

Received :	April	09,2021
Revised :	May	14,2021
Accepted :	May	24,2021

แนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูป

ปกรณยศ วิทยานันตนารมย์^{1*} และ ชิตพงษ์ อัยสานนท์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะความคิดเห็นเรื่องการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป 2) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรในการวิจัยเป็นพนักงานที่ทำงานในโรงงานกะทิสำเร็จรูป อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 598 คน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 234 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก 9 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลวิจัยพบว่า 1) การศึกษาการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับห่วงโซ่คุณค่าเพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงของกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจกะทิสำเร็จรูป ด้วยการเชื่อมโยงกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของการจัดการโซ่คุณค่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.54) 2) การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุด และหน่วยงานที่สังกัดที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าแตกต่างกัน นอกจากนี้ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน และอายุงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าแตกต่างกัน และพนักงานที่มีแผนกสังกัดที่แตกต่างกัน และมีตำแหน่งที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลังแตกต่างกัน และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปในทุกกิจกรรม ต้องมีการตรวจสอบ มีความคุ้มค่าในทุกกิจกรรม ตั้งแต่แหล่งผลิตวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง การตลาดและการขายสินค้า การให้และการบริการหลังการขาย การจัดซื้อ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล ภายใต้โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร

คำสำคัญ: การพัฒนา การจัดการโซ่คุณค่า กะทิสำเร็จรูป

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

* ผู้รับผิดชอบงานหลัก

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, อีเมล: pakornyos.wi@ssru.ac.th

² อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, อีเมล: chitpong.ay@ssru.ac.th

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

The Approach to Develop Value Chain Management of Ready Coconut Milk Business

Pakornyos Widhayanantanarom^{1*} and Chitpong Ayasanond²

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the opinion characteristics of value chain management of ready coconut milk, 2) compare opinions on the management of ready coconut milk value chain, and 3) study guidelines for the development of value chain management of ready coconut milk. Using a mixed research model between quantitative research and qualitative research, population was the employees working in the ready coconut milk factory, Phutthamonthon District Nakhon Pathom Province, 598 people, a sample of 234 people and 9 key informants in the in-depth interview. Data were collected using questionnaires and interview forms. The data were analyzed by descriptive statistics such as percentage, frequency, standard deviation, mean, hypothesis testing using t-test and One-Way ANOVA. The results of the research were 1) the entrepreneurs should pay more attention to the value chain to lead and linkage of the value creation process to the ready coconut milk business by linking the core and supporting activities of value chain management overall at a high level ($\bar{X}=3.85$, S.D. = 0.54) 2) the highest level of employee education and different affiliated agencies have different opinions in managing the ready coconut milk business according to the core activities of the value chain. In addition, the highest level of education, different job titles, and employment years had different opinions in managing the ready coconut milk business according to the support activities of the value chain. The employees with different departments and positions, there are different opinions on inventory management efficiency 3) for the ready coconut milk value chain development, in all activities must be checked, quality control in all activities from raw material sources, production, delivery, and inventory management, marketing and merchandising, providing and after-sales service, purchasing, adopting technology for enterprise development, human resource management under the organization infrastructure.

Keywords: Develop, Value Chain Management, Ready Coconut Milk

Type of Article: Research Article

* Corresponding author

¹ Student of Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: pakornyos.wi@ssru.ac.th

² Lecturer of Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: chitpong.ay@ssru.ac.th

