

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ในตำบลบ้านหว่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF MOBILE SUPERMARKET ENTREPRENEURS IN BAN WA SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

วาสนา พ่วงพรพิทักษ์¹ วนิตา บุญโฉม² วัชรระ เชียงกุล³ และ ปิยะนุช ตั้งกิตติพล⁴
Wasana Phuangpornpitak¹ Wanita Boonchom² Watchara Chiengkul³ and Piyanuch Tangkittipon⁴

Received 17 September 2023

Revised 1 April 2024

Accepted 21 May 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางในการจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการชุมชนใน
ห้วงโซ่อุปทานรถพุ่มพวงในตำบลบ้านหว่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการรถพุ่ม
พวงแบ่ง เป็นรถจักรยานยนต์ รถจักรยานยนต์พ่วง รถยนต์ จะขายสินค้าประเภทเดียวกัน รูปแบบการขนส่งและ
การกระจายสินค้าเหมือนกัน ผลการวิเคราะห์ SCOR Model ระดับที่ 2 ทั้ง 5 กิจกรรม พบว่า 1) การวางแผน
ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงยังไม่สามารถวางแผนการจัดการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ 2) การจัดซื้อจัดหา
ไม่มีการจัดบันทึกรายการที่สั่งซื้อสินค้า 3) การผลิต ไม่มีการตรวจเช็คคุณภาพของสินค้าก่อนนำออกจำหน่าย
4) การส่งมอบ มีการวิ่งทับเส้นทางในการจำหน่ายสินค้า และ 5) การส่งคืน ไม่มีการรับสินค้าคืน ส่วน
ระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า
2) กิจกรรมการจัดซื้อ 3) กิจกรรมการบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บสินค้า 4) กิจกรรมการส่งมอบสินค้า
5) กิจกรรมการส่งคืนสินค้า พบว่าปัญหาหลักคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผน จัดหาสินค้าเกิน
ความต้องการของลูกค้าทำให้มีสินค้าคงเหลือในแต่ละวัน อีกทั้งการวิ่งรถทับซ้อนเส้นทางในการจำหน่ายสินค้า
ทำให้เกิดการแย่งชิงลูกค้า ทั้งนี้ ในการนำรูปแบบคลัสเตอร์จัดกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวง ไม่ให้เกิด
การวิ่งรถทับซ้อนกัน ได้ทั้งหมด 5 คลัสเตอร์ ทำให้สามารถลดระยะทางรวมต่อวันในการใช้รถของ
ผู้ประกอบการรถพุ่มพวง จากเดิม 276.1 กม. เหลือ 245.5 กม. หรือ ลดลงเท่ากับ 30.6 กม. ทั้งยังช่วยลดข้อ
พิพาทระหว่างผู้ประกอบการและลดปริมาณสินค้าคงเหลือด้วย

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการห้วงโซ่อุปทาน แบบจำลองโซ่อุปทาน รถพุ่มพวง

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan,
Khon Kaen Campus

⁴ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Faculty of Engineering, Rajamangala University of Technology Isan, Khon Kaen Campus
Corresponding author email: piyanuch.ch@rmuti.ac.th

Abstract

This research aims to propose a logistics management approach for mobile supermarket entrepreneurs in Ban Wa Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen Province. The study found that the type of vehicles used by mobile supermarket entrepreneurs were motorcycles, sidecar motorcycles, and pickup trucks to sell the same type of products and have the same form of transportation and distribution. The analysis of the SCOR Model Level 2 across all five activities revealed that: 1) In planning, mobile supermarket entrepreneurs were unable to systematically manage operations. 2) In procurement, there was no record-keeping for ordered products. 3) In production, there was no quality check before the products were released for sale. 4) In delivery, there were overlapping routes for product distribution. 5) In returns, there is no acceptance of returned products. The logistics system of mobile supermarket entrepreneurs consists of activities such as 1) customer demand forecasting, 2) procurement, 3) inventory management and product storage, 4) product delivery, and 5) product returns. One of the primary concerns identified was a lack of planning among entrepreneurs, which led to excessive procurement in accordance with customer demand, resulting in a surplus of daily unsold inventory. Moreover, the overlapping of delivery routes created a competitive environment for acquiring customers. Consequently, by clustering mobile supermarket entrepreneurs to prevent overlapping, all five clusters cut the total daily distance used from 276.1 kilometers to 245.5 kilometers, a 30.6 kilometers reduction. Furthermore, it aids in the mitigation of conflicts among entrepreneurs and facilitates inventory reduction.

Keywords: Logistics Management, Supply Chain Management, SCOR Model, Mobile Supermarket

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา ผลพวงจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่นานาประเทศได้กำหนดขึ้นเพื่อตั้งรับกับสถานการณ์ส่งผลให้เกิดช่วงเวลาที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัวอย่างรุนแรง เกิดวิกฤติภาคธุรกิจทั่วโลก รวมไปถึงประเทศไทย องค์กรที่เกี่ยวข้องกับระบบจัดส่งสินค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างเช่นองค์กรธุรกิจโลจิสติกส์ จึงต้องเผชิญภาวะผันผวนคาดเดาได้ยากของวิกฤติดังกล่าว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนล้วนแต่ต้องปรับตัวทุกวิถีทางเพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผลกระทบในหลากหลายด้านของสถานการณ์การแพร่ระบาดทั้งในเชิงลบและเชิงบวก ก่อให้เกิดทั้งวิกฤติและโอกาสกับธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด ภาคเอกชนต้องปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยง พยายามบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยและปรับกลยุทธ์ทางเทคโนโลยี บางองค์กรหันมาขับเคลื่อนระบบบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคบนความปกติใหม่ ภาครัฐต้องช่วยแก้ไขปัญหาและลดความเสี่ยง ช่วยอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการขนส่งภายใต้ข้อจำกัดของมาตรการระหว่างประเทศที่ถูกปรับเปลี่ยนอยู่เสมอตามแต่สถานการณ์ พร้อมทั้งยังช่วยสนับสนุนการขนส่งสินค้าขั้นสุดท้าย (Last-mile Delivery) ซึ่งการจัดส่งถึงมือผู้บริโภคในลักษณะนี้ก็ขยายตัวขึ้นตามการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยเช่นกัน (กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์, 2563, น. 2) ในขณะที่

