระยะทางการขนส่ง และ (6) ด้านการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ ควรมีการเตรียมความพร้อมในด้านระบบติดต่อสื่อสาร

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ขนมขบเคี้ยว กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research article has 3 objectives: 1) to study snack supply chain management in Bangkok, 2) to compare personal factors affecting snack supply chain management in Bangkok, and 3) to study approaches managing the snack food supply chain in Bangkok. This research was mixed research using quantitative and qualitative research. The informants were 400 snack business operators, and an interview form was used for snack business operators. There were 30 people selected by purposive sampling method. Statistics used were mean, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance. The results showed that 1) the overall management of the snack food supply chain in Bangkok was at a high level. 2) Personal factors did not significantly differently affect the snack business supply chain management with statistically significant at the .05 level and 3) the snack business supply chain management guidelines in Bangkok are as follows: (1) Customer demand forecasting should be a development of inspection of products that the market needs mainly. (2) Customer service should be improved information is always up-to-date. (3) inventory management should be the preparation of inventory appropriately. (4) Purchasing technology should be adapted for convenience and speed. (5) Warehouse management should be developed in terms of transportation distance and (6) Communication in logistics should be prepared in terms of communication systems.

Keywords: Supply Chain Management, Snacks, Bangkok

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

การบริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างชนิดหนึ่งมีลักษณะรูปร่างขนาดเล็กพกพาสะดวก อาจอยู่ในรูปลักษณะเป็นของหวานหรือของเคี้ยว โดยผ่านกระบวนการแปรรูปมาแบบพร้อมบริโภคได้ทันทีหรือมีการเตรียมเพียงเล็กน้อย มีบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองหรือห่อด้วยกระดาษหรือกระดาษแก้วบรรจุอยู่ในถุงพลาสติก มีลวดลายสีสันสดใส สามารถใช้รับประทานเป็นอาหารว่างระหว่างมื้ออาหาร หรือโอกาสต่าง ๆ ตามที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจหรือประทับใจในความหิวในระยะเวลาสั้น ๆ และสามารถเก็บรักษาได้นานโดยไม่ต้องอาศัยความเย็น มีทั้งที่ผลิตในครัวเรือนและระดับอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่าง ซึ่งมีอยู่หลากหลายรูปแบบและรสชาติรับประทานเพื่อระงับความหิวระหว่างมื้ออาหาร ประเภทของขนมขบเคี้ยวได้ 5 ประเภท 1) ประเภทลูกอม หมากฝรั่ง เยลลี่ 2) ประเภทช็อคโกแลต 3) ประเภทถั่วอบกรอบ 4) ประเภทปลาและปลาหมึกอบกรอบ และ 5) ประเภทมันฝรั่งทอดข้าวเกรียบ ข้าวอบกรอบ และ ข้าวโพดอบกรอบ เป็นต้น

ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย ขนมขบเคี้ยว เป็นอาหารที่ครองใจในกลุ่มทุกเพศทุกวัย กล่าวได้ว่าเป็นอาหารที่พร้อมทานและสะดวกรวดเร็วสามารถแทนอาหารมื้อหลักได้ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนช่วงอายุเริ่มตั้งแต่ 1-12 ปี นิยมบริโภคมากที่สุด จากสำรวจข้อมูลการบริโภคอาหารของประเทศไทยโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติปี 2562 ได้รายงานว่าขนมขบเคี้ยวที่เด็กไทยนิยมบริโภคมากที่สุดคือมันฝรั่งแผ่น นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กอายุ 1-2 ปีนิยมบริโภคขนมขบเคี้ยวที่ทำจากแป้งมันฝรั่งและแป้งสาลีเป็นส่วนประกอบ ในขณะที่เด็กอายุ 3-5 และ 6-12 ปีนิยมบริโภคขนมขบเคี้ยวที่มีแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันฝรั่งเป็นส่วนผสม

จากการสำรวจตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทย โดยสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม (Food Intelligence Center Thailand: NFI) พบว่า ตลาดขนมขบเคี้ยวของไทยปี พ.ศ. 2565 มีมูลค่า 43,948 ล้านบาท ขยายตัวจากปี พ.ศ. 2564 ร้อยละ 5.1 ตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ด้านการแข่งขันในตลาด พบว่า ตลาดขนมขบเคี้ยวของไทยมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงตลอดหลายปีที่ผ่านมา จากแบรนด์ที่มีอยู่จำนวนมากในตลาด ซึ่งพยายามสร้างความแตกต่างด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบ และรสชาติที่แตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การลดโซเดียม หรือการเพิ่มวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อจับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพและยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อให้ได้บริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ และผลสำรวจจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า สถานการณ์การบริโภคกลุ่มขนมหรือขนมกรุบกรอบของประชากรไทยอายุ 6 ปี ขึ้นไปในปี พ.ศ. 2560 มีผู้ที่บริโภคขนม 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.7 ผู้ที่บริโภค 3-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 11.6 ผู้ที่บริโภคขนมทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 4 และสัดส่วนการบริโภคจะเริ่มลดลงตามอายุที่เพิ่มขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีส่วนช่วยในการสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มุ่งเน้นต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีการประยุกต์ใช้หลักการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในการดำเนินงาน เช่น อุตสาหกรรมอาหาร การบริการ การเกษตร การท่องเที่ยว การผลิตและส่งออก ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสามารถมองเห็นการเชื่อมโยงของกิจกรรมภายในของโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงร้านค้าได้ส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น (ศุภวิชญ์ ภูวประภาชาติ, 2563) ทั้งนี้กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกือบทุกประเภทอีกทั้งเป็นต้นทุนพื้นฐานที่สำคัญมีผลกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์และบริการ การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์อย่างชาญฉลาดทั้งด้านกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการ ส่งผลบวกต่อประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรและต้นทุนที่ลดลง (พลิชฐ์ ศักดิ์วานิชกุล, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดเป็นประโยชน์ให้กับบุคคลที่สนใจธุรกิจขนมขบเคี้ยว มีส่วนช่วยกำหนดนโยบายในการดำเนินกิจการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจขนมขบเคี้ยว และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่จะนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้วางแผนการบริหารจัดการ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด และสามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดผลดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทบทวนทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