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. บทนำ

กะทิถือเป็นหัวใจสำคัญของอาหารหวานและคาวของคนไทยหลากหลายตำรับ อาหารไทยที่ใช้กะทิ เช่น แกงคั่ว พะแนง ต้มข่า หลน หรือขนมหวานต่าง ๆ แม้ว่าในปัจจุบันจะสามารถใช้นมแทนกะทิได้บ้าง แต่ก็มียาอาหารหลายอย่างที่ไม่สามารถใช้นมแทนกะทิได้ เช่น อาหารประเภทหลน หรือขนมที่ใช้กะทิตราหน้าเพื่อเพิ่มรสชาติมัน (นัยวิท เฉลิมนนท์ และคณะ, 2559) ผลผลิตกะทิที่ได้ส่วนหนึ่งจะใช้บริโภคภายในประเทศ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการส่งออก อุตสาหกรรมกะทิสำเร็จรูป จัดเป็นประเภทอุตสาหกรรมการผลิตซึ่งต้องใช้กระบวนการผลิต ที่รวมถึงการขนส่งวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง เพื่อมุ่งไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่เป็นเป้าหมายสำคัญในการบริหารจัดการ ในกระบวนการผลิตนั้นจะต้องเผชิญปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร การกำหนดวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมเพื่อนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต การมอบนโยบายและสื่อสารสู่พนักงานไม่ครอบคลุม รวมถึงการกำหนดเป้าหมายที่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงส่งผลสืบเนื่องให้ไม่มีความชัดเจนในกระบวนการผลิต การขนส่งวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การนำเครื่องมือต่างๆ มาใช้ในการปรับปรุงระบบงาน การตลาดและการขายสินค้าเพื่อให้ถึงผู้บริโภค การให้บริการหลังการขาย รวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการผลิต ตลอดจนการบริหารจัดการในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตทั้งในระยะสั้น และระยะยาว (สถาบันวิจัยพืชสวน, 2563)

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ต้องการความสะดวก มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน จึงได้มีการแปรรูปสินค้าเกษตร มีการพัฒนาการผลิตกะทิสำเร็จรูปขึ้น อุตสาหกรรมกะทิสำเร็จรูปในปัจจุบัน จัดเป็นประเภทอุตสาหกรรมการผลิตซึ่งต้องใช้กระบวนการผลิต ที่รวมถึงการขนส่งวัตถุดิบ การ

บริหารสินค้าคงคลัง เพื่อมุ่งไปสู่การเพิ่มผลผลิตที่เป็นเป้าหมายสำคัญในการบริหารจัดการ ในกระบวนการผลิตนั้นจะต้องเผชิญปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร มะพร้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตมีราคาผกผันตามฤดูกาล ธุรกิจของบริษัทส่วนใหญ่เป็นสินค้าส่งออก จึงต้องบริหารความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้ดี เมื่อเกิดภาวะค่าเงินบาทอ่อน ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก ขาดการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้อุตสาหกรรมกะทิสำเร็จรูปมีมูลค่าเพิ่ม การจัดองค์กรในลักษณะเน้นการผลิต จึงส่งผลให้มีปัญหาในการกำหนดเป้าหมายหรือรูปแบบการจัดองค์กรที่ไม่มีความชัดเจน และมีความขัดแย้งในโครงสร้างองค์กร

การจัดการโซ่คุณค่า เป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยให้ความสำคัญในกิจกรรมหลักที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับอุตสาหกรรม กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งวัตถุดิบ เป็นขั้นตอนการจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ การผลิตเป็นขั้นตอนการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง และการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค การตลาดและการขายสินค้าเป็นการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและจัดจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค การให้บริการหลังการขายเพื่อช่วยส่งเสริมการส่งมอบคุณค่าให้กับสินค้า ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วยการจัดซื้อ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจำทำงานประสานงานกันได้ดี จนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้วกิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย เป็นการสร้างความได้เปรียบ

ในการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอย่างดี (เกียรติศักดิ์ เทพผดุงพร, 2563)

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้ จึงได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปในพื้นที่อำเภอพุนมพณ จังหวัดนครปฐม ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางที่หลายภาคส่วนปฏิบัติในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เพื่อให้การผลิตกะทิสำเร็จรูป มีความพร้อมในการแข่งขัน และมีการเชื่อมโยงกับ หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สร้างความสมดุลร่วมมือกัน ระหว่างเกษตรกร และผู้ประกอบการทางด้านอุตสาหกรรม โดยเริ่มตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการส่งออก ให้ตรงตามที่ถูกความต้องการอย่างมี คุณภาพ รวมทั้งส่งมอบได้รวดเร็ว ภายใต้ราคาที่แข่งขันได้ เพื่อหาแนวทางที่จะพัฒนาการผลิตและแปรรูปจากมะพร้าวอย่างจริงจัง มีการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการที่การ ยึดถือแนวทางการปฏิบัติของผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่มุ่งเน้นการสร้าง และส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าวในพื้นที่

อำเภอพุนมพณ จังหวัดนครปฐม ให้เกิดการเชื่อมโยงสินค้า และบริการจากชุมชน สู่ตลาดภายนอกทั้งในและต่างประเทศต่อไป

