

## การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย

### The Management of the Food Supply Chain for Vegan Businesses in Thailand

วิเชียร สิงห์ใหม่<sup>1</sup> เนตรชนก สุนาสวน<sup>2</sup> และธิรวุฒิ แสงมณีเดช<sup>3</sup>

Wichian Singmai<sup>1</sup> Nedchanok Sunasuan<sup>2</sup> and Thirawut Saengmaneedech<sup>3</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

<sup>2</sup> วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

<sup>3</sup> นักวิชาการอิสระ

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

<sup>2</sup> College of Management Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

<sup>3</sup> Academician

E-mail: wicheansing5961@hotmail.com, ne.ned.rcim2@gmail.com, saengmaneedech.thirawut2022@gmail.com

Received: May 1, 23; Revised: May 22, 2023; Accepted: May 25, 2023

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย 2) ศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย และ 3) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ให้ข้อมูลครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย จำนวน 150 ราย ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ มีการวางแผนการผลิตดำเนินการให้เป็นไปตามกระบวนการ มีการบริหารงบประมาณอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมต้นทุนทางด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ 2) แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ควรมีการวางโครงสร้างการตลาดและหาผู้ร่วมบริหาร มีกิจกรรมการตลาดที่เชื่อมโยงกับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารวีแกนไปสู่เป้าหมาย มีอุตสาหกรรมปลายน้ำรวมถึงควรสร้างสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) ระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยไม่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**คำสำคัญ:** การจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน ธุรกิจ อาหารวีแกน

#### Abstract

The objectives of this research were to 1) study the supply chain management of vegan food businesses in Thailand, 2) study the management approach of vegan food businesses' supply chain in Thailand, and 3) compare the opinion level of business operators towards the management approach of vegan food businesses' supply chain in Thailand with personal factors. The data was collected from 150 vegan food business operators in Thailand who were selected by purposive sampling. The research tools used were

questionnaires and interviews, and the data was analyzed both qualitatively and through content analysis, using percentage, mean, and standard deviation.

The research found that 1) in managing the vegan food supply chain in Thailand, entrepreneurs emphasized the importance of the efficiency of the supply chain in delivering quality products, planning production processes, systematically managing budgets, and controlling raw material costs through efficient management. 2) The management approach of the vegan food supply chain in Thailand should involve market structure planning, finding partners and marketing activities that are related to the business, along with developing a variety of products that meet consumer demand and reduce production costs to promote efficient and competitive operations. 3) The level of opinion on the management approach to the vegan food supply chain in Thailand did not differ significantly based on personal factors such as gender, age, education level and average monthly income.

**Keywords:** Management, Supply Chain, Business, Vegan Food

## บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์ออกใหม่มีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลง ในขณะที่เดียวกันลูกค้ามีความต้องการที่สูงขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนผลักดันให้องค์กรธุรกิจต้องลงทุนและแสวงหากลยุทธ์เพื่อให้ทันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร และการขนส่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่จะใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะนำพาให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทานสามารถดำเนินการได้โดยอาศัยกระบวนการธุรกิจของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในการทำให้การไหลของสินค้าหรือบริการ มีความรวดเร็วในการนำเสนอสู่ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิผลในการลดต้นทุนและปรับปรุงระดับการให้บริการ จะต้องคำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่ภายในห่วงโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วยผู้จัดส่งสินค้า หรือผู้จัดหาวัตถุดิบ หรือซัพพลายเออร์ ศูนย์การผลิต คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และร้านค้าปลีก ซึ่งจะมีการไหลเวียนของวัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทาน

วีแกน หรือมังสวิรัต เป็นกระแสการบริโภคที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมยุคปัจจุบัน เนื่องจากผู้คนหันมาสนใจในการรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งความนิยมนี้ไม่เพียงจะส่งผลให้สุขภาพและสิ่งแวดล้อมได้รับการเอาใจใส่มากขึ้น แต่ยังทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาและเติบโตมากขึ้น จนทำให้ผู้ประกอบการไม่อาจมองข้ามถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกระแสนี้ได้ โดยชาววีแกน (Vegan) คือหนึ่งในกลุ่มชาวมังสวิรัตที่ไม่บริโภคอาหารที่มาจากสัตว์ เช่น เนื้อ เนย นม ไข่ ชีส น้ำผึ้ง และเจลาติน หรือการไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากสัตว์หรือทดลองกับสัตว์ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องสำอางหรือครีมบำรุงต่างๆ โดยชาววีแกนจะเลือกบริโภคเฉพาะอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากผักผลไม้และธัญพืชเท่านั้น (IDGThailand, 2019)

