

Received :	May	21,2021
Revised :	August	15,2021
Accepted :	March	25,2022

มิติของการเปลี่ยนแปลงของสายงานจัดซื้อในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม และการเตรียมความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับอุตสาหกรรมยุคดิจิทัล

กันทิลา ขำวิจิตราภรณ์¹, ชุมพล มณฑาทิพย์กุล^{2*} และ สง่า มณฑาทิพย์กุล³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงมิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อ ที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มเข้าสู่ยุคดิจิทัล และ 2) เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในสายงานจัดซื้อในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม เพื่อรองรับอุตสาหกรรมยุคดิจิทัล โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาผู้ผลิตเครื่องดื่มในประเทศไทย ซึ่งมี 461 ราย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน คัดเลือกแบบเจาะจงจากโรงงานเป้าหมาย 5 แห่ง การวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งคำถามได้ถูกทวนสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย ผลการวิจัยพบว่า 1) มิติของการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ (1.1) ด้านกระบวนการทำงาน พบว่า จะเกิดกระบวนการทำงานแบบใหม่ อาทิ การจัดซื้อจัดหาออนไลน์ การประมูลสินค้าออนไลน์ การจัดทำสัญญาออนไลน์ (1.2) ด้านเทคโนโลยี พบว่า จะมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ อาทิ เว็บไซต์แพลตฟอร์ม แอปพลิเคชันบนมือถือ การสื่อสารหรือประชุมออนไลน์ การจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลบนคลาวด์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (1.3) ด้านบุคลากร พบว่า ต้องการทักษะแบบใหม่ และทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง และ 2) การเตรียมความพร้อมของบุคลากร ได้แก่ (2.1) ด้านทักษะ พบว่า ทักษะที่จำเป็น อาทิ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การคิดวิเคราะห์เชิงตรรกะ การคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร (2.2) ด้านภาษา พบว่า ภาษาต่างประเทศสำคัญ อาทิ อังกฤษ จีน (2.3) ด้านทัศนคติ พบว่า ทัศนคติเชิงบวกจะเป็นประโยชน์ อาทิ การคิดเชิงบวก การเรียนรู้สิ่งใหม่ การอยู่ร่วมกับผู้อื่น การทำงานเป็นทีม ดังนั้นองค์กรควรให้การสนับสนุนในด้านการฝึกอบรม การจัดหาเทคโนโลยีใหม่ การสื่อสาร และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

คำสำคัญ: มิติของการเปลี่ยนแปลง กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยุคดิจิทัล สายงานจัดซื้อ
ประเภทบทความ: บทความวิจัย

* ผู้รับผิดชอบงานหลัก

¹ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, อีเมล: pantila.kom@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, อีเมล: chumpol.mon@gmail.com

³ อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, อีเมล: sangamnt@au.edu

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Changing Dimensions of Purchasing Job in Beverage Manufacturing and Preparation of Staff for Supporting the Digital Industry Age

Pantila Komvijittraporn¹, Chumpol Monthatipkul^{2*} and Sanga Monthatipkul³

Abstract

The research objectives were 1) to study the changing dimensions in the purchasing job due to the beverage manufacturing industry changing in the digital age and 2) to study the preparation of purchasing staff in the beverage manufacturing industry for supporting the digital industry age. It was qualitative research study on the beverage manufacturers in Thailand, having 461 factories. Fifteen informants were specifically chosen from five selective factories. The structured interview was conducted, in which the questions were verified by three experts. The inductive analysis was used. The results were that 1) changing dimensions included (1.1) working processes: new working processes would arise; e-Procurement, e-Auction, e-Contract, (1.2) technologies: new technologies would occurred; web applications, mobile applications, online communication or meeting, cloud computing and storage, inter of things, and (1.3) staff: new skills and positive attitudes about changing would be required and that 2) preparation of purchasing staff included (2.1) skills: relevant skills would be needed; digital literacy, logical thinking, creativity, problem-solving, communication, (2.2) languages: foreign languages would be required; English, Chinese, and (2.3) attitudes: positive attitudes would be beneficial; positive thinking, learning new things, coexistence, teamwork. Therefore, the companies should provide support; training, new technologies, communication, and culture development.

Keywords: Dimensions of Change, Beverage Manufacturing, Digital Industry, Purchasing

Type of Article: Research Article

*Corresponding author

¹Student of Master of Science (Logistics and Supply Chain Management), Graduate School of Management and Innovation, King's Mongkut University of Technology Thonburi, Email: pantila.kom@gmail.com

²Lecturer of Master of Science (Logistics and Supply Chain Management), Graduate School of Management and Innovation, King's Mongkut University of Technology Thonburi, Email: chumpol.mon@gmail.com

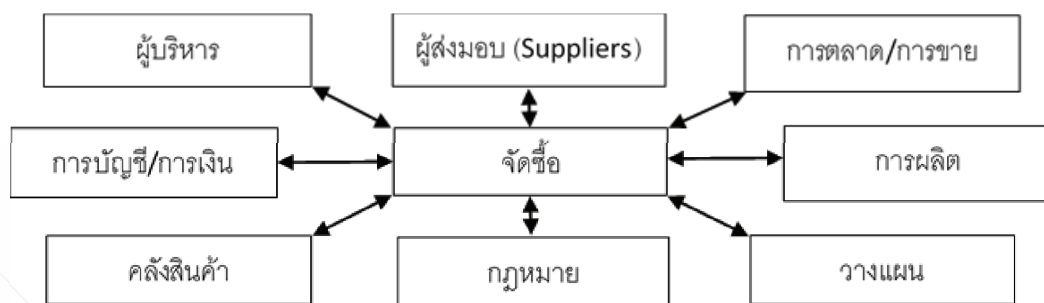
³Lecturer of Bachelor of Fine and Applied Arts (Product Design), School of Architecture and Design, Assumption University, Email: sangamnt@au.edu