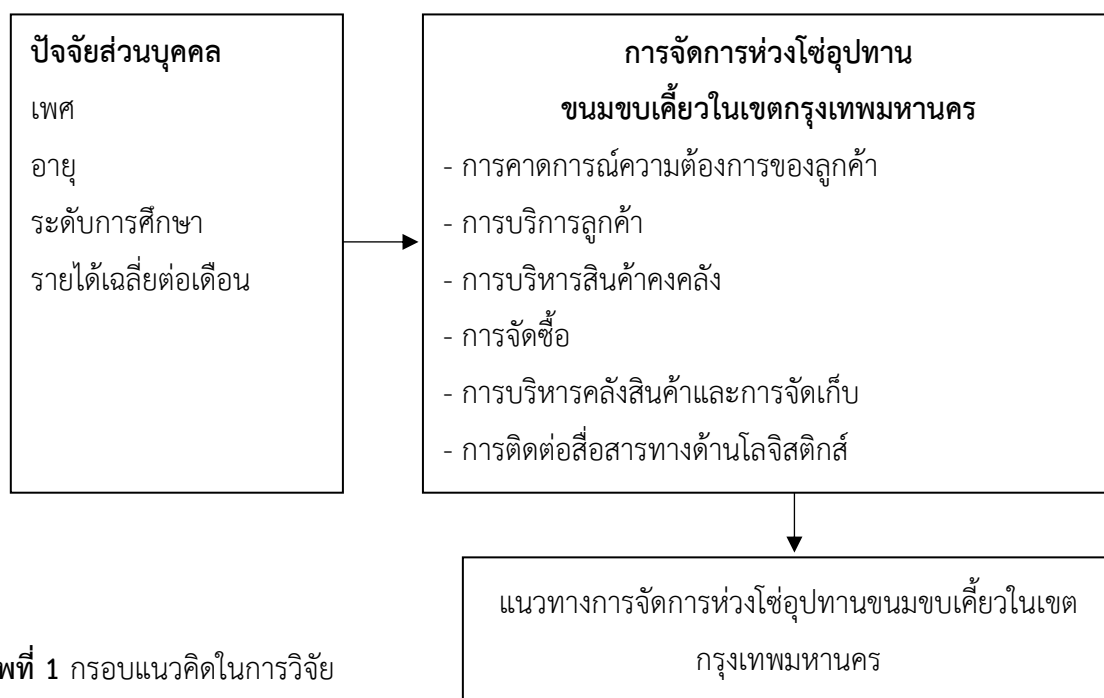
แนวคิดและทฤษฎีห่วงโซ่อุปทาน

ห่วงโซ่อุปทาน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการซัพพลายเชนโดยกระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายของสินค้าและสารสนเทศระหว่างจุดเริ่มและจุดสุดท้ายการบริโภคสุดท้าย บางกรณีไปยังจุดที่ทำลายสินค้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (กิตติชัย เจริญชัย, 2562)

ในส่วนของทศพร เชนนันท์ (2561) ได้เสนอว่าการจัดการโลจิสติกส์ สามารถแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ด้านการพยากรณ์ หมายถึง กิจกรรมให้ความสำคัญต่อการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมากำหนดทิศทางในการดำเนินงานของกิจการให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมถูกต้อง 2) ด้านการบริการลูกค้า หมายถึง กิจกรรมตรวจสอบสถานะของคำสั่งซื้อและการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 3) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง หมายถึง กิจกรรมมีสินค้าคงคลังที่เป็นวัตถุดิบ เหมาะสมกับความต้องการในการผลิต 4) ด้านการจัดซื้อ หมายถึง กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขาย ทำให้เกิดความมั่นใจในการได้รับบริการที่ดีและสิทธิพิเศษจากผู้ขาย 5) ด้านการบริหารคลังสินค้า หมายถึง กิจกรรมวางแผนทิศทางการไหลของวัตถุดิบและสินค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่เกิดปัญหาในการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือจัดเก็บ 6) ด้านการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการติดต่อกับผู้บริโภคและผู้ขาย

นอกจากนี้ Stock and Lambert (1998 อ้างอิงในทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2561) กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์ มีความหมายมากกว่าการขนส่งเพียงอย่างเดียวโดยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ มีประการ ดังนี้ 1) การบริการลูกค้า (Customer Service) 2) การพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting) 3) การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) 4) การติดต่อสื่อสาร (Logistics Communications) 5) การขนถ่ายวัตถุดิบ (Material Handling) 6) กระบวนการสั่งซื้อสินค้า (Order Processing) 7) การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage) 8) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) 9) การสนับสนุนด้านอะไหล่และบริการ (Parts And Service Support) 10) การเลือกสถานที่ตั้งคลังสินค้าและโรงงาน (Plant and Warehouse Site Selection) 11) การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) และ 12) การขนส่ง (Traffic and Transportation)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed method research) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยได้สำรองเผื่อแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ 4% หรือจำนวน 15 คน รวมทั้งหมด 400 คน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามมาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับคือ ระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4 เห็นด้วยมาก ระดับ 3 เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 2 เห็นด้วยน้อย ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความสอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาประเด็นที่ต้องการวัด จากนั้นตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามให้ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้ถูกต้องสมบูรณ์ ได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยวิธีการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามแบบ Cronbach (1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้และนำข้อมูลมาประมวลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แล้วนำผลการวิเคราะห์มาสร้างแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยว ตามช่วงคะแนนดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 เห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 เห็นด้วยมาก และค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 เห็นด้วยมากที่สุด

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาวิจัยจากผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เข้าใจและทราบแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความชัดเจนในการใช้ภาษา ตรวจสอบโดยวิธีการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Congruence : IOC) จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ ติดต่อประสานงาน โดยผู้วิจัยจะมีการนัดหมายวันและเวลากับผู้ประกอบการในแต่ละรายล่วงหน้า และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ประกอบการ ภายหลังจากการดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญการบรรยายเชิงพรรณนา และอภิปรายผลเชิงเหตุผล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำเสนอข้อมูลแบบการพรรณนาเกี่ยวกับการจัดการและห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1

1. ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	124	31.00
หญิง	276	69.00
รวม	400	100.00
อายุ		
20 – 30 ปี	155	39.00
31 – 40 ปี	184	46.00
41 – 50 ปี	61	15.00
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	152	38.00
ระดับปริญญาตรี	209	52.25
ระดับปริญญาโท	36	9.00
ระดับปริญญาเอก	3	0.75
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	82	20.50
15,001 – 20,000 บาท	52	13.00
20,001 – 25,000 บาท	105	26.25
25,001 – 30,000 บาท	35	8.75
30,001 บาทขึ้นไป	126	31.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 สำหรับเพศชาย มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ อายุ 20-30 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และอายุ 41-50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ระดับปริญญาโท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 126 คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงคือ 20,001–25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า	4.22	0.60	มาก
การบริการลูกค้า	4.49	0.72	มาก
การบริหารสินค้าคงคลัง	4.29	0.65	มาก
การจัดซื้อ	4.25	0.62	มาก
การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ	4.16	0.54	มาก
การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์	4.45	0.70	มาก
รวม	4.31	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมาคือ การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ย 4.45 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.16

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2

2. ผลการเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	ชาย		หญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า	4.15	0.64	4.25	0.61	4.05	.44
การบริการลูกค้า	4.28	0.70	4.36	0.62	3.65	.51
การบริหารสินค้าคงคลัง	4.06	0.54	4.16	0.65	1.04	.14
การจัดซื้อ	4.05	0.52	4.08	0.55	1.65	.25
การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ	4.02	0.56	4.24	0.65	1.92	.67
การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์	4.41	0.41	4.17	0.68	1.21	.48
รวม	4.16	0.56	4.21	0.63	2.25	0.42

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	8.89	4.45	31.33	0.36
	ภายในกลุ่ม	397	56.32	0.14		
	รวม	399	65.21			
การบริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	15.23	7.62	63.62	0.57
	ภายในกลุ่ม	397	47.52	0.12		
	รวม	399	62.75			
การบริหารสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	2	12.84	6.42	43.47	0.40
	ภายในกลุ่ม	397	58.63	0.15		
	รวม	399	71.47			
การจัดซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	2	5.65	2.83	24.80	0.12
	ภายในกลุ่ม	397	45.23	0.11		
	รวม	399	50.88			
การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.87	0.94	8.09	0.08
	ภายในกลุ่ม	397	45.88	0.12		
	รวม	399	47.75			
การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	2	5.41	2.71	23.13	0.16
	ภายในกลุ่ม	397	46.42	0.12		
	รวม	399	51.83			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	7.69	3.85	30.38	0.23
	ภายในกลุ่ม	397	50.25	0.13		
	รวม	399	57.94			

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	2.41	0.80	7.14	0.14
	ภายในกลุ่ม	396	44.56	0.11		
	รวม	399	46.97			
การบริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	3.56	1.19	9.47	0.22
	ภายในกลุ่ม	396	49.61	0.13		
	รวม	399	53.17			
การบริหารสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	3	2.85	0.95	6.26	0.26
	ภายในกลุ่ม	396	60.12	0.15		
	รวม	399	62.97			
การจัดซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.8	1.27	9.26	0.12
	ภายในกลุ่ม	396	54.16	0.14		
	รวม	399	57.96			
การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.45	0.82	5.99	0.17
	ภายในกลุ่ม	396	54.02	0.14		
	รวม	399	56.47			
การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.63	0.88	7.38	0.54
	ภายในกลุ่ม	396	47.06	0.12		
	รวม	399	49.69			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.25	1.08	8.21	0.68
	ภายในกลุ่ม	396	52.23	0.13		
	รวม	399	55.48			

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	5.65	1.41	13.12	0.71
	ภายในกลุ่ม	395	42.52	0.11		
	รวม	399	48.17			
การบริการลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4	5.21	1.30	8.84	0.28
	ภายในกลุ่ม	395	58.22	0.15		
	รวม	399	63.43			
การบริหารสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.11	0.53	3.20	0.31
	ภายในกลุ่ม	395	65.21	0.17		
	รวม	399	67.32			
การจัดซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.51	0.63	5.18	0.19
	ภายในกลุ่ม	395	47.88	0.12		
	รวม	399	50.39			
การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.58	0.40	2.83	0.26
	ภายในกลุ่ม	395	55.06	0.14		
	รวม	399	56.64			
การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	4	5.14	1.29	8.03	0.46
	ภายในกลุ่ม	395	63.22	0.16		
	รวม	399	68.36			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	4.75	1.19	9.70	0.16
	ภายในกลุ่ม	395	48.36	0.12		
	รวม	399	53.11			