ผู้ประกอบการภาคธุรกิจพยายามปรับตัวในหลายด้านภายใต้ภาวะวิกฤติดังกล่าว ผู้บริโภคเองก็มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างสอดคล้องกัน จากเดิมที่สามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างสะดวกจากตลาดหรือห้างสรรพสินค้าก็เปลี่ยนมาจับจ่ายใช้สอยผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคต้องรักษาระยะห่างทางสังคม กิจกรรมในชีวิตประจำวันที่คุ้นเคย เช่น การจ่ายตลาด การซื้อของจำเป็นในการใช้ชีวิต หรือแม้แต่การรับประทานอาหารในร้าน กลายเป็นเรื่องที่ทำได้อย่างยากลำบาก แม้ว่าทางร้านอาหารหลายแห่งจะมีบริการจัดส่งแต่ด้วยระยะทางและข้อจำกัดของอาหารบางประเภทอาจทำให้เกิดการเสียชีวิต เมื่อต้องการรับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ การปรุงอาหารด้วยตนเองภายในเคหสถานจึงกลายเป็นทางเลือกยอดนิยม การหาช่องทางในการซื้อหาวัตถุดิบตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันจึงเป็นสิ่งจำเป็น รถพุ่มพวงหรือตลาดสดเคลื่อนที่ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ช่วยให้สินค้าอุปโภคบริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยผู้ที่ต้องการสินค้านั้นไม่จำเป็นต้องเดินทางออกจากที่พักอาศัย โดยรถพุ่มพวงในชุมชนนั้น ๆ สามารถหาหน้าที่ในการจัดส่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารไปถึงหน้าบ้านของผู้ที่ต้องการซื้อได้อย่างสะดวก (ยุวดี ศิริ, 2558, น. 3) จุดเด่นของรถพุ่มพวงคือเป็นรถที่ขายสินค้าในระดับราคาที่ไม่แพงมากนัก รถเหล่านี้มักจะเดินทางเข้าไปตามแหล่งชุมชน หมู่บ้าน หรือเข้าถึงหน้าบ้านของผู้บริโภคตั้งแต่ช่วงเช้าตรู่ของแต่ละวัน หรืออาจมีช่วงเวลาในการขายสินค้านานไปถึงมือเย็นเลยก็มี โดยสินค้าหลักจะเป็นวัตถุดิบที่ผู้ซื้อนำไปประกอบอาหาร (สุธิตา กุลนนท์ และ สวรรยา ธรรมอภิพล, 2564, น. 223-232) อย่างไรก็ตาม รถพุ่มพวงส่วนใหญ่จะเข้าถึงผู้บริโภครายเดิมเป็นหลัก การที่ผู้บริโภครายใหม่ ๆ จะสามารถเข้าถึงสินค้าจากรถพุ่มพวงได้โดยตรงยังคงเป็นเรื่องยาก ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงยังไม่สามารถรู้ความต้องการของผู้ซื้อล่วงหน้า หากต้องการจัดการคลังสินค้าและจัดซื้อสินค้าจากตลาดได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อได้ดีขึ้นควรได้รับข้อมูลดังกล่าวอย่างเพียงพอ และหากผู้บริโภคตามจุดต่าง ๆ สามารถเข้าถึงบริการและติดต่อกับผู้ประกอบการรถพุ่มพวงได้ก็จะลดความกังวลด้านการเข้าถึงอาหารสด ช่วยให้ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังตลาดหรือห้างสรรพสินค้า แน่ใจว่าเมื่อผู้ประกอบการรถพุ่มพวงบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็จะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไร

จังหวัดขอนแก่นเป็นพื้นที่ ที่มีบริการรถพุ่มพวงกระจายตัวในหลายพื้นที่ จากสถานการณ์โควิดทำให้แรงงานอพยพกลับถิ่นฐานจำนวนมาก และเลือกประกอบอาชีพรถพุ่มพวงมากขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่ตลาดเทศบาลบ้านหว้า จากการสอบถามพ่อค้าแม่ค้า พบว่ามีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเท่าตัว เกิดการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่ ทั้งทางด้านการจัดซื้อจัดหา และการวิ่งทับซ้อนเส้นทางเกิดขึ้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการชุมชนในห่วงโซ่อุปทานรถพุ่มพวงในตำบลบ้านหว้า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการรับวัตถุดิบ คัดแยก ขนส่งและกระจายสินค้าไปจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการที่บริหารจัดการระบบโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน สู่นโยบายมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาแนวทางในการจัดการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงในตำบลบ้านหว้า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management)