1. บทนำ

ในปัจจุบันโลกของการแข่งขันแบบไร้พรมแดน ได้ก้าวข้ามขีดจำกัดอย่างมากมาย กระบวนการผลิตที่มีศักยภาพสืบเนื่องจากแรงขับเคลื่อนจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (Industry 4.0) ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก Vaidya et al. (2018) ได้ศึกษาและให้ภาพรวมของความท้าทายใหม่ๆ ของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 Haseeb et al. (2019) สรุปว่าการประยุกต์ใช้บิ๊กดาต้า (Big Data) ระบบคลาวด์และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง มีผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและย่อมในประเทศไทย ดังนั้นองค์กรควรต้องทำการปรับตัวและพิจารณาการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้องค์กรควรที่จะคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสิ่งที่กำลังจะเกิด สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมสนับสนุนมากมาย อาทิ น้ำดิบ สารปรุงแต่งรส พลังงาน น้ำตาล บรรจุภัณฑ์ ทั้งหมดเกี่ยวข้องกับการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ธนาคารออมสิน (2563) ประเมินว่ารายได้โดยรวมของอุตสาหกรรมมีค่าโดยประมาณ 2.50 ล้านล้านบาท และมีผู้ประกอบการมากกว่า 14,000 ราย การผลิตส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ และมีการส่งออก

โดยประมาณ 10% (วรรณมา ยงพิศาลภพ, 2562)

เมื่อภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มต้องปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทุกแผนกในองค์กรจำเป็นต้องปรับตัว สำหรับหน่วยงานจัดซื้อซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุน จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อม ซึ่งในปัจจุบันพบปัญหาในสายงานจัดซื้อ คือ 1) เริ่มมีการนำเทคโนโลยีใหม่ทางดิจิทัลเข้าสู่หน่วยงาน (Infor, 2017) 2) ผู้ปฏิบัติงานขาดการเตรียมความพร้อมอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านทักษะใหม่และทัศนคติที่จำเป็น สายงานจัดซื้อมีบทบาทหน้าที่หลักในการจัดหาสินค้าให้ทันสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งเกิดจากการใช้เทคโนโลยีใหม่ หน่วยงานจัดซื้อจะมีการประสานงานกับบุคคลทั้งภายในและภายนอก มีการส่งผ่านข้อมูลจำนวนมาก และมีการทำธุรกรรมหลากหลาย จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าหน่วยงานจัดซื้อมีการทำงานร่วมกับหลายหน่วยงาน อาทิ การรับรู้ค่าพยากรณ์ขายจากฝ่ายตลาดเพื่อจัดทำแผนซื้อร่วมกับฝ่ายวางแผนและฝ่ายผลิต การจัดทำสัญญาซื้อร่วมกับฝ่ายกฎหมาย (ถ้าจำเป็น) การติดตามการส่งมอบวัตถุดิบจากผู้ส่งมอบ (Suppliers) เพื่อประสานงานการรับวัตถุดิบกับฝ่ายคลัง การแจ้งผลการซื้อกับฝ่ายบัญชีเพื่อการชำระเงิน และการรายงานผลต่อผู้บริหาร



ภาพที่ 1 การเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานจัดซื้อกับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร

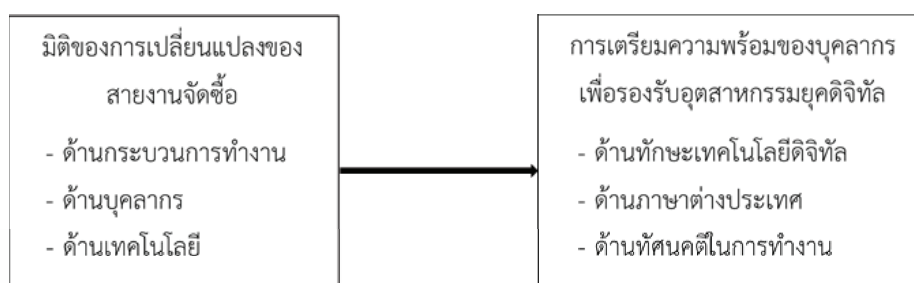
Infor (2017) อธิบายว่า อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดีมีจะปรับตัวเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ข้อมูลแหล่งที่มาของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญต้องโปร่งใสและทวนสอบได้ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดีมีอยู่ในช่วงเริ่มประยุกต์ใช้ระบบคลาวด์และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) เชื่อว่าผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องเริ่มปรับกลยุทธ์การขายให้เข้ากับวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดีมีภายในประเทศยังคงเผชิญการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยทุกๆ หน่วยงานในองค์กรจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมให้กับองค์กร หน่วยงานจัดซื้อเป็นหน่วยงานสำคัญหน่วยงานหนึ่งที่สามารถมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรได้ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้กับหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน ลดต้นทุนจากความผิดพลาด และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้ส่งมอบ (Supplier) นอกจากนี้การใช้แอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้ส่งมอบเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย จะสามารถสร้างภาพ

ลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร สร้างการสื่อสารที่ทั่วถึงและเท่าเทียมกับผู้ส่งมอบ และสร้างความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานจัดซื้อเป็นหน่วยงานที่ใช้ทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วอาจทำให้เกิดอุปสรรคหากบุคลากรในหน่วยงานขาดความรู้ ความเข้าใจ และไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งการเตรียมความพร้อมดังกล่าวยังไม่ปรากฏในรายงานวิจัยฉบับใด ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาถึงความสำคัญของการปรับตัวของบุคลากรที่อยู่ในสายงานจัดซื้อ และการเตรียมความพร้อมเมื่อองค์กรต้องเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งศึกษาเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ในประเทศไทยเท่านั้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงมิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อ ที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดีมีเข้าสู่ยุคดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในสายงานจัดซื้อในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดีมี เพื่อรองรับอุตสาหกรรมยุคดิจิทัล