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3

ผลการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ควรมีการพัฒนาในด้านตรวจสอบสินค้าที่ตลาดต้องการเป็นหลักเสมอ และให้ความสำคัญต่อการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ ความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำมากำหนดทิศทางในการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมถูกต้อง มีการบริหารความต้องการสินค้าของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การบริการลูกค้า ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน ครบถ้วน และเข้าใจง่าย การตรวจสอบสถานะของคำสั่งซื้อและการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และการตรวจสอบข้อมูลสินค้าคงคลังผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3. การบริหารสินค้าคงคลัง ควรมีการพัฒนาในด้านคำสั่งซื้อและการวางแผนสินค้าคงคลังที่ดี เพื่อสามารถนำมอลดต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังให้ต่ำลง มีการเตรียมความพร้อมของสินค้าคงคลังตลอดเวลา

และสามารถจัดส่งถึงมือลูกค้าทันทีที่ลูกค้าต้องการ มีสินค้าคงคลังที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และมีประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลัง

4. การจัดซื้อ ควรมีการพัฒนาในด้านการจัดซื้อแต่ละครั้งในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุน มีความรวดเร็วในการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้า มีการคิดต้นทุนกระบวนการจัดซื้อเหมาะสม และการตรวจสอบสินค้าที่จัดซื้อทุกครั้ง การคืนสินค้าจากการจัดซื้อที่ผิด และควรมีการพัฒนาในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง เวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้ามีความถูกต้องและเหมาะสม และการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งตรงตามที่ต้องการ

5. การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ ควรมีการพัฒนาในด้านระยะทางการขนส่งจากคลังสินค้า ไม่ไกลไม่ใกล้เกินไป มีการวางแผนทิศทางการไหลของวัตถุดิบในคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และการบริหารปริมาณสินค้าในคลังสินค้าให้มีความเพียงพอต่อความต้องการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ ควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการติดต่อกับผู้บริโภค การเตรียมความพร้อมและสนับสนุนอุปกรณ์ให้เพียงพอในด้านระบบคอมพิวเตอร์บริการและระบบติดต่อสื่อสาร รวมถึงมีวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนและสร้างรายได้

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการลูกค้า รองลงมาคือ การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกร เหมือนใจ (2562) พบว่า กิจกรรมทางโลจิสติกส์ของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่ค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การให้บริการแก่ลูกค้า รองลงมา ได้แก่ การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ การขนส่ง การเลือกสถานที่ตั้งของธุรกิจและคลังสินค้า การจัดส่งโลจิสติกส์ย้อนกลับ การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ และการบรรจุหีบห่อ และกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่ค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติชัย เจริญชัย (2558) ที่พบว่าผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ที่มีเพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการสินค้าที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ในภาพรวมรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ควรมีการพัฒนาในด้านตรวจสอบสินค้าที่ตลาดต้องการ และให้ความสำคัญต่อการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ด้านการบริการลูกค้า ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน ครบถ้วน และ

เข้าใจง่าย ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง ควรมีการพัฒนาในด้านคำสั่งซื้อและการวางแผนสินค้าคงคลังที่ดี ด้านการจัดซื้อ ควรมีการพัฒนาในด้านการจัดซื้อ พัฒนาในด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้า การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ ควรมีการวางแผนทิศทางการไหลของวัตถุดิบในคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และด้านการติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ ควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการติดต่อกับผู้บริโภค การเตรียมความพร้อมและสนับสนุนอุปกรณ์ให้เพียงพอในด้านระบบคอมพิวเตอร์บริการและระบบติดต่อสื่อสาร