Council of Supply Chain Management Professionals: CSCMP (2013, p.117) ได้ให้นิยามของการจัดการโลจิสติกส์เอาไว้ดังนี้ การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่วางแผน นำไปใช้ พร้อมกับควบคุมการเคลื่อนย้ายทั้งไปและกลับอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงถึงจัดเก็บสินค้า บริการ จัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปถึงจุดที่มีการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่ (ประจวบ กลุ่มจิตร, 2556, น.13) ซึ่งกิจกรรมหลักของการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 15 กิจกรรม ได้แก่ 1) การบริการลูกค้า 2) การจัดการคำสั่งซื้อ 3) การคาดการณ์ความต้องการ 4) การจัดซื้อ 5) การบริหารจัดการคลังสินค้า 6) การขนส่ง 7) การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ 8) การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ 9) การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ 10) การเลือกที่ตั้ง 11) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า 12) คลังสินค้า 13) การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ 14) การสื่อสาร และ 15) การกำจัดของเสีย (ภูเด่น แก้วภิบาล และเอกกฤษ ภูมิภู, 2562, น.93-101) โดยการจัดการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อาทิ เช่น สามารถลดต้นทุนและสร้างกำไรทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นพื้นฐานการเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป (กฤษณ์ชาคริตส ฒ วัฒนประเสริฐ, 2562, น. 14-16)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

Council of Supply Chain Management Professionals: CSCMP (2013, p.187) ได้ให้คำนิยามว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานรวมการวางแผนและการจัดการทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการจัดหาและจัดซื้อ การแปรสภาพและทุกกิจกรรมในการจัดการโลจิสติกส์ และผสมความร่วมมือกับพันธมิตร จัดการอุปสงค์และอุปทานภายในและระหว่างกิจการเพื่อเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานสูง ซึ่งรวมทุกกิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยลดต้นทุนการดำเนินการในด้านต้นทุนสินค้าคงคลังและด้านการผลิต ช่วยให้บริการลูกค้ามีคุณภาพสูงขึ้น และเพิ่มความแข็งแกร่ง ฐานะทางการเงิน ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (กฤตพา แสนชัยธร, 2564, น.9-11)

แบบจำลองอ้างอิงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Operation Reference: SCOR)

สภาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Council: SCC) ได้นำเสนอแบบจำลองอ้างอิงห่วงโซ่อุปทานไว้เมื่อปี ค.ศ. 1996 เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างกระบวนการให้สอดคล้องกับหน้าที่หลักและเป้าหมายของธุรกิจห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการตามแบบจำลอง SCOR version 12.0 (APICS, 2017, p.1-23) ประกอบด้วย 5 กระบวนการหลัก ได้แก่ 1) การวางแผน (Plan) กำหนดความต้องการและดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน 2) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) จัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบหรือบริการขององค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ 3) การผลิต (Make) เป็นกระบวนการเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพของวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการ 4) การจัดส่งและส่งมอบ (Delivery) เป็นกระบวนการจัดส่งสินค้าหรือบริการ 5) การส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) แบบจำลองอ้างอิงห่วงโซ่อุปทานเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน โดยมีนักวิจัยหลายท่านนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาห่วงโซ่อุปทานอย่างหลากหลาย อาทิเช่น พรวิฑูรย์ เปล่งปลั่ง และอลงกรณ์ คูตระกูล (2563, น.1-28) ศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานในกิจการเพื่อสังคม: กรณีศึกษา กิจการเพื่อสังคมกาแฟแพเลพาทอ และพบว่า 1) กิจการเพื่อสังคมกาแฟแพเลพาทอ ห่วงโซ่อุปทานที่ประกอบไปด้วย กระบวนการจัดหาหลักลำดับขั้นที่ 4 ถึงลำดับขั้นที่ 1 ผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมเป็นผู้ดำเนินการโดยตรง (Directly) และกระบวนการหลักห่วงโซ่อุปทานยังไม่มีประสิทธิภาพในการไหลของผลิตภัณฑ์ 2) กิจการเพื่อสังคมกาแฟแพเลพาทอถือว่าอยู่ในระดับการเติบโต ระดับที่ 3 ซึ่งเป็นระดับที่ทุกกิจกรรมมีการติดต่อประสานงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 3) ในช่วงต้นของห่วงโซ่อุปทาน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างชัดเจน แต่ระดับการมีส่วนร่วมนั้นลดน้อยลงในกระบวนการต่อ ๆ ไป และยังมีงานวิจัยที่มีการประยุกต์ใช้แบบจำลอง SCOR Model เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกทุเรียนส่งออกในประเทศไทยเพื่อพัฒนาและตรวจสอบ

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการปฏิบัติงานของโซ่อุปทาน ความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการส่งออกทุเรียนของไทยโดยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรต้นกลางต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกทุเรียนในประเทศไทย (ธานียา ทองมา และ ปรีชา วรารัตน์ไชย, 2564, น.57-70) ในธุรกิจค้าปลีก โดย Girjatovics et al. (2018, p69-74) นำวิธีการจัดการกระบวนการ SCOR Model ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจค้าปลีก เพื่อปรับปรุงวิธีการจัดการกระบวนการ ตัวชี้วัด การวัดประสิทธิภาพ และเครื่องมือวินิจฉัย เพื่อช่วยองค์กรในการปรับปรุงกระบวนการในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ SCOR Model ยังถูกนำมาใช้ในการวัดประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน โดย Hanh Nguyen et al. (2021, p.1-7) ใช้แบบจำลอง SCOR Model สำหรับการวัดประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานกาแฟ เพื่อหาสาเหตุที่ประสิทธิภาพซัพพลายเชนของกาแฟลดลงและเสนอข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานกาแฟในกอนตุมประเทศเวียดนาม