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2 แสดงถึงกรอบวิจัยของการศึกษานี้ โดยมุ่งศึกษาครอบคลุม 3 มิติหลักตามตัวแบบการพัฒนาพีพีที (Prodan et al., 2015) มิติหลักทั้งสามประกอบไปด้วยมิติของการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทำงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านบุคลากร ตัวแบบพีพีทีมีความเหมาะสมในการนำมากำหนดกรอบวิจัย เพราะเป็นตัวแบบที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหน่วยงานด้านการให้บริการ ซึ่งตรงกับหน่วยงานจัดซื้อในองค์กร ซึ่งจะให้บริการหน่วยงานอื่นๆ ภายในองค์กร สำหรับการเตรียมความพร้อมจะมุ่งศึกษาความพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและด้านทัศนคติเป็นหลัก สำหรับความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศจะศึกษาเพิ่มเติมเนื่องจากได้รับการแนะนำเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนการทวนสอบแบบสอบถาม

4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

4.1 อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศไทย ในปี 2563 มีผู้ประกอบการมากกว่า 14,000 ราย มีรายได้รวมโดยประมาณ 2.5 ล้านล้านบาท (ธนาคารออมสิน, 2563) และมีอัตราการขยายตัวต่อเนื่องทุกปี ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2562 ถึง 2564 จะมีแนวโน้มในการเติบโตไม่สูงมากนัก อันเนื่องมาจากตลาดเครื่องดื่มสำคัญภายในประเทศ อันได้แก่ น้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เบียร์ และสุรา เริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว (บริษัท รีเวอร์พลัส จำกัด, 2019) และได้รับผลกระทบจากกระแสการดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและโรคระบาดโควิด-19 แต่การแข่งขันในอุตสาหกรรมกลับยังเข้มข้นและรุนแรง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรม ส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริโภคต้องการทราบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตของสินค้า เป็นต้น โดยเทคโนโลยีที่เริ่มเข้ามามีบทบาท คือ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง

และเทคโนโลยีคลาวด์ โดยสรุป อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มภายในประเทศเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สำคัญ มีการจ้างแรงงานเป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง มีตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

4.2 การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในยุคใหม่ที่สังคมและเทคโนโลยีมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานของธุรกิจ ไปจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยให้ไม่เกิดการหยุดชะงักจากดิจิทัล (บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน), 2562) เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญของยุคอุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการในองค์กร เช่น การนำอุปกรณ์ดิจิทัล จำพวกคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร การปฏิบัติงานและการทำงานร่วมกัน เป็นต้น (อัมพวรรณ หนูพระอินทร์ และธีรารัตน์ จันทร์แสง, 2563)

โดยสรุป การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับองค์กร ซึ่งจะมีผลกระทบต่อตัวแบบธุรกิจ (Business Model) และกระบวนการทำงานภายในขององค์กร

4.3 การจัดการหรือการเปลี่ยนแปลงองค์กร

การจัดการหรือการเปลี่ยนแปลงองค์กรในงานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ตัวแบบพีพีที (PPT Framework) เป็นหลัก ซึ่งครอบคลุมมิติหลัก 3 มิติ คือ มิติด้านบุคลากร (People) มิติด้านกระบวนการทำงาน (Process) และมิติด้านเทคโนโลยี (Technology) ตัวแบบพีพีทีเป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากหลักการของ Leavitt (1960) ตัวแบบพีพีทีเป็นวิธีการสร้าง

สมดุลระหว่างบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี ซึ่งโดยปกติตัวแบบพีพีทีที่จะถูกนำมาประยุกต์ใช้ เมื่อองค์กรต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงในงานวิจัยฉบับนี้ได้นำตัวแบบพีพีทีมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบวิจัย (ดูภาพที่ 2)

4.4 กระบวนการจัดซื้อ (Purchasing Process)

การจัดซื้อ คือ การบริหารจัดการแหล่งทรัพยากรภายนอกขององค์กร อันได้แก่ สินค้า งาน บริการ ความสามารถ (Capability) และความรู้ (Knowledge) ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินงานของกิจกรรมหลัก (Primary Activity) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Weele, 2005)

บทบาทและหน้าที่ที่สำคัญในงานจัดซื้อสามารถสรุปได้ดังนี้ (สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย, 2564) หน่วยงานจัดซื้อมีหน้าที่ในการจัดซื้อจัดหาสิ่งที่องค์กรและบุคลากรต้องการ ซึ่งเป็นกิจกรรมสนับสนุน เริ่มต้นตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบเข้า จนถึงการส่งมอบให้กับลูกค้า โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ คุณภาพที่ดี ปริมาณที่ถูกต้อง เวลาที่กำหนด ราคาที่เหมาะสม ส่งตรงตามสถานที่ที่ต้องการ และจากแหล่งขายที่เชื่อถือได้ งานจัดซื้อสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรได้ โดยการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ส่งมอบทันเวลา ในราคาที่แข่งขันได้ ทำให้ต้นทุนขององค์กรลดลง

โดยสรุป การจัดซื้อ คือ กิจกรรมสำคัญขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้กิจกรรมหลักขององค์กรดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การจัดซื้อที่ดีจะสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับองค์กรได้

4.5 เทคโนโลยียุคดิจิทัล

ณัฏ แก้วเจริญไพศาล และคณะ (2560) ได้สรุปรายการของเทคโนโลยี คือ 1) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) 2) เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing)