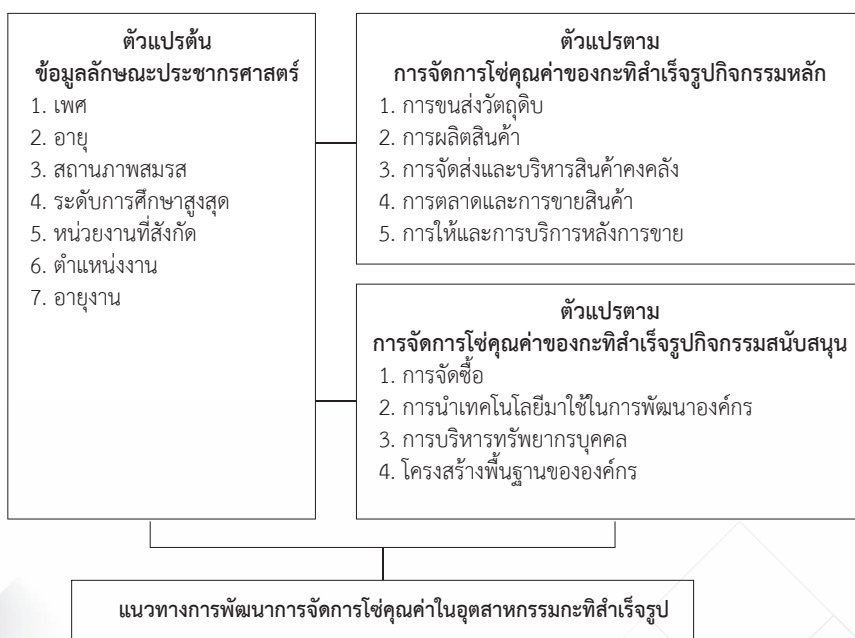
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะความคิดเห็นเรื่องการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมหลักของการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปแตกต่างกัน
2. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมสนับสนุนของการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปแตกต่างกัน

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

5.1 โซ่คุณค่า

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของ คุณค่า หมายถึง ความรู้สึกแตกต่างที่ผู้บริโภคได้รับจากการเป็นเจ้าของและการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเทียบกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ

Porter (1985) ได้ให้ความหมายของ โซ่คุณค่าไว้ในหนังสือ Competitive Advantage ว่า การดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่มีผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของกิจกรรมอื่นด้วยความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำงานของแต่ละกิจกรรมเพื่อจุดมุ่งหมายให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตหรือการ บริการให้แก่ผู้รับบริการ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยกิจกรรมหลัก (primary activities) หรือกิจกรรมการสร้างคุณค่า และกิจกรรมสนับสนุน (support activities) ที่ช่วยลดต้นทุนและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้แก่องค์กร ภายใต้ขั้นตอนระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษร การควบคุม การวัดและประเมิน ต่อเนื่องกันจนเป็น “โซ่คุณค่า”

1) กิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่าหรือรายได้และเกี่ยวข้องโดยตรงกับการแข่งขัน ประกอบด้วย 1) การนำส่งปัจจัยนำเข้า (inbound logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรร การรับ การเก็บ การนำส่งปัจจัยนำเข้า (input) 2) การผลิต (operations) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้า/บริการ ซึ่งจะรวมถึงการบำรุงรักษาเครื่องจักร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) การกระจายผลลัพท์ไปยังลูกค้า (outbound logistics) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำส่ง สินค้า/บริการไปให้กับลูกค้า 4) การตลาดและการขาย (marketing and sales) เป็นกิจกรรมที่ทำให้ สินค้า/

บริการเป็นที่รู้จักของลูกค้า และพยายามโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้า/บริการการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 5) การบริการ (service) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับหรือรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์

2) กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 1) การจัดหา/จัดซื้อ (procurement) ปัจจัยนำเข้าทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในโซ่คุณค่าของกิจการ 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) เป็นกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา การออกแบบสินค้าและการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resources management) เพื่อให้การสนับสนุนทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนทั้งหมด และ 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (firm infrastructure) การบริหารงานทั่วไป การวางแผน การบัญชีและการเงิน การบริหารคุณภาพ ระบบข้อมูลสารสนเทศกฎหมาย และรัฐบาล

กิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้วยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมซึ่งกันและกันด้วยระบบสารสนเทศที่ทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อทุกกิจกรรมในทุกๆ องค์ประกอบของโซ่คุณค่า

5.2 การบริหารโซ่อุปทานกะทิสำเร็จรูปในปัจจุบัน

Robert และ Ernest (2008) ได้ให้ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการ (Integration) และการจัดการในองค์กรที่ได้มีการนำห่วงโซ่อุปทานและยังรวมถึงกิจกรรมต่างๆ และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือ ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมในอันที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการอันนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขัน

ได้อย่างยั่งยืนสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้ให้ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน คือ กิจกรรมทั้งส่วนที่ไหลขึ้นและไหลลงตลอดแนวห่วงโซ่ โดยมีการเรียบเรียงและประสานกิจกรรมต่างๆ เพื่อ

ให้มั่นใจว่าอุปทานต่อสินค้าจะสอดคล้องกับอุปสงค์ ในทุกๆ ขั้นตอนของห่วงโซ่มีการแบ่งปันข้อมูลและเทคโนโลยีระหว่างผู้เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน



ภาพที่ 2 เครือข่ายการสร้างคุณค่า
ที่มา: ดัดแปลงจาก Porter (1985)

การบริหาร คือ กระบวนการทางสังคมของบุคคลที่ทำหน้าที่การวางแผน การจัดองค์การ จัดคนเข้าทำงาน สั่งการ และควบคุมการทำงานให้กิจกรรมขององค์กรดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานปัจจัยในการผลิต การบริหารงานทั้งภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ (จิตพงษ์ อัยสานนท์, 2562) ดังนั้น การบริหารโซ่อุปทานก็จะสำเร็จรูป จะเน้นที่การไหลเวียนสินค้า การไหลเวียนสารสนเทศและเงินทุนกับ

ความเสี่ยงที่มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโซ่อุปทาน ปัจจัยที่มีผลต่อการไหลเวียนของสินค้า แบ่งเป็นโครงสร้างตลาด และการแข่งขัน ช่องทางการจำหน่าย กรรมวิธีการผลิต ลักษณะของสินค้า และโลจิสติกส์ การไหลเวียนของสารสนเทศจะครอบคลุมกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี การไหลเวียนของเงินทุนก็จะรวมเอาเรื่อง การจัดการความเสี่ยง และแบ่งภาระความเสี่ยงด้วย

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 รูปแบบการวิจัย

เป็นวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Explanatory Mixed Method) โดยขั้นตอนแรกเป็นการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณก่อน และต่อมาเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ เพื่อช่วยอธิบายผลของวิธีการเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนขึ้น

6.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณเป็นพนักงานที่ทำงานในโรงงานกะที่สำเร็จรูป พื้นที่อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 598 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน โดย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการสุ่มเป็นระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) แบบทราบจำนวนของประชากร โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 234 ตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selective Sampling) คือ เลือกสัมภาษณ์เฉพาะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 9 คน ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารในโรงงานกะที่สำเร็จรูป

6.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่ 1** ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบสำรวจ (Checklist) มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบตามความเป็นจริงเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นอย่างไรในการจัดการโซ่คุณค่าของกะที่สำเร็จรูปตาม

กิจกรรมหลักของการจัดการโซ่คุณค่า เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าห้าระดับของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบตามระดับของปัญหา **ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นอย่างไรในการจัดการโซ่คุณค่าของกะที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า จำนวน 16 ข้อ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าห้าระดับของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบตามระดับของปัญหา และ **ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการโซ่คุณค่าของกะที่สำเร็จรูป เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างสอดคล้องกับแบบสอบถาม จากนั้น นำแบบสอบถามฉบับร่างให้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ทำการตรวจสอบ ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยนำไปหาค่า IOC ของประเด็นคำถามหรือขอบเขตคำถามตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ มีค่าระหว่าง 0.6 – 1.0 (ธำนิษฐ์ ศิลป์จารุ, 2555) โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้คำแนะนำแก้ไขเพิ่มเติม