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักของงานวิจัยนี้คือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ได้แก่ ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงในตลาดสดเทศบาลบ้านห้วย จำนวน 20 ราย พ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดเทศบาลบ้านห้วย จำนวน 5 ราย โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการรถพุ่มพวงไม่ต่ำกว่า 2 ปี และพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของในตลาดสดเทศบาลบ้านห้วยมากกว่า 5 ปี ส่วนลูกค้าผู้บริโภครวมหมู่บ้าน 30 ราย และ ลูกค้าร้านโชห่วย 5 ราย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และสะดวกในการตอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) และวิธีการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key-Informant) ร่วมกับการสังเกตการณ์โดยมีแบบสัมภาษณ์ 3 ชุด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการรถพุ่มพวง แบบสัมภาษณ์สำหรับพ่อค้าแม่ค้าในตลาด และแบบสัมภาษณ์ลูกค้า มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์ด้วยความถูกต้องแบบเนื้อหา (Content Validity) โดยการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทีมวิจัยชุมชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีคำถามไว้ล่วงหน้า การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ และการพบปะพูดคุย ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสารหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากตำรา เอกสารทางวิชาการ บทความ และงานวิจัยต่างๆ ตลอดจนข้อมูลของชุมชนจากหน่วยงานหรือส่วนราชการที่มีการจัดเก็บ เช่น แผนชุมชน ข้อมูลผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์และเสนอผลวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มีการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้มาตามวัตถุประสงค์และประเด็นของการวิจัยตีความ แล้วสร้างข้อสรุป จากนั้นนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Triangulation) โดยการใช้อ้างอิงจากหลายแหล่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง รวบรวมข้อมูลในหลายช่วงเวลา

ผลการวิจัย

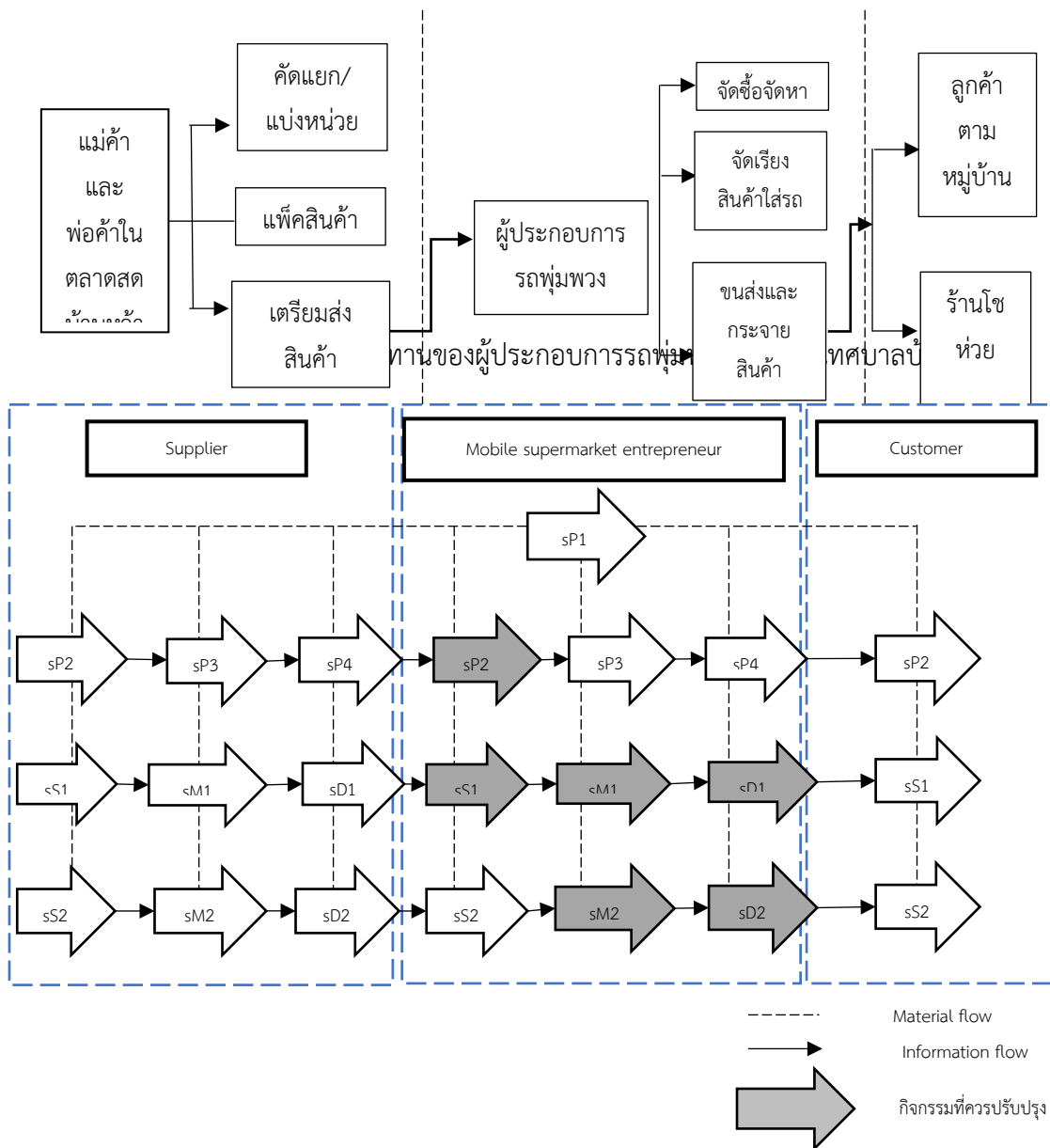
1. ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานผู้ประกอบการรถพุ่มพวง