3) เทคโนโลยีระบบเครือข่ายไร้สาย 4) เทคโนโลยีและโปรแกรมบนมือถือ (m-Commerce) 5) เทคโนโลยีออนไลน์และเว็บแอปพลิเคชันสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) 6) เทคโนโลยีที่ใช้โปรแกรมประยุกต์บนเครือข่ายสังคม (Social Media) 7) เทคโนโลยีที่ใช้โปรแกรมประยุกต์แบบเช่าบริการจากผู้ให้บริการ 8) เทคโนโลยีระบบฐานข้อมูลแบบบิ๊กเดต้า (Big Data) และบล็อกเชน (Blockchain) 9) เทคโนโลยีหุ่นยนต์อัตโนมัติที่สามารถเรียนรู้การทำงานของมนุษย์และทำงานร่วมกับมนุษย์ 10) เทคโนโลยีการสร้างแบบจำลอง (Simulation) ใช้ในการทำการทดสอบก่อนการปฏิบัติงานจริง 11) เทคโนโลยีการเชื่อมโยงกระบวนการทางธุรกิจโดยเน้นการสร้างประโยชน์ให้ลูกค้า 12) เทคโนโลยีด้านระบบความปลอดภัย (Cybersecurity) สำหรับเทคโนโลยีการจัดซื้อดิจิทัล (Digital Procurement) จะให้ความสำคัญกับการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing) เป็นหลัก ตัวอย่างเทคโนโลยีการจัดซื้อดิจิทัล เช่น ฐานข้อมูลรายชื่อผู้ส่งมอบออนไลน์ ระบบสั่งซื้อออนไลน์ (Online Purchasing หรือ e-Catalog) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างออนไลน์ (e-Procurement) ระบบการประมูลออนไลน์ (e-Auction) เป็นต้น

โดยสรุป เทคโนโลยีดิจิทัล จะเกี่ยวข้องกับประยุกต์เครือข่ายไร้สาย อุปกรณ์สื่อสารไร้สาย อุปกรณ์ตรวจวัด (Sensor) ระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและขับเคลื่อนด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในภาคอุตสาหกรรม

4.6 สมรรถนะของบุคลากร

ตัวแบบของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย คือ ตัวแบบสมรรถนะ (Competency Model) ซึ่งมีประวัติของการพัฒนาอย่างยาวนาน (Chouhan & Srivastava, 2014) โดยทั่วไป ตัวแบบสมรรถนะมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skill) และด้านคุณลักษณะ (Attribute) ความรู้ คือ ข้อมูลหรือ

เนื้อหาที่มีอยู่ ทักษะ คือ ความสามารถในการปฏิบัติ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผล คุณลักษณะ คือ ลักษณะนิสัย คุณค่า (Value) ทศนคติ หรือความเชื่อของแต่ละบุคคล สมยศ พุ่มพันธุ์ม่วง และโสภา ขปิลมันน์ (2554) ได้พัฒนาตัวแบบการพัฒนาสมรรถนะของตำรวจ นครบาลในด้านการปราบปราม ซึ่งสามารถสรุป สมรรถนะที่เหมาะสมได้ทั้งหมด 8 ด้าน คือ การควบคุม ตนเอง การคิดวิเคราะห์ ความมุ่งมั่นในการให้บริการ จริยธรรมตำรวจ ความเชี่ยวชาญยุทธวิธี จิตสำนึกของ การเป็นตำรวจ ความเข้าใจผู้อื่น และการมุ่งผลสัมฤทธิ์

สำหรับในงานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาครอบคลุม เฉพาะส่วนของทักษะและทศนคติที่สำคัญเท่านั้น เมื่อหน่วยงานต้องเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ยุค ดิจิทัล โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพื่อค้นหาคำถาม ความรู้พื้นฐาน ซึ่งสามารถนำไปอ้างอิงหรือประยุกต์ใช้ใน โอกาสต่อไป

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง

5.2 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง กำหนด คุณสมบัติสำคัญ ดังนี้ 1) มีประสบการณ์การทำงาน ด้านจัดซื้ออย่างน้อย 8 ปี และ 2) มีตำแหน่งในระดับ หัวหน้างานขึ้นไป เพื่อให้สามารถบริหารจัดการงาน จัดซื้อและมีภาวะผู้นำ โดยเลือกจากบริษัทในกลุ่ม อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่ม บริษัทละ 3 คน ได้แก่ 1) บริษัท เนสท์เล่ (ประเทศ) จำกัด 2) บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาซูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด 3) บริษัท ชันโท รี เปปซี่โค เบเวอเรจ (ประเทศไทย) จำกัด 4) บริษัท เอบี ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอร์เรจส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ 5) บริษัท ไทย เอเซีย แปซิฟิค บรีวเวอรี่ จำกัด

5.3 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล (ผู้สัมภาษณ์ 1 คน ต่อ ผู้ให้ข้อมูล 1 คน) โดยมีการ วางแผนการสัมภาษณ์ล่วงหน้าไว้ก่อนเพื่อให้สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ในการวิจัย คำถามสัมภาษณ์เป็นแบบ ปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบได้อย่างอิสระ โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเหมาะสม จากผู้เชี่ยวชาญในสายงานจัดซื้อจำนวน 3 ท่าน การ ประเมินหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 สำหรับ ประเด็นคำถามมีดังต่อไปนี้

1) บริบทและเป้าหมายของธุรกิจ บทบาทและ หน้าที่ของหน่วยงานจัดซื้อ การให้ความสำคัญกับการ เปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ความหมายของดิจิทัล ทรานส์ฟอร์มเมชัน มิติของการเปลี่ยนแปลงใน หน่วยงานจัดซื้อจากเทคโนโลยีใหม่ เทคโนโลยี แพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชันมือถือ ที่ช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในงานจัดซื้อ การทำงานแบบทางไกล และข้อจำกัดของเทคโนโลยี

2) ทักษะและทศนคติ ที่จำเป็นเพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลงในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญหา อุปสรรค และการสนับสนุนขององค์กร

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ แบบเชิงลึก จึงสรุปแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดังนี้

1. การวางแผนการสัมภาษณ์ โดยการกำหนด วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูล การสรรหาผู้ให้ข้อมูล การ กำหนดคำถาม และแนวทางในการสัมภาษณ์ รวมถึง การเตรียมพร้อมในการเข้าสัมภาษณ์

2. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในสายงานจัดซื้อที่มี คุณสมบัติตรงตามที่กำหนด และให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนแรกแนะนำผู้ให้ข้อมูลคนถัดไป

3. การนัดหมายผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยส่งหนังสือ

แนะนำตัวเองเป็นเอกสารชี้แจงอาสาสมัคร โดยระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของงานวิจัย พร้อมทั้งแจ้งเหตุผลหลักในการเลือกผู้ให้ข้อมูล

4. การเข้าสัมภาษณ์ ผู้วิจัยติดต่อไปยังผู้ให้ข้อมูล และชี้แจงวิธีการให้สัมภาษณ์แก่ผู้ให้ข้อมูล โดยจะแทนตัวผู้ให้ข้อมูลและองค์กรของผู้ให้ข้อมูลเป็นรหัส เพื่อไม่ให้สามารถสืบกลับข้อมูลได้ และผู้วิจัยจะขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียงสนทนา หากไม่อนุญาตจะงดการบันทึกเสียงสนทนา เวลาในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งประมาณ 30 - 60 นาที จนกว่าผู้วิจัยจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกประเด็นที่ศึกษา และจะหยุดสัมภาษณ์เมื่อข้อมูลที่ได้เกิดความอิ่มตัว (Saturation of Data) ผู้ถูกให้ข้อมูลมีอิสระในการกล่าวถึงประเด็นต่างๆ โดยไม่ได้รับการโน้มน้าวใดๆ จากผู้วิจัยเพื่อให้เกิดความลำเอียง

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย โดยเริ่มจากการจัดเก็บข้อมูล (Data Collection) การลดทอนปริมาณข้อมูล (Data Reduction) การแสดงข้อมูลที่เข้าใจง่าย (Data Display) การทวนสอบข้อมูลและการสรุปผล (Conclusion) สำหรับการลดทอนปริมาณข้อมูลเริ่มจากการเรียบเรียงบทสัมภาษณ์ การจัดหมวดหมู่ การสรุปประเด็น การกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) การกำหนดแก่นของเรื่อง (Theme) การจัดกลุ่มข้อมูล (Clustering) และการสังเคราะห์ความคิดรวบยอด

สำหรับการทวนสอบข้อมูล ในงานวิจัยนี้ใช้การทวนสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผลสัมภาษณ์ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลที่หลากหลาย มีประสบการณ์และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ทำงาน ณ สถานที่ทำงานที่แตกต่างกัน และให้ข้อมูลในเวลาที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจะทวนสอบและสรุปประเด็นร่วมกับผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงตรงกัน และมีความเห็นไปในแนวทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังได้ทวนสอบความสอดคล้องกับบทความ ทฤษฎี หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้เพื่อตอบคำถามและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

6. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive Analysis) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อของงานวิจัย แสดงได้ดังตารางที่ 1 และ 2 ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการจัดกลุ่มในส่วนของมิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มเข้าสู่ยุคดิจิทัล จากตารางจะสังเกตได้ว่าจุดประสงค์พื้นฐานในการปฏิบัติงานของหน่วยงานจัดซื้อที่อาจได้รับการสร้างเสริมจากเทคโนโลยีดิจิทัลประกอบไปด้วย การจัดซื้อจัดหาให้ตรงกับความต้องการด้วยสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ราคาต่ำ และส่งมอบตามเวลาที่กำหนด นอกจากนี้หน่วยงานจัดซื้อยังมีบทบาทในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ช่วยองค์กรลดต้นทุน หาโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้กับองค์กร ติดตามข่าวสารที่ทันสมัย และช่วยวิเคราะห์สภาวะของตลาดเพื่อวางแผนการสั่งซื้อให้เหมาะสม ทั้งนี้พันธกิจหลักทั้งหมดของหน่วยงานจัดซื้อคือการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มความรวดเร็ว และลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน สำหรับมิติของการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์การจัดซื้อ การทำธุรกรรมจัดซื้อจัดหาออนไลน์ การประมูลออนไลน์ การทำสัญญาออนไลน์ การประชุมออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการบริหารผู้ส่งมอบแบบออนไลน์ สำหรับเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะเข้ามามีบทบาท คือ เว็บแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันมือถือ โปรแกรมสื่อสารออนไลน์สมัยใหม่ วีดิทัศน์ เทคโนโลยีคลาวด์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และเทคโนโลยีการติดตามสถานะ (Tracking)

ตารางที่ 2 สรุปมิติของการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากร ซึ่งเชื่อมโยงกับการเตรียมความพร้อมของ

บุคลากรในสายงานจัดซื้อ จากตารางจะสังเกตได้ว่าสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากรและที่เป็นมาของการเตรียมความพร้อม ล้วนเกิดจากข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากรในสายงานทักษะที่ควรมีการเตรียมความพร้อม ประกอบด้วยทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) โดยเฉพาะตามรายการเทคโนโลยีดิจิทัลที่ปรากฏในตารางที่ 1 ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และเชิงตรรกะ ทักษะการแก้ปัญหาหน้างานและการตัดสินใจ และทักษะ

ด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีนกลาง สำหรับทัศนคติที่คาดหวัง คือ ทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้สิ่งใหม่ การปรับตัว การยอมรับสิ่งใหม่ การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการทำงานเป็นทีม สำหรับประเด็นที่องค์กรควรให้การสนับสนุน คือ การสื่อสารและการอบรมในเรื่องของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทั่วทั้งองค์กร การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้สิ่งใหม่ในองค์กร และการสนับสนุนอุปกรณ์ใหม่ๆ ในการทำงาน

ตารางที่ 1 มิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อ

จุดประสงค์พื้นฐานในการทำงานของหน่วยงานจัดซื้อที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามาช่วยเสริมสร้างเสริม