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ประสานงานและขอความร่วมมือทางโทรศัพท์วิธีการส่งแบบสอบถามให้สถานประกอบการ ช่วยดำเนินการเก็บแบบสอบถาม ประกอบกับการลงพื้นที่เก็บตัวอย่างเอง พร้อมอธิบายแบบสอบถามเพื่อให้ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ของโรงงานผลิตกะที่สำเร็จรูป รับทราบและลงข้อมูลให้ได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความเป็นจริงและรับแบบสอบถามกลับคืนมา ขณะที่การรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก และข้อมูลที่บันทึกเทป

จากการสัมภาษณ์มีวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปความคิดเห็นต่างๆ

6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและหาค่าสถิติต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ ซึ่งนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ด้านข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เลือกตอบ 5 ระดับ ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติพรรณนา โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) ละเอียด (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย โดยนำสถิติเชิงบรรยายหรือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) ด้านข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะอื่นๆ ดำเนินการรวบรวมไว้ในเรื่องใดบ้างเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่ส่งผลต่อการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูป

7. ผลการวิจัย

7.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์

ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 234 คน

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถาม ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย การขนส่งวัตถุดิบ การผลิตสินค้า การจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง การตลาดและการขายสินค้า และการให้บริการหลังการขาย ผลการวิเคราะห์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D.= 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการขนส่งวัตถุดิบมากที่สุดมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.71) รองลงมาคือ ด้านการให้บริการหลังการขาย มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.74) ด้านการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.64) ด้านการผลิตสินค้ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.63) และด้านการตลาดและการขายสินค้า มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถาม ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย การจัดซื้อ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล และโครงสร้างพื้นฐาน ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D.= 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรมากที่สุดมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D.=0.53)

ด้านการจัดซื้อ มีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.74) และด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กรมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรม

หลักและกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า จำแนกตามลักษณะของประชากร มีดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมหลักของการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์		$\bar{X}$	S.D.	t/F	p-Value
เพศ	ชาย	3.35	0.48	1.672	0.096
	หญิง	3.24	0.49		
อายุ	18 ปี - 23 ปี	3.31	0.51	0.249	0.940
	24 ปี - 29 ปี	3.31	0.48		
	30 ปี - 35 ปี	3.32	0.52		
	36 ปี - 41 ปี	3.32	0.61		
	42 ปี - 47 ปี	3.17	0.42		
	48 ปี - 53 ปีขึ้นไป	3.25	0.19		
สถานภาพสมรส	โสด	3.31	0.47	0.314	0.731
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.27	0.48		
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.39	0.74		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3.13	0.27 ^b	3.577	0.004**
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	3.23	0.50 ^b		
	อนุปริญญา (ปวส.)/เทียบเท่า	3.27	0.39 ^b		
	ปริญญาตรี	3.25	0.48 ^b		
	ปริญญาโท	3.62	0.56 ^a		
	สูงกว่าปริญญาโท	3.46	0.45 ^{ab}		
หน่วยงานที่สังกัด	การผลิต	3.33	0.46 ^{ab}	2.684	0.014*
	วิศวกรรม	3.19	0.33 ^{abc}		
	คลังสินค้าและจัดส่ง	3.52	0.55 ^a		
	ควบคุมคุณภาพ	3.30	0.56 ^{abc}		
	ประกันคุณภาพ	3.20	0.23 ^{abc}		

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์		$\bar{X}$	S.D.	t/F	p-Value
	จัดซื้อ	2.91	0.37 ^c		
	ทรัพยากรมนุษย์	3.14	0.30 ^{abc}		
	การขายและการตลาด	3.26	0.47 ^{abc}		
	การวางแผนการผลิต	3.29	0.47 ^{abc}		
	เทคโนโลยีสารสนเทศ	2.96	0.26 ^{bc}		
	บริหารระบบคุณภาพ	3.53	0.63 ^a		
ตำแหน่ง	กรรมการ/ผู้อำนวยการ ระดับ 9 ขึ้นไป	3.38	0.45	0.589	0.709
	ผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการระดับ 7 – 9	3.29	0.45		
	ซูเปอร์ไวเซอร์ ระดับ 5	3.33	0.56		
	เจ้าหน้าที่อาวุโส ระดับ 4	3.25	0.46		
	เจ้าหน้าที่ระดับ 3	3.35	0.54		
	พนักงานระดับ 1 – 2	3.19	0.33		
อายุงาน	1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	3.28	0.46	0.407	0.804
	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี	3.36	0.51		
	มากกว่า 6 ปี แต่ไม่เกิน 9 ปี	3.26	0.53		
	มากกว่า 9 ปีขึ้นไป	3.25	0.38		