แหล่งการซื้อขายสินค้าหลักของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงซื้อสินค้าครั้งเดียวต่อวันที่ตลาดสดเทศบาลบ้านห้วย เริ่มตั้งแต่เวลา 09.00 – 12.00 น. ใช้เวลาประมาณ 1 ชม. วิธีการเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่เลือกในวันนั้น และมีบางรายการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ วิธีการชำระค่าสินค้าผู้ประกอบการรถพุ่มพวงทุกรายจะชำระด้วยเงินสด และการจัดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงคือการนำสินค้าประเภท

ต่างมาบรรจุใส่ถุงหิ้ว เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขายสินค้า ส่วนการจัดเตรียมสินค้า พ่อค้าแม่ค้าจะทำการจัดเตรียมสินค้าให้กับผู้ประกอบการรถพุ่มพวง จากนั้นผู้ประกอบการรถพุ่มพวงจะนำสินค้ามาตรวจสอบและจัดเรียงสินค้าขึ้นรถ ห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำแสดงดังรูปที่ 1

2. ผลการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงด้วยแบบจำลอง SCOR MODEL

SCOR ในระดับที่ 1 เป็นขั้นตอนที่มีการระบุขอบเขตเนื้อหาของห่วงโซ่อุปทาน โดยวิเคราะห์กิจกรรมหลักในการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ทั้ง 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การวางแผน (plan) การจัดซื้อจัดหา (source) การผลิต (make) การขนส่ง (deliver) และการส่งคืน (return) โดยส่วนของการส่งคืนนั้น ไม่มีการส่งคืนสินค้า และ SCOR ในระดับที่ 2 เป็นขั้นตอนการกำหนดกระบวนการหลักของห่วงโซ่อุปทานผู้ประกอบการรถพุ่มพวง แสดงดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 SCOR ระดับที่ 2 กระบวนการที่ควรปรับปรุงของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง (ดัดแปลงจาก โชติรส นพพลกรัง และคณะ, 2566, น. 26)

โดยกระบวนการหลักที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนการจัดซื้อจัดหาสินค้า (sP2) เนื่องจากยังไม่สามารถวางแผนการจัดการในกระบวนการทำงานได้อย่างเป็นระบบ ทำให้เกิดสินค้าคงเหลือในบางวัน การจัดซื้อจัดหาสินค้าจากพ่อค้าแม่ในตลาดสดเทศบาลบ้านห้วย (sS1) ไม่มีการจดบันทึกรายการที่สั่งซื้อ อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณต้นทุน การนำสินค้าที่จัดซื้อมาแปรรูปใส่ถุงหิ้ว (sM1) การแพ็คสินค้าใส่ถุงหิ้วตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (sM2) ไม่ตรวจเช็คคุณภาพของสินค้าทำให้สินค้านั้นไม่ได้คุณภาพตามความต้องการของลูกค้า การจัดส่งสินค้า (sD1) และ (sD2) การวิ่งทับเส้นทางในการจำหน่ายสินค้าเกิดขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด19 ซึ่งผู้ประกอบการพุ่มพวงรายใหม่นั้นอาจจะยังไม่ทราบว่าเส้นทางที่วิ่งอยู่มีผู้ประกอบการรายอื่นวิ่งเส้นทางนี้เป็นประจำอยู่แล้ว จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการบางรายเกิดความไม่พอใจ

3. ผลการจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวง

1) การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า คาดการณ์จากประสบการณ์การค้าขายมานาน ซึ่งความต้องการของลูกค้าแต่ละหมู่บ้านจะไม่เหมือนกัน ทำให้บางครั้งมีสินค้าเกินความต้องการของลูกค้า ทำให้สินค้าคงเหลือในแต่ละวันจำนวนมาก

2) กิจกรรมการจัดซื้อ ส่วนใหญ่จะจัดหาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ซื้อสินค้าประเภทเดิมที่มีตามฤดูกาล และทำการจัดซื้อสินค้าจากพ่อค้าแม่ในตลาดสดเทศบาลบ้านห้วยซึ่งคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว เป็นการจัดซื้อตามความเคยชิน และอาศัยประสบการณ์ ดังนั้นจึงอาจจะซื้อผิดพลาดในการสั่งซื้อสินค้าและอาจจะส่งผลกระทบต่อปริมาณต้นทุน

3) กิจกรรมการบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงจะพยายามขายสินค้าให้หมดภายในวัน แต่หากเกิดสินค้าคงเหลือ ประเภทอาหารสดที่สามารถจัดเก็บในตู้เย็น เพื่อนำออกจำหน่ายในวันถัดไปได้ ส่วนสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย ก็จะนำไปลดราคาให้ร้านโชห่วยในหมู่บ้าน

4) กิจกรรมการส่งมอบสินค้า ผู้ประกอบการรถพุ่มพวง มีการใช้รถยนต์ รถจักรยานยนต์พ่วงข้าง และรถจักรยานยนต์ พบปัญหาคือ มีการวิ่งทับซ้อนเส้นทางในการจำหน่ายสินค้าเกิดขึ้น เนื่องจากไม่มีการรวมกลุ่ม ไม่รับทราบข้อมูลของผู้ประกอบการด้วยกัน จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการบางรายเกิดความไม่พอใจ เกิดการแข่งขันแย่งชิงลูกค้า