ประเด็นเนื้อความสำคัญ	ความถี่ที่กล่าวถึง
จัดซื้อจัดหาให้ตรงกับความต้องการ	15
จัดซื้อจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ	15
จัดซื้อจัดหาที่ราคาต่ำ	15
ส่งมอบตามเวลาที่กำหนด	15
เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร	13
ช่วยองค์กรลดต้นทุน	15
หาโอกาสในการเพิ่มยอดขาย	12
ติดตามข่าวสารสินค้าหรือบริการที่จำเป็นต่อองค์กร	10
วิเคราะห์ข้อมูลสถานะของตลาดเพื่อวางแผนในการสั่งซื้อ	15
การเพิ่มประสิทธิภาพงาน	15
การเพิ่มความรวดเร็วในงาน	15
การลดความผิดพลาดของงาน	15

มิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อ (เพื่อสร้างเสริมจุดประสงค์พื้นฐานของหน่วยงาน)

ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง	ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง
กระบวนการทำงาน		เทคโนโลยีดิจิทัล	
การกำหนดกลยุทธ์การจัดซื้อ	13	เว็บแอปพลิเคชัน	10
การจัดซื้อจัดหาออนไลน์	15	แอปพลิเคชันมือถือ	13
การประมูลออนไลน์	12	การสื่อสารออนไลน์สมัยใหม่	15
การทำสัญญาออนไลน์	10	ทีวีดิจิทัล	10

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตารางที่ 1 มิติของการเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานจัดซื้อ (ต่อ)

ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง	ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง
กระบวนการทำงาน		เทคโนโลยีดิจิทัล	
การประชุมออนไลน์	15	ระบบฐานข้อมูลคลาวด์	15
การวิเคราะห์ข้อมูลเรียลไทม์	15	คลาวด์คอมพิวติ้ง	12
การบริหารผู้ส่งมอบออนไลน์	12	อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง	10
		เทคโนโลยีการติดตามสถานะ	10

7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ สามารถสรุปข้อค้นพบและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

7.1 บทบาทสำคัญของสายงานจัดซื้อ

1. หน่วยงานจัดซื้อภายในองค์กรเป็นหน่วยงานสนับสนุนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก มีหน้าที่หลัก

คือ การจัดซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วน (Part) พัสดุสิ้นเปลือง อะไหล่ เครื่องใช้สำนักงาน และซื้อบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานในแต่ละแผนก โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การจัดซื้อจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ทันต่อเวลาใช้งาน และในราคาที่ดีที่สุด

ตารางที่ 2 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในสายงานจัดซื้อ

ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง	ประเด็น	ความถี่ที่กล่าวถึง
สาเหตุสำคัญของการเตรียมความพร้อมของบุคลากร			
ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีจากคน	15		
ทักษะที่ควรเตรียมพร้อม		ทัศนคติที่สำคัญ	
เทคโนโลยีดิจิทัลตามตารางที่ 1	15	ทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง	15
การคิดเชิงสร้างสรรค์	13	การเรียนรู้สิ่งใหม่ การปรับตัว	15
การคิดเชิงตรรกะ	13	การเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่	15
การแก้ปัญหาหน้างาน	15	การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ทีมงาน	13
การตัดสินใจ (ประสบการณ์)	13		
ภาษาต่างประเทศ	15		
การสนับสนุนจากองค์กร			
องค์กรสนับสนุนการสื่อสาร	13	การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้	12
องค์กรสนับสนุนการอบรม	15	องค์กรสนับสนุนอุปกรณ์ใหม่	15

2. นอกจากหน้าที่หลักข้างต้น หน่วยงานจัดซื้อยังมีบทบาทสำคัญ คือ ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ด้วยการจัดซื้อจัดหาด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อเป็นการช่วยองค์กรในการลดต้นทุน โดยเฉพาะต้นทุนด้านวัตถุดิบหลักขององค์กร หน่วยงานจัดซื้อจำเป็นต้องติดตามข่าวสารสินค้าและบริการต่างๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลสถานะตลาด เพื่อให้เกิดการวางแผนการสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ในบางองค์กรหน่วยงานจัดซื้อต้องหาโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้กับองค์กรด้วย

ข้อสรุปทั้งสองข้อสอดคล้องกับหลักการของสมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย (2564) อาจเนื่องมาจากสายงานจัดซื้อเป็นสายงานอาชีพที่มีมาอย่างยาวนาน บทบาทและหน้าที่หลักๆ ของบุคลากรในสายวิชาชีพนี้ค่อนข้างจะเป็นบทสรุปที่ลงตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

7.2 ประเด็นมิติของการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทำงานและด้านเทคโนโลยี

1. มิติของการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงานจัดซื้อเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้านกระบวนการทำงาน มีเป้าหมายหลัก คือ การมีกระบวนการทำงานแบบใหม่ โดยเลือกใช้เทคโนโลยีใหม่ที่สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการทำงานและลดความผิดพลาด อาทิ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลที่สำคัญบนคลาวด์ เช่น ประวัติราคาซื้อและยอดซื้อของผู้ส่งมอบแต่ละราย เป็นต้น การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์เพื่อการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วและแม่นยำ การบริหารจัดการผู้ส่งมอบแบบออนไลน์เพื่อการเรียกวัตถุดิบเข้าได้อย่างเหมาะสมและมีการติดตามสถานะการส่งมอบได้อย่างถูกต้อง จากบทสัมภาษณ์กระบวนการจัดซื้อที่จะได้รับอิทธิพลมาจากเทคโนโลยีใหม่ มี 7 รายการ คือ ก) การกำหนดกลยุทธ์การจัดซื้อขององค์กร ข) การจัดซื้อจัดหาออนไลน์ ค) การ