หมายเหตุ : * มีความน่าเชื่อถือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
 **มีความน่าเชื่อถือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติในตารางที่ 1 พบว่า การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และอายุงาน กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า โดยการทดสอบโดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และอายุงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า ($p\text{-value} > 0.05$) สรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ

สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และอายุงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาสูงสุด และ หน่วยงานที่สังกัด กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจที่

สำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า (p-value < 0.01) สรุปได้ว่าระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมสนับสนุนของการจัดการโซ่คุณค่าของกะทิสำเร็จรูปแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์		$\bar{X}$	S.D.	t/F	p-Value
เพศ	ชาย	3.84	0.52	-0.404	0.687
	หญิง	3.87	0.57		
อายุ	18 ปี - 23 ปี	3.89	0.54	0.511	0.768
	24 ปี - 29 ปี	3.82	0.50		
	30 ปี - 35 ปี	3.97	0.57		
	36 ปี - 41 ปี	3.87	0.68		
	42 ปี - 47 ปี	3.75	0.55		
	48 ปี - 53 ปีขึ้นไป	3.74	0.66		
สถานภาพสมรส	โสด	3.85	0.53	0.219	0.804
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.88	0.60		
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.79	0.48		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3.77	0.51	2.018	0.077
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	3.63	0.59		
	อนุปริญญา (ปวส.)/เทียบเท่า	4.00	0.51		
	ปริญญาตรี	3.84	0.53		
	ปริญญาโท	3.91	0.52		
	สูงกว่าปริญญาโท	4.03	0.54		
หน่วยงานที่สังกัด	การผลิต	3.98	0.49	1.034	0.415
	วิศวกรรม	3.79	0.55		
	คลังสินค้าและจัดส่ง	3.77	0.55		
	ควบคุมคุณภาพ	3.98	0.61		
	ประกันคุณภาพ	4.05	0.61		

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์		$\bar{X}$	S.D.	t/F	p-Value
	จัดซื้อ	3.99	0.42		
	ทรัพยากรมนุษย์	3.81	0.39		
	การขายและการตลาด	3.79	0.60		
	การวางแผนการผลิต	3.77	0.42		
	เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.66	0.45		
	บริหารระบบคุณภาพ	3.68	0.44		
ตำแหน่ง	กรรมการ/ผู้อำนวยการ	4.04	0.49 ^a	3.235	0.018*
	ผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ	4.05	0.53 ^a		
	ซูเปอร์ไวเซอร์	3.82	0.57 ^{ab}		
	เจ้าหน้าที่อาวุโส	3.70	0.57 ^b		
	เจ้าหน้าที่	3.88	0.46 ^{ab}		
	พนักงาน	3.62	0.53 ^b		
อายุงาน	1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	4.21	0.48 ^a	6.460	0.002**
	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี	3.68	0.54 ^b		
	มากกว่า 6 ปี แต่ไม่เกิน 9 ปี	3.85	0.56 ^{bc}		
	มากกว่า 9 ปีขึ้นไป	3.98	0.42 ^{ab}		

หมายเหตุ : * มีความน่าเชื่อถือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**มีความน่าเชื่อถือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติในตารางที่ 2 พบว่า การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด หน่วยงานที่สังกัด กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า โดยการทดสอบโดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด หน่วยงานที่สังกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า ($p\text{-value} > 0.05$)

สรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด หน่วยงานที่สังกัด ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านตำแหน่งงาน และอายุงานกับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า โดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านตำแหน่งงาน

และอายุงานมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า ($p\text{-value} < 0.05$) สรุปได้ว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านตำแหน่งงาน และอายุงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