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวงจิตร ภูวกอ (2557) กล่าวว่า การคาดการณ์ยิ่งคาดการณ์อุปสงค์ได้ถูกต้องกับความใกล้เคียงกับความเป็นจริงเท่าใด ก็จะทำให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น เช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนมขบเคี้ยว ถ้าสามารถพยากรณ์ความต้องการของสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ก็จะทำให้ได้ผลกำไรที่มากขึ้น และสอดคล้องกับธนกร เหมือนใจ (2562) กล่าวว่า การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นกระบวนการในการจัดการคำสั่งซื้อ ครอบคลุมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า กิจกรรมนี้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างองค์กรกับลูกค้า ดังนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่าย จึงควรใช้เวลาในกระบวนการนี้ให้สั้นและหลีกเลี่ยงความผิดพลาดให้ได้มากที่สุด และด้านการบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ ควรมีการพัฒนาในด้านระยะทางการขนส่ง การวางแผนทิศทางการไหลของวัตถุดิบในคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และบริหารปริมาณสินค้าในคลังสินค้ามีความเพียงพอต่อความต้องการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจบริหารสินค้าคงคลังไม่ดีจะทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด และสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้ต่อไปให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. เนื่องจากในการศึกษางานวิจัยทำให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงประสิทธิภาพของการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น และช่วยทำให้ธุรกิจมีกำไรมากขึ้นส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ
3. แนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการเพื่อการรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจและสินค้าประเภทชนิดอื่น ๆ ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการทางการตลาดเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ
2. ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเพียงการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานขนมขบเคี้ยวในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย
3. นอกจากเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานแล้ว ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงการวางแผนทางการตลาดแบบ 4P's หรือ 4E's มาใช้ในการสร้างความแตกต่างด้านการแข่งขัน ด้วยปัจจัยทางด้านการตลาด 4 ปัจจัย คือ สินค้าและบริการ Product หรือ Experience ราคา Price หรือ Exchange สถานที่จัดจำหน่าย Place หรือ Everyplace การส่งเสริมการขาย Promotion หรือ Evangelism โดยทางผู้ประกอบการอาจมีการตั้งศูนย์การกระจายสินค้าตามพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในด้านการขนส่งสินค้า และทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัล. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2566, จาก <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>.
- กษิดิษฐ์ สุวีรานนท์. (2560). แนวทางเริ่มต้นพัฒนาช่องทางการตลาดและขายผ่านออนไลน์สำหรับธุรกิจขนมไทย กรณีศึกษาร้านแม่อรุณขนมไทย. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- กิตติชัย เจริญชัย. (2558). การจัดการการตลาดโลจิสติกส์เชิงกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- _____. (2562). การศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของมันสำปะหลังในจังหวัดมหาสารคาม. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2561). โครงการแนวทางการพัฒนาศักยภาพและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ SMEs โดยใช้เทคนิคการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทศพร เตชนานันท์. (2561). การสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจโดยใช้กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าปลีกเครื่องสำอางค์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต).
- ธนกร เหมือนใจ. (2562). ปัจจัยและกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในหมู่บ้าน ไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จังหวัดนครนายก. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- พลิษฐ์ ศักดิ์วานิชกุล. (2561). ประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับงานแสดงสินค้าประเภทเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วงจิตร ภูวก. (2557). กระบวนการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผนังคอนกรีตมวลเบา กรณีศึกษา: บริษัท ไซมัส อีโคโนโลยี จำกัด. *Veridian E-Journal SU*, 7(2), 840-851.
- วิศิษฐ์ ลิ้มลือชา. (2564). สแน็คไทยเจ๋งรั้งท็อปไฟว์ตลาดมะกัน. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2566, จาก <https://www.thansettakij.com/business/482577>.
- ศุภวิชญ์ ภูวประภาชาติ. (2563). การจัดการโซ่อุปทานของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในจังหวัดอ่างทอง. (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. ตลาดขนมขบเคี้ยว. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2566, จาก <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=388>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร พ.ศ. 2564. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Digital Stat. (2022). *Online behavior of Thai people*. Retrieved March 19, 2023, from <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/digital-stat-2022-thai-insight-and-online-behaviour-from-we-are-social/>.