แนวโน้มความนิยมในการเป็นวีแกนจากทั่วโลกโดยข้อมูลจาก The Vegan Society พบว่าจากทั่วโลกมีชาววีแกนเพิ่มสูงมากถึง 987% จากปีพ.ศ. 2560 โดยในปีพ.ศ. 2561 ยอดขายของอาหารวีแกนเติบโตสูงถึง 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้บริษัทวิจัยตลาด Markets and Markets ได้คาดการณ์อีกว่า ตลาดวีแกนจะเติบโตสูงขึ้นสูงถึง 200,000 ล้านบาทภายในปีพ.ศ. 2566 โดยปัจจุบันพบว่าแนวโน้มการบริโภคอาหารมังสวิรัตในประเทศสหราชอาณาจักรที่มีประชากรชาววีแกนมากที่สุดในโลก โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่า 350% ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่ทวีปยุโรปมีประชากรมังสวิรัตมากที่สุดคือ ประเทศเยอรมนีและสเปน ตามลำดับ รวมทั้งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ที่มีประชากรชาววีแกนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี (BangkokbankSME, 2020)

นอกจากนี้ความนิยมในการเป็นวีแกนในทวีปเอเชียใต้เติบโตอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับประชากรในทวีปตะวันตก โดยเฉพาะประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากประเทศส่วนใหญ่เป็นประเทศเกษตรกรรม มีทั้งพืชเศรษฐกิจและวัตถุดิบ

สำคัญสำหรับการทำอาหารมังสวิรัต ซึ่งจากผลสำรวจของบริษัทวิจัยการตลาดระดับโลกของ Mintel พบว่า ประชากรในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีชาววีแกนเพิ่มขึ้นถึง 440% ในช่วงระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2555 - 2559 ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของการบริโภคอาหารมังสวิรัตอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีประชากรวีแกนสูงถึง 2.3 ล้านคน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชากรชาววีแกนขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มคนยุคมิลเลนเนียม (Millennial) (อายุตั้งแต่ 25 - 34 ปี) มีกิจกรรมการศึกษาหาอ่านความรู้และข้อมูลต่างๆ บนโลกออนไลน์เป็นประจำ ประกอบกับมีอุตสาหกรรมร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น รวมถึงชาววีแกนมีทางเลือกอื่นๆ ในการรับประทานหลากหลายขึ้น ส่งผลให้กลุ่มชาววีแกนขยายตัวกว้างขึ้นกว่าเดิม ซึ่งปัจจุบันคนทั่วไปเริ่มหันมาสนใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้นและรวมไปถึงกลยุทธ์การเจาะตลาดแบบเฉพาะเจาะจงผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย การตลาดมังสวิรัตหรือวีแกนในปัจจุบันไม่เพียงแต่จะดึงดูดผู้บริโภคที่เป็นชาววีแกนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้บริโภคอื่นๆ ที่ใส่ใจต่อสุขภาพหรือสิ่งแวดล้อมด้วย ชาววีแกนจึงเป็นผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่ น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดสินค้าทั่วไปที่สูงขึ้นในยุคปัจจุบัน (Globthailand, 2020)

การนำเครื่องมือเข้ามาช่วยในการบริหารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และเครื่องมือที่สามารถช่วยผู้ประกอบการในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีคือ ระบบการบริหารจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ซึ่งเป็นระบบการบริหาร ที่มีแนวคิดที่มุ่งเน้นความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง เป็นระบบการบริหารที่สนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยการบริหารจัดการให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกสามารถส่งมอบสินค้าหรือชิ้นงานให้กับหน่วยงานถัดไปได้อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ส่งถึงมือลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