ประมูลออนไลน์ ง) การจัดทำสัญญาออนไลน์ จ) การประชุมออนไลน์ ฉ) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และ ช) การบริหารผู้ส่งมอบออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตาม กระบวนการจัดซื้อจัดหาออนไลน์หรือการประมูลสินค้าออนไลน์ยังมีความไม่เหมาะสมสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีความซับซ้อน เงื่อนไขเฉพาะ และมีระยะเวลาจัดซื้อจำกัด เนื่องจากมีโอกาสผิดพลาดสูง ซึ่งยังคงต้องใช้การทำงานในรูปแบบของการสื่อสารแบบพบหน้าเป็นหลัก เช่น การประมูลงานจัดจ้างผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทั่วประเทศ การจัดจ้างตัวแทนหรือนายแบบของหน่วยงานการตลาด เป็นต้น

2. มิติของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี คือ จะมุ่งเลือกใช้เทคโนโลยีแบบใหม่ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการทำงาน ทั้งนี้เทคโนโลยีดิจิทัลที่จะเข้ามามีอิทธิพลในอนาคตอันใกล้ คือ เว็บแอปพลิเคชันและแอปพลิเคชันมือถือสำหรับงานจัดซื้อ เทคโนโลยีสำหรับการสื่อสารออนไลน์สมัยใหม่ การประชุมออนไลน์ ทวีติจอัล ระบบฐานข้อมูลคลาวด์ การประมวลผลข้อมูลออนไลน์แบบคลาวด์ คอมพิวเตอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และเทคโนโลยีการติดตามสถานะ

ทั้งนี้ข้อสรุปทั้งสองข้อข้างต้นสอดคล้องกับรายงานของ Infor (2017) เพราะภาคอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มเริ่มได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ที่เกิดขึ้นและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริโภคต้องการสอบกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นเครื่องดื่ม ณ จุดซื้อ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่จะขึ้นอยู่กับนโยบาย แผนการพัฒนางานองค์กร และงบประมาณของแต่ละบริษัท เป็นหลัก

7.3 ประเด็นมิติของการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากรเชื่อมโยงการเตรียมความพร้อม

สาเหตุสำคัญของการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในสายงานจัดซื้อ คือ ข้อจำกัดสำหรับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร ซึ่งเชื่อมโยงกับความรู้

ความเข้าใจ และความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก อาทิ ความไม่รู้และไม่เข้าใจในเทคโนโลยีใหม่ ทั้งในส่วนของพนักงานในองค์กรเองหรือผู้ส่งมอบภายนอกที่ต้องใช้งานเทคโนโลยีร่วมกัน จากการสัมภาษณ์พบว่า การเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรสายงานจัดซื้อสามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านทักษะและด้านทัศนคติของพนักงาน

1. ด้านทักษะของพนักงาน ทักษะที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล คือ ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน อาทิ การใช้โปรแกรมไมโครซอฟต์ทีมและอุปกรณ์คู่ควบเพื่อการประชุมทางไกล โปรแกรมวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP) การประมูลออนไลน์ การจัดซื้อออนไลน์ การทำสัญญาออนไลน์ (e-Contract) เพาเวอร์บีไอ (Power BI) อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ตลาดออนไลน์ (e-Marketplace) การจองที่พักออนไลน์ การค้นคว้าข้อมูล (Search Engine) และ การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์พื้นฐาน เช่น ไมโครซอฟต์เอ็กเซล (Microsoft Excel) ไมโครซอฟต์เพาเวอร์พอยต์ (Microsoft Powerpoint) ไมโครซอฟต์เอาต์ลุค (Microsoft Outlook) เป็นต้น

นอกจากนี้ บุคลากรในสายงานจัดซื้อควรมีทักษะการคิดวิเคราะห์ด้วยหลักเหตุและผล ทักษะในการพลิกแพลงเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน ทักษะการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์ที่สามารถประยุกต์ใช้งานได้จริง ทักษะในการสื่อสารและทักษะด้านภาษาต่างประเทศ บุคลากรจัดซื้อต้องมีการสะสมประสบการณ์ในงานจัดซื้อ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในกรณีที่มีอาจใช้ประโยชน์จากข้อมูลในอดีตได้ เช่น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ส่งมอบ การกำหนดจุดตั้งรับหรือจุดถอยที่เหมาะสมในการเจรจาต่อรองที่มีความซับซ้อนนอกเหนือจากการต่อรองทางการเงิน

2. ทัศนคติที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง จากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ว่าบุคลากรสายงาน

จัดซื้อ ควรมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล พร้อมเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและตระหนักรู้ตลอดเวลา พร้อมเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ มีแรงขับเคลื่อนภายในเพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการทำงาน อยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และทำงานเป็นทีมเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

ทั้งนี้ ทักษะและทัศนคติข้างต้นเป็นไปในแนวทางเดียวกับรายงานวิจัยของ พิเชิต ขจรเดชะ (2562) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับทักษะแห่งอนาคตที่จำเป็นสำหรับบุคลากรทางการพิมพ์และบรรณารักษ์ สืบเนื่องจากเกี่ยวข้องกับการก้าวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมดิจิทัลที่ส่งผลให้เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ จะมีส่วนประกอบของดิจิทัลมากขึ้น

นอกจากข้อค้นพบข้างต้นแล้ว ในงานวิจัยนี้ยังพบว่า องค์กรต้นสังกัดจำเป็นต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลราบรื่น การสนับสนุนที่สำคัญมีทั้งหมด 5 ด้าน คือ การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บุคลากรรับทราบนโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน การวางแผนการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่อย่างเหมาะสม องค์กรต้องจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ให้เหมาะสม มีการลงทุนด้านเครื่องมือและการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และสิ่งสำคัญลำดับสุดท้าย คือ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. องค์กรควรจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ดิจิทัลที่จำเป็น และมุ่งพัฒนาทักษะดิจิทัล (Digital Literacy) ให้กับบุคลากรในสายงานจัดซื้อ อาทิ การใช้ระบบฐานข้อมูลคลาวด์ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การประชุมทางไกลผ่านโปรแกรมสมัยใหม่ ไมโครซอฟต์ทีม เป็นต้น