7.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

จากการสัมภาษณ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลัก พบว่า ด้านการขนส่งวัตถุดิบความเหมาะสมของแหล่งปัจจัยการผลิตทำให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาวัตถุดิบ ด้านการผลิตสินค้า การควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐานการสุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบให้มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ก่อนส่งมอบไปยังขั้นตอนผลิตถัดไป การลดการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต การรายงานให้หัวหน้างานทราบเมื่อมีสิ่งผิดปกติ ด้านการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลังธุรกิจจะมีการตรวจสอบสินค้าก่อนการส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยการควบคุมการดำเนินงานของพนักงานในการตรวจสอบทั้งกระบวนการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง ด้านการตลาดและการขายสินค้า การทราบความต้องการของผู้บริโภค การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทำให้ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การให้และการบริการหลังการขาย ธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการให้และการบริการหลังการขาย ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าของธุรกิจ จะต้องสามารถตอบสนองปัญหา ข้อขัดข้อง รวมถึงจัดการคำติชมและข้อร้องเรียนของลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุน พบว่าด้านการจัดซื้อ การจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นสินค้าทางการเกษตรเพื่อแปรรูป ความไม่สม่ำเสมอและเพียงพอ

ของสินค้าเกษตรในช่วงนอกฤดูกาล ทำให้ฝ่ายจัดซื้อจะต้องหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมจากแหล่งผลิตใกล้เคียงนอกพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศ ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดในราคาและคุณภาพที่ยอมรับได้ ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การวิจัย การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพิ่มมากขึ้น ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การสร้างคุณค่าและแก้ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะในการทำงาน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการจัดการทั่วไป ระบบการผลิต ระบบบัญชีและการเงิน ระบบการจัดการคลังสินค้า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบการติดตามและประเมินผล รวมไปถึงสิ่งแวดล้อม ด้านเสถียรภาพของรัฐบาล เงื่อนไขของกฎหมาย สภาพทางเศรษฐกิจ กิจกรรมเหล่านี้สนับสนุนในการสร้างคุณค่า และเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาของธุรกิจ

8. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า ในด้านการขนส่งวัตถุดิบมากที่สุด มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาคือด้านการให้บริการหลังการขาย มีความคิดเห็นในระดับมาก ด้านการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ด้านการผลิตสินค้ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง และด้านการตลาด

และการขายสินค้า มีความคิดเห็นในระดับปานกลางตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องแนวทางการวิเคราะห์โซ่คุณค่าในธุรกิจโรงไม้สับ กรณีศึกษา บริษัท ัญญเจริญโยธรรู๊ดชิพ จำกัด ของ ภัทรสิญากร คณาเสน (2558) และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ของศักดิ์นรินทร์ แก่นกล้า (2559)

ด้านความคิดเห็นในการจัดการธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่าของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุนของโซ่คุณค่า ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน มากที่สุด มีความคิดเห็นในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีความคิดเห็นในระดับมาก ด้านการจัดซื้อ มีความคิดเห็นในระดับมาก และด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร มีความคิดเห็นในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของการบริษัทนาเที่ยวของไทย เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน ของ ญาลิสารู้ ต้นสอน (2559) สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง การวิจัยเรื่องการศึกษากิจการระหว่างโซ่คุณค่าไม้ผล อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ของเพ็ญพล สังข์แก้ว (2559) และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง โซ่คุณค่าของซิงสดในสหภาพเมียนมาร์ของ Phoo (2019)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลัก ได้แก่ ด้านการขนส่งวัตถุดิบ พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการขนส่งจะต้องดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความรวดเร็ว โดย