5) กิจกรรมการส่งคืนสินค้า ไม่มีการส่งคืนสินค้า หากบางวันสินค้าเหลือ จะนำมาแช่ถึงน้ำแข็งเก็บไว้แล้วนำไปขายต่อในวันถัดไป หรือนำไปขายต่อให้กับร้านโชห่วยในราคาทุน

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและการจัดการโลจิสติกส์ผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวงในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัญหาหลักๆ ของการประกอบธุรกิจรถพุ่มพวง คือ ผู้ประกอบการมีการวิ่งทับซ้อนเส้นทาง เนื่องจากไม่มีการรวมกลุ่ม และไม่มีการวางแผนการจัดเส้นทางในการขนส่งและกระจายสินค้า ส่งผลให้เกิดปัญหาการแย่งลูกค้า และแข่งขันกันด้วยราคา จากการเก็บข้อมูลเส้นทางของผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวง 20 ราย จุดกระจายสินค้าตามหมู่บ้านในเขตจังหวัดขอนแก่น ทั้งสิ้น 76 จุด(หมู่บ้าน) มีการใช้เส้นทางที่ทับซ้อนกันของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงจำนวน 12 ราย หรือ 10 จุด (หมู่บ้าน) คณะผู้วิจัยจึงได้นำวิธีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงทั้ง 12 รายนี้ ในรูปแบบคลัสเตอร์ โดยจะจัดกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้เส้นทางที่เป็นจุดจุดใกล้เคียงกันจะถูกจัดกลุ่มเข้าด้วยกัน จากนั้นทำการแบ่งการใช้เส้นทาง หรือจุดจุด โดยไม่มีการใช้เส้นทางทับซ้อนกัน สามารถจัดกลุ่มในรูปแบบคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงที่มีการใช้เส้นทางทับซ้อนกันทั้งหมด 5 คลัสเตอร์ และทำการปรับปรุงเส้นทางกระจายสินค้าของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงใหม่ โดยไม่มีการใช้เส้นทางทับซ้อนและมีจุดจุดจำหน่ายสินค้าใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังสามารถช่วยลดระยะทางรวม

ต่อวันในการใช้รถของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงด้วย จากเดิมระยะทางรวม 276.1 กิโลเมตร ลดลงเหลือ 245.5 กิโลเมตร หรือ ลดลงเท่ากับ 30.6 กิโลเมตร

ตารางที่ 1 แสดงการจัดกลุ่มในรูปแบบคลัสเตอร์และปรับเปลี่ยนเส้นทางที่มีการทับซ้อน

คลัสเตอร์	รหัสรถ	จุดกระจายสินค้า (ก่อนปรับปรุง)	ระยะทาง (กม.)	จุดกระจายสินค้า (หลังปรับปรุง)	ระยะทาง (กม.)	ระยะทาง ลดลง
1	Car002	บ้านเหล่า* - บ้านเขื่อน - บ้านหนอง ขาด-บ้านหนองแวง	12.3	บ้านเขื่อน - บ้านหนองขาด-บ้าน หนองแวง	10.8	1.5
	Car003	บ้านเหล่า* - บ้านโคกสูง - บ้านแดง	19.5	บ้านเหล่า - บ้านโคกสูง - บ้านแดง	10.7	8.8
2	Car006	บ้านไต้* - บ้านใหม่ชัยพร - บ้านโจ ดน้อย* - บ้านท่า - โรงงานพลาสติก บ้านไต้ - บ้านดงเก่า*	35.1	บ้านใหม่ชัยพร - บ้านท่า - โรงงาน พลาสติกบ้านไต้ - บ้านดงเก่า*	33.6	1.5
	Car007	บ้านไต้* - บ้านดงกลาง* - บ้านดง เก่า*	16.5	บ้านไต้ - บ้านดงกลาง - บ้านดงเก่า*	16.5	0
	Car012	บ้านโจดใหญ่ - บ้านดงกลาง* - บ้าน หนองหญ้าขาวนก	44	บ้านโจดใหญ่ - บ้านดงกลาง - บ้าน หนองหญ้าขาวนก	35.6	8.4
3	Car016	บ้านพระนุ - บ้านพระยีน* - บ้านโจ ดน้อย*	25	บ้านพระยีน - บ้านพระนุ - บ้านโจ ดน้อย	25	0
	Car019	บ้านป่าสำน* - บ้านพระยีน* - บ้านนา ล้อม - บ้านแก่นประดู่	21.7	บ้านนาล้อม-บ้านแก่นประดู่	18	3.7
	Car018	บ้านป่าสำน* - บ้านแก่นประดู่ - บ้านโนนคูณ (ท่าศาลา)	21.7	บ้านป่าสำน - บ้านบ่อแก -บ้าน โนนคูณ (ท่าศาลา)	17	4.7
4	Car010	บ้านเหล่าโพหนอง* - บ้านหัวบึง* - บ้านหัวสระ* - บ้านดอนหญ้านาง - บ้านนิคม - บ้านโนนตุน บ้านหนอง โพธิ์ - บ้านหนองฮี	23.2	บ้านหัวบึง - บ้านป่าเหลื่อม - บ้าน ดอนหญ้านาง - บ้านนิคม - บ้าน โนนตุน - บ้านหนองโพธิ์ - บ้าน หนองฮี	22.3	0.9
	Car014	บ้านหัว - บ้านเหล่าโพหนอง* - บ้าน หัวบึง* -บ้านหัวสระ*	9.6	บ้านหัว - บ้านเหล่าโพหนอง	8.5	1.1
5	Car013	บ้านโนนฆ้อง - บ้านห้วยหัว*	20	บ้านโนนฆ้อง - บ้านห้วยหัว*	20	0
	Car017	บ้านสร้างแก้ว - บ้านห้วยหัว* - บ้าน หินตั้ง - บ้านแดงใหญ่	27.5	บ้านสร้างแก้ว - บ้านหินตั้ง - บ้าน แดงใหญ่	27.5	0
รวม			276.1		245.5	30.6