2. องค์กรควรวางแผนการพัฒนาทักษะด้านอื่นๆ ให้กับบุคลากรด้วย เช่น การคิดวิเคราะห์เชิงตรรกะ การคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และเจรจาต่อรอง และการใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีนกลาง

3. นอกจากในส่วนของการพัฒนาทักษะที่จำเป็น องค์กรที่จะเน้นพัฒนาและปลูกฝังทัศนคติที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้วย องค์กรควรจัดทำหลักสูตรการอบรมบุคลากรด้านการคิดเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลง การเปิดใจยอมรับและการเรียนรู้สิ่งใหม่ (Life Long Learning) การทำงานเป็นทีม เป็นต้น

4. องค์กรควรมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้สิ่งใหม่ในองค์กร การสื่อสารแบบทั่วถึงทั่วทั้งองค์กร เป็นต้น

5. ถึงแม้ว่าการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะหน่วยงานจัดซื้อในองค์กรขนาดใหญ่ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มน้ำ องค์กรขนาดกลางและเล็กในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงก็สามารถ

นำบทสรุปผลการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในอนาคตควรศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มในประเทศไทย ซึ่งจะมีบริบทในการทำงานที่ต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นตัวแทนของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรม

2. เปรียบเทียบความสอดคล้องและความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มขนาดใหญ่กับขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3. ศึกษาเชิงลึกในด้านเทคนิค ในการออกแบบแอปพลิเคชันออนไลน์ เพื่อช่วยพัฒนาการทำงานของหน่วยงานจัดซื้อ เช่น แอปพลิเคชันมือถือในการประสานงานกับผู้ส่งมอบ เป็นต้น

4. ศึกษาการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ ในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ (New S-curve) เพื่อรองรับต่อการพัฒนาประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2564). สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ (เปิดดำเนินการ) ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 จำแนกตามหมวดอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2563. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2564, จาก: <https://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=spss64>.
- ถนัด แก้วเจริญไพศาล, บุญอนันต์ พิณภัทรชัย และสมศักดิ์ ดำริชชอบ. (2560). ความจำเป็นการพัฒนานักบริหารดิจิทัลเพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0. กรุงเทพฯ. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติในวาระครบรอบ 62 ปี คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, วันที่ 5 มิถุนายน 2560 ณ อาคารนวมินทรราช สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 145-168.
- ธนาคารออมสิน. (2563). อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2564, จาก: https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2021/01/IN_food_12_63.pdf.
- บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน). (2562). Digital Transformation คืออะไร สำคัญอย่างไรกับธุรกิจและองค์กร. ค้นเมื่อ 17 มกราคม 2564, จาก: <https://www.tot.co.th>.

- บริษัท ริเวอร์พลัส จำกัด. (2562). *แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทย ปี 2019 - 2021*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2564, จาก <https://riverplus.com/beverage-industry-2019-2021>.
- พิชิต ขจรเดชะ. (2562). Future Skills: ทักษะแห่งอนาคตที่จำเป็นสำหรับบุคลากรทางการพิมพ์และบรรณารักษ์. *วารสารการพิมพ์ไทย*, 118, 2-3.
- วรรณ วยพิศาลภพ. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม*. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2564, จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Beverage/IO/io-beverage-20-th>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ปี '64 คาดแตะ 2 แสนล้านบาท เครื่องดื่มสุขภาพและตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มเติบโตดีกว่าตลาด*. ค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2564, จาก: <https://kasikornresearch.com>.
- สมยศ พุ่มพันธุ์ม่วง และโสภา ขปิลมันน์. (2554). ตัวแบบการพัฒนาศมรรถนะด้านการปราบปรามของตำรวจนครบาล. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 7(2), 89-97.
- สมาคมบริหารงานจัดซื้อและซัพพลายเชนแห่งประเทศไทย. (2564). *บทบาทและหน้าที่ในงานจัดซื้อ*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก: <http://pscmt.or.th>.
- อัมพวรรณ หนูพระอินทร์ และธีรารัตน์ จันทร์แสง. (2563). โลจิสติกส์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ยุค 4.0. *WMS Journal of Management*, 9(1), 118-129.
- Chouhan, V.S., & Srivastava, S. (2014). Understanding Competencies and Competency Modeling – A Literature Survey. *Journal of Business and Management*, 16(1), 14-22.
- Haseeb, M., Hussain, H.I., Slusarczyk, B., & Jermisittiparsert, K. (2019). Industry 4.0: A Solution toward Technology Challenges of Sustainable Business Performance. *Social Sciences*, 8(5), 154. <https://doi.org/10.3390/socsci8050154>.
- Infor. (2017). *How Process Manufacturers can Prepare for the Factory of the Future*. Retrieved July 18, 2021, From: <https://www.comactivity.com.au>.
- Leavitt, H. (1962). *Applied organizational change in industry*. Pittsburgh: Carnegie Institute of Technology, Graduate School of Industrial Administration.
- Prodan, M., Prodan, A., & Purcarea, A. A. (2015). *Three new dimensions to people, process, technology improvement model*. In A. Rocha, A. M. Correia, S. Costanzo, & L. P. Reis (Eds.), *New contributions in information systems and technologies advances in intelligent systems and computing*, 353(481-490). London: Springer Link Publishing. doi:10.1007/978-3-319-16486-1_47.
- Vaidya, S., Ambad, P., & Bhosle, S. (2018). Industry 4.0 - A Glimpse. *Procedia Manufacturing*, 20, 233-238. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.02.034>
- Weele, A.J.V. (2005). *Purchasing & Supply Chain Management: Analysis, Strategy, Planning and Practice*. 4th ed. London: Thomson.