ใช้ต้นทุนที่คุ้มค่า และก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด ด้านการผลิตสินค้า โดยการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง มีการตรวจสอบคุณภาพ รักษาความสัมพันธ์ของจำนวนหรือปริมาณและความหลากหลายของรายการสินค้าที่จะจัดการภายในคลังสินค้า การหมุนเวียนของสินค้าแต่ละชนิด การส่งมอบและการจัดส่งสินค้า ด้านการตลาดและการขายสินค้า สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าเก่า และสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าใหม่ การเข้าร่วมการแสดงสินค้าในต่างประเทศและหาช่องทางในการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ รวมถึงการรับมือข้อบ่งชี้สังคม เพื่อมอบประโยชน์กลับคืนสู่สังคมทั้งด้านสุขภาพ การศึกษา และคุณภาพชีวิต ด้านการให้บริการหลังการขาย มีบริการเปลี่ยนสินค้าให้แก่ลูกค้าทันที หากสินค้ามีข้อบกพร่อง หรือทำเป็นเครดิตสำหรับการสั่งซื้อครั้งต่อไป การจัดการข้อร้องเรียน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ ด้านการจัดซื้อ วัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ ในการผลิตอย่างเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยรักษาคุณสมบัติของวัตถุดิบให้มีมาตรฐานเดียวกัน ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร จะต้องให้ผู้ใช้เทคโนโลยีมีความรู้ มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ไหลลื่นและยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ต่างๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรมขึ้นมา ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ควรการวางแผนการใช้ทรัพยากรบุคคล การคัดเลือก การสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ผู้บริหารขององค์กรจะต้องมีวิสัยทัศน์และนโยบายที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้จริง อีกทั้งพนักงานจะต้องมีความรู้และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมหลัก พบว่า ด้านการขนส่งวัตถุดิบ ควรพิจารณาต้นทุนเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่งมะพร้าว ด้านการผลิตสินค้า ควรให้ความสำคัญในการควบคุมมาตรฐานการผลิต ด้านการขนส่งและการบริหารสินค้าคงคลัง ควรพิจารณาวิธีการจัดการกะทิสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ด้านการตลาดและการขายสินค้า ควรเพิ่มวิธีการในแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายกะทิสำเร็จรูป ด้านการให้บริการหลังการขาย ควรตอบสนองในการแก้ปัญหาในการให้บริการหลังการขายให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในการจัดการโซ่คุณค่าของธุรกิจกะทิสำเร็จรูปตามกิจกรรมสนับสนุน พบว่า ควรดำเนินการจัดหาและจัดซื้อ

วัตถุดิบที่เป็นมะพร้าวลูก และปัจจัยการผลิตอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาองค์กรควรนำเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมในการทำงานแต่ละฝ่ายมาดำเนินการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การสรรหาบุคลากร การคัดเลือก และตรวจสอบให้มีความสอดคล้องตามที่ต้องการได้กำหนดไว้ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ควรมีวิธีการในการบริหารจัดการธุรกิจภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรง

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณด้านการลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเชิงปัจจัยความสำเร็จของการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจประเภทอื่น เพื่อนำข้อมูลและผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำนักงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติศักดิ์ เทพผดุงพร. (2563). กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจงานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561 : กรณีศึกษา “กะทิขาวเกาะ” เกษตรแปรรูปเพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2550). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน: กลยุทธ์ทำให้รายช่วยให้ประหยัด. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- ชิดพงษ์ อัยสานนท์. (2562). การฟื้นฟูบริการในการขนส่งสินค้าทางอากาศสมรรถนะของโซ่อุปทานและผลการดำเนินงานในธุรกิจส่งออก. วารสารเกษมบัณฑิต, 20(พิเศษ), 101-116.
- ญาติสารัฐ์ ต้นสอน. (2558). แนวทางการพัฒนาโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการของ บริษัทนำเที่ยวของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า ตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน. ม.ป.พ.: กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นัยวิท เกลิมนนท์, วรณา ชันธชัย และปฐมพงศ์ สมักรการ. (2559). คุณภาพของน้ำมันมะพร้าวที่สกัดด้วยวิธีปั่นเหวี่ยง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ : นนทบุรี.

- เพ็ญพล สังข์แก้ว. (2559). *การศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าไม้ผล อำเภอบางบาล จังหวัดเพชรบูรณ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภัทรสิญากร คณาเสน. (2558). *แนวทางการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในธุรกิจโรงไม้สัก กรณีศึกษา บริษัท ัญญเจริญโยธรวู้ดชิฟ จำกัด*. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดิ์รินทร์ แก่นกล้า. (2559). *ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สถาบันวิจัยพืชสวน. (2563). *สถานการณ์การผลิตมะพร้าว*. กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553). *โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรภายใต้โครงการการศึกษาวิจัยตลอดจนติดตามประเมินผลเพื่อเสนอ แนวทางนโยบายการปรับโครงสร้างภาคการผลิต การค้า และการลงทุน*. สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 3(3), 607-610.
- Phoo, P. (2019). *Upgrading options for Myanmar Fresh Ginger Value Chains*. Thesis for the Degree of Master of AgriCommerce. Massey University, New Zealand.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Robert B. Handfield, Ernest L. Nichols, Jr. (2008). *Introduction to Supply Chain Management*. (2nd ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.