สรุปและอภิปรายผล

1. การจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิเคราะห์กิจกรรมตามหลัก SCOR MODEL ระดับที่ 2 ทั้ง 5 กิจกรรม ดังนี้ 1) การวางแผน พบว่า ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงนั้นมีการวางแผนในห่วงโซ่อุปทาน แต่ยังไม่สามารถวางแผนการจัดการในกระบวนการทำงานได้อย่างเป็นระบบสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์กร ทองหลิม (2565, น. 261) กล่าวว่า กระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีจุดที่ต้องปรับปรุงคือ การวางแผน ควรมีการจัดทำแผนด้านต่าง ๆ อาทิเช่น แผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ แผนการจัดการหา แผนการจัดส่งและแผนการส่งคืน ซึ่งเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของโซ่อุปทานที่ยังไม่ได้มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน 2) การจัดซื้อจัดหา (Source) พบว่า ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงนั้นไม่มีการจดบันทึกรายการที่

สั่งซื้อสินค้า ทำให้การวางแผนการจัดซื้อจัดหาในวันถัดไปไม่แม่นยำ 3) การผลิต (Make) พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่ตรวจสอบเช็คคุณภาพของสินค้า ซึ่งอาจจะพบสินค้าเสียหาย 4) การส่งมอบ (Delivery) พบว่ามีการวิ่งทับเส้นทางในการจำหน่ายสินค้าเกิดขึ้นจำนวน 12 ราย หรือ 10 จุด (หมู่บ้าน) และ 5) การส่งคืน (Return) ไม่มีการรับสินค้าคืน

2. ระบบโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ประกอบด้วย 1) การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า คาดการณ์จากประสบการณ์ สินค้าเกินความต้องการของลูกค้า ทำให้สินค้าคงเหลือในแต่ละวันจำนวนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา บุตรพันธุ์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558, น.1808) กล่าวว่า การคาดการณ์ความต้องการส่วนใหญ่คาดการณ์จากประสบการณ์ค้าขายมานาน ทำให้บางครั้งสินค้าเกินความต้องการของลูกค้า 2) กิจกรรมการจัดซื้อ จัดหาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ไม่มีการจัดบันทึกรายการซื้อสินค้าในแต่ละวัน และไม่มีการวางแผนในการจัดซื้อ 3) กิจกรรมการบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ สินค้าคงเหลือ ประเภทอาหารสดที่สามารถจัดเก็บในตู้เย็น เพื่อนำออกจำหน่ายในวันถัดไปได้ หรือ นำไปลดราคาให้ร้านโชห่วย 4) กิจกรรมการส่งมอบสินค้า มีการวิ่งทับซ้อนเส้นทางในการจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการบางรายเกิดความไม่พอใจ เกิดการแข่งขันแย่งชิงลูกค้า 5) กิจกรรมการส่งคืนสินค้า

แนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่สำรวจ และการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานได้ดังนี้

1) ด้านการวางแผน ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงควรจะมีการจัดบันทึกการขายได้ในแต่ละวัน เพื่อการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในวันถัดไปได้อย่างมีแบบแผน เมื่อมีการคาดการณ์ความต้องการที่แม่นยำก็จะลดปัญหาสินค้าคงเหลือ

2) ด้านการจัดซื้อจัดหา ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงควรจะมีการจัดบันทึกการขายซื้อสินค้าในแต่ละวัน และการวางแผนในการจัดซื้อ จัดแบ่งประเภทสินค้าขายดี ขายได้ปานกลาง และขายได้น้อย

3) ด้านการผลิต ผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ควรตรวจสอบเช็คคุณภาพสินค้าทุกครั้งก่อนรับสินค้า อาจจะทำการสุ่มตรวจ เช่น ดูลักษณะ สี หรือ ดมกลิ่น เมื่อพบความผิดปกติให้คืนสินค้าแก่พ่อค้าแม่ค้าทันที

5) ด้านการบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ เมื่อผู้ประกอบการรถพุ่มพวงได้ทำการจัดบันทึก และแบ่งประเภทของสินค้าแล้ว ในการจัดเรียงสินค้าขึ้นรถ ผู้ประกอบการควรจัดเรียงตามหลัก ABC Analysis กล่าวคือ สินค้าขายดี วางไว้ตรงจุดที่อยู่ด้านนอกสุด เพื่อความสะดวกในการเลือกหยิบของของลูกค้า เป็นต้น

4) ด้านการส่งมอบสินค้า มีการวิ่งทับซ้อนเส้นทางในการจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการรถพุ่มพวง ควรจะมีการรวมกลุ่ม และจัดประชุมรายเดือนเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน วิเคราะห์ปัญหาและหาทางออกร่วมกัน เพื่อความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายมากที่สุด จะช่วยลดข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการรถพุ่มพวงลงได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรถพุ่มพวงควรมองหาตลาดและช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นโดยจำหน่ายทางออนไลน์ การส่งจอบสินค้าผ่านระบบไลน์โอเอ หรือจัดทำระบบสมาชิกให้แก่ลูกค้า เพื่อจะได้สั่งซื้อเป็นประจำโดยให้สิทธิพิเศษในโอกาสต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นยอดขาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวง ยังไม่มีภาครัฐหรือหน่วยงานใดเข้ามาช่วยส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ หรือก่อตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจึงควรมีการประสานความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เพื่อช่วยเหลือและพัฒนา จัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผู้ประกอบการธุรกิจรถพุ่มพวง เป็นตัวเชื่อมระหว่างเครือข่ายภายในชุมชน สำหรับผู้ที่สนใจเข้ามาประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการรถพุ่มพวง และขยายเครือข่ายไปในระดับจังหวัด และระดับภาค เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีเครือข่ายในการช่วยเหลือกันโดยมีภาครัฐเป็นผู้ประสานงานและส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการช่วยเหลือแบ่งปันและเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มให้สามารถพัฒนารูปแบบธุรกิจรถพุ่มพวงได้อย่างยั่งยืน

2. ควรมีหน่วยงานให้การสนับสนุน ฝึกอบรม เรื่องการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น เทคโนโลยีทางการเงิน เนื่องจากปัจจุบัน ผู้คนมีการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังซื้อขายด้วยเงินสด อาจจะทำให้เสียโอกาสหากไม่มีระบบออนไลน์มารองรับลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการรถพุ่มพวงในจังหวัดขอนแก่นที่ตลาดสดเทศบาลบ้านหว้า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นแหล่งเดียว ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลของพื้นที่อื่น ๆ ร่วมด้วย เพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างห่วงโซ่อุปทาน และควรวิเคราะห์แบบจำลองห่วงโซ่อุปทานในระดับที่สูงขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ตามสัญญาเลขที่ FRB650059/KKN/04 ความเห็นในรายงานผลการวิจัยเป็นของผู้รับทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

เอกสารอ้างอิง

- กฤตพา แสนชัยธร. (2564). *กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กฤษณ์ชาคริตส ฒ วัฒนประเสริฐ. (2562). *การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเชิงวิศวกรรม*. สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์. (2563). การขับเคลื่อนระบบโลจิสติกส์บนความปกติใหม่ (New Normal) ภายหลังการแพร่ระบาดของ โควิดติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *จดหมายข่าว*, 3(2), 2. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10961
- จิตติมา บุตรพันธุ์ และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2558). การจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการผลิตถ้วยเตี้ยเส้นสดในจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 1796-1811.
- โชติรส นพพลกรัง, ทิพย์สุดา กุ่มผัน, ณัฐกร ไต่ะสิงห์, รุ่งรติศ สมทอง, ศิริพงษ์ หอมแขก, กริชพันธ์ เจริญพันธ์, และ อนงค์นารถ ชัยทอง. (2566). การศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลิ 105 บ้านยาง โดยใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทาน. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 3(1), 22-32.
- ธานียา ทองมา และ ปรีชา วรรัตน์ไชย. (2564). การประยุกต์ใช้แบบจำลอง SCOR เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกรถพุ่มพวงในประเทศไทย. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 18(1), 57-70.
- ประจวบ กล่อมจิตร. (2556). โลจิสติกส์-ห่วงโซ่อุปทาน: การออกแบบและจัดการเบื้องต้น. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- พณณกร ทองหล้า. (2565). การวิเคราะห์โซ่อุปทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมังคุดด้วย SCOR Model กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ซีสมังคุดของวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองน้ำเค็ม อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 9(2), 239-268.
- พรวิมล เปล่งปลั่ง และ อลงกรณ์ คูตระกูล. (2563). การจัดการห่วงโซ่อุปทานในกิจการเพื่อสังคม กรณีศึกษา กิจการเพื่อสังคมกาแฟเลพาทอ. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 11(2), 1-28.
- ภูเด่น แก้วภิบาล และ เกศกัญญา โภภูมิกุล. (2562). การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าของธุรกิจผู้ประกอบการนงนางแอนในจังหวัดกระบี่. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 8(3), 93-101.
- ยุวดี ศิริ. (2558). *รูปแบบและการให้บริการของรถฟุ่มพวงต่อพัฒนาการของชุมชนบ้านจัดสรร*. รายงานวิจัย. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- สุธิตา กุลนนท์ และ สวรรยา ธรรมอภิพล. (2564). การให้ความหมายของรถฟุ่มพวงและการปรับตัวในการให้บริการของรถฟุ่มพวงในช่วงระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *การประชุมวิชาการเครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับชาติ ครั้งที่ 6 ณ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี* (223-232).
- Girjatovičs, A., Rizoto-Vidala-Pesoa, L. M., & Kuznecova, O. (2018). Implementation of SCOR based business process framework for logistics and supply chain in retail company. *Information Technology and Management Science*, 21, pp. 69–74.
- APICS. (2017). *SCOR supply chain operation reference model version 12.0*. Chicago: APICS. <https://www.apics.org/docs/default-source/scor-training/scor-v12-0-framework-introduction.pdf?sfvrsn=2>
- Council of Supply Chain management professionals: CSCMP (2013). *CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary*. https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx
- Hanh Nguyen, T. T., Bekrar, A., Le, T. M., & Abed, M. (2021). Supply chain performance measurement using SCOR model: A case study of the coffee supply chain in Vietnam. *1st International Conference On Cyber Management And Engineering (CyMaEn)*. Hammamet, Tunisia, pp. 1-7. doi: 10.1109/CyMaEn50288.2021.9497309