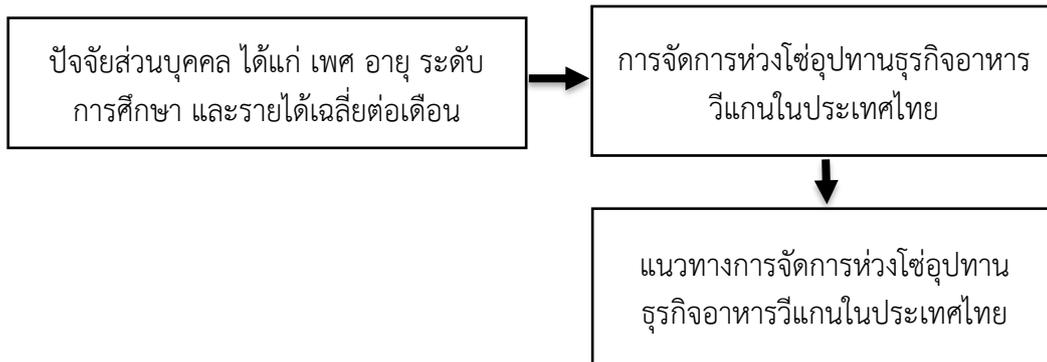
จากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ธุรกิจอาหารวีแกนมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยความแรงของกระแสวีแกนที่นับวันจะขยายตัวมากขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ต้องมีการนำแนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในการดำเนินงาน เพราะห่วงโซ่อุปทานมุ่งเน้นทำงานทุกส่วนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยมุ่งลดต้นทุนและเพิ่มผลิตผลของสายการผลิต รวมทั้งมีกำไรจากผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้สูงสุดด้วยเช่นกัน ดังนั้นการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกน ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ผ่านการใช้วัตถุดิบที่หลากหลายของไทยในการปรุงแต่งอาหารวีแกน และรังสรรค์เมนูซึ่งมีรสชาติแปลกใหม่ให้สามารถทดแทนการบริโภคเนื้อสัตว์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รูปแบบ และกลยุทธ์การขายให้เหมาะสม เพื่อขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้บริโภคเพิ่มเติม

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกน

ในประเทศไทย

## กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ราย โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานและแนวทางการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด
2. การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ได้แก่ การวางแผน การจัดซื้อจัดหา การผลิต การขนส่ง และการส่งคืนสินค้า มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ  
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่ม ตามวัน เวลา สถานที่ที่กำหนด โดยในระหว่างการสนทนากลุ่มผู้วิจัยจะทำการจดบันทึกข้อมูลไว้และรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนานำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
2. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 ชุด

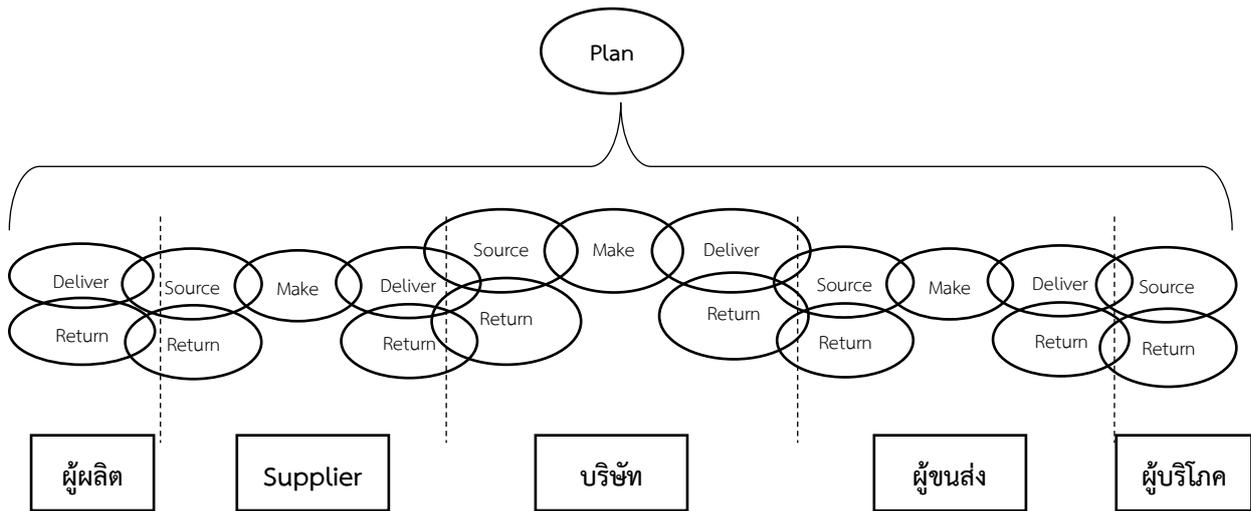
## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดเสียง และบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด จากนั้นนำข้อความจากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาจำแนกเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท เรียบเรียงเฉพาะคำให้สัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

### ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก พบว่า ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและได้รับผลตอบแทนที่ดีเป็นไปตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้วางไว้ 1) วางแผน (Plan) ผู้ประกอบการวางแผนการผลิตดำเนินให้เป็นไปตามกระบวนการ ทำให้ลดระยะเวลาและขั้นตอนต่างๆ ให้สามารถจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคได้ทันตามความต้องการ มีการการบริหารงบประมาณอย่างเป็นระบบ การพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถยืดระยะเวลาในการคงสภาพของสินค้า มีการสูมตัวอย่างเพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของสินค้าทุกครั้งก่อนจัดส่ง การกำหนดจำนวนผู้ผลิตที่ต้องส่งผลผลิตมาให้มีวัตถุดิบเพียงพอภัยขาดตลอดเวลา และมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีการแบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นแผนก เพื่อให้กระบวนการทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกัน และทำให้มีความรวดเร็วในการทำงาน 2) การจัดซื้อจัดหา (Source) การจัดซื้อจัดหาพิจารณาปริมาณการสั่งซื้อจากความสามารถในกำลังการผลิต โดยใช้การประมาณการยอดสั่งซื้อจากสถิติยอดขายของปีก่อนหน้า มาประมาณการยอดจัดซื้อจัดหา และส่งไปยังผู้รวบรวมผลผลิต เพื่อให้ทราบถึงชนิดสินค้าที่ต้องจัดหาหรือผลิตสินค้า มีการควบคุมต้นทุนทางด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย และการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าให้มากขึ้น เพื่อส่งและกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ สามารถเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลดีต่อธุรกิจในอนาคต 3) การผลิต (Make) ในส่วนของการผลิต ใช้การประมาณการผลผลิตที่ได้จากการใช้สถิติยอดขายจากปีก่อนหน้า มาทำการวางแผนการผลิต ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนบางส่วนได้ดำเนินการผลิตวัตถุดิบประกอบอาหารเอง ซึ่งช่วยในเรื่องต้นทุนและคุณภาพ หันมาผลิตวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารที่เป็นวีแกนเองและจำหน่ายเพื่อครอบคลุมธุรกิจทั้งต้นน้ำและปลายน้ำเพื่อช่วยลดต้นทุนของวัตถุดิบ ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านวัตถุดิบทั้งปริมาณที่เพียงพอ คุณภาพที่ได้มาตรฐาน สำหรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารวีแกน มีศักยภาพการผลิตและแปรรูปสินค้าอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนส่วนใหญ่ใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตไม่ต่างจากอาหารทั่วไป 4) การขนส่ง (Deliver) มีการวางแผนการขนส่งเข้าและออกอย่างมีระบบ ทำให้เกิดความรวดเร็วในการนำเข้าและส่งออกสินค้า และ 5) การส่งคืน (Return) ผู้ประกอบการมีการวางแผนการผลิตจากการใช้สถิติการสั่งซื้อจากปีก่อนหน้ามาวางแผนการผลิต ทำให้ปัญหาสินค้าเกินเกิดขึ้นไม่มาก และยังไม่มีการส่งคืนสินค้ากลับ เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการเก็บรักษา



ภาพที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก ชุตติเดช วิชาลภิตติ (2555)

### ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคเนื่องจากในประเทศไทยมีสินค้าประเภททดแทนเนื้อสัตว์ที่ค่อนข้างหลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก ซึ่งอาจส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าที่ตั้งไว้ จึงควรมีแนวทางการจัดการความเสี่ยง โดยทำการวิเคราะห์จุดเด่นและจุด ด้อยของผลิตภัณฑ์ และทำการปรับปรุงสินค้าให้ มีจุดแข็งเหนือกว่าของคู่แข่ง มีการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้บริโภคเป็นระยะ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พัฒนาการบริการและการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากที่สุด สร้างรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความตระหนักในแบรนด์สินค้า และจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดการชะลอตัวเป็นอย่างมาก ภาพรวมของธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวตามไปด้วย เมื่อผู้บริโภคมีกำลังซื้อน้อยลง ส่งผลต่อการดำเนินกิจการในทุกภาคส่วน รวมทั้งในธุรกิจอาหาร จึงต้องมีการควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นานโดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณลักษณะทางกายภาพของสินค้า เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการจัดการ สามารถวางแผนการบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งศึกษาความต้องการของตลาดผู้บริโภคให้มากขึ้น ประกอบกับข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์และเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง และหากมีการบริหารเรื่องของวัตถุดิบไม่ดี อาจทำให้พบกับปัญหาวัตถุดิบไม่พอใช้ หรือเหลือทิ้ง จึงควรมีการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการวางแผนการซื้อของสต็อกเพื่อให้ความสดใหม่เสมอ ป้องกันของเหลือทิ้งและของไม่พอ โดยคำนวณจำนวนการสั่งซื้อและประมาณการจากข้อมูลสั่งผลิตสินค้าที่มีอยู่ วิเคราะห์ดูแนวโน้มการใช้วัตถุดิบในแต่ละรอบการผลิต ทำการศึกษาข้อมูลของวัตถุดิบ มีการจัดหาแหล่งของวัตถุดิบมากกว่า 1 ราย เพื่อแก้ไขปัญหานี้ในเรื่องของการใช้วัตถุดิบของสต็อกที่มีอายุการใช้งานสั้น รวมถึงปัญหาที่กลุ่มผู้บริโภควีแกนถือเป็นกลุ่มเฉพาะ ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนที่วางจำหน่ายในประเทศยังไม่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคชาววีแกน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในไทยยังไม่มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอาหารวีแกน ทำให้ไม่สามารถกำหนดแผนธุรกิจรองรับได้อย่างเหมาะสม ผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนในกลุ่มโปรตีนทดแทนเนื้อสัตว์ที่ผู้ประกอบการไทยผลิตได้และมีจำหน่ายในท้องตลาด ยังมีคุณสมบัติห่างไกลจากเนื้อสัตว์จริง จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภควีแกนที่ยังคงต้องการสัมผัสประสบการณ์บริโภคเนื้อสัตว์ดั้งเดิมได้ โดยแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย อาจจะต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบการบริหารเป็นแบบธุรกิจมากขึ้น มีการวางโครงสร้างการตลาดและหาผู้ร่วมบริหาร และควรมีกิจกรรมการตลาดที่เชื่อมโยงกับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น การท่องเที่ยว

โรงแรม ร้านอาหารเพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารวีแกนไปสู่เป้าหมายได้เร็วยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมปลายน้ำอย่าง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร เป็นหน้าต่างที่ช่วยเปิดรับประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ในรูปของผู้บริโภค หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี ก็จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าอุตสาหกรรมอาหารวีแกนได้ รวมถึงควรสร้างสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการลดต้นทุนของสินค้าด้วย ซึ่งจะทำให้ สามารถเพิ่มยอดขายตลอดทั้งปี และยังสามารถสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ได้กำไรจากการดำเนินธุรกิจ เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิต และจัดจำหน่ายได้ สำหรับการพัฒนาและปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานนั้น จะต้องมีการพิจารณาการจัดการในห่วงโซ่อุปทานในแต่ละ ส่วน เพื่อหาจุดที่ขาดประสิทธิภาพ แล้วดำเนินการหาวิธีและเทคนิคในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงจุดนั้น เพื่อให้มีการดำเนินการ และจัดการงานให้ดียิ่งขึ้น

### ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	98	65.33
หญิง	52	34.67
รวม	150	100.00
<b>อายุ</b>		
20 – 30 ปี	30	20.00
31 – 40 ปี	71	47.33
41 – 50 ปี	49	32.67
รวม	150	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	24	16.00
ระดับปริญญาตรี	82	54.67
ระดับปริญญาโท	32	21.33
ระดับปริญญาเอก	12	8.00
รวม	150	100.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
น้อยกว่า 15,000 บาท	9	6.00
15,001 – 20,000 บาท	35	23.33
20,001 – 25,000 บาท	67	44.67
25,001 – 30,000 บาท	25	16.67
30,001 บาทขึ้นไป	14	9.33
รวม	150	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.33 สำหรับเพศหญิง มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 47.33 รองลงมา คือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 54.67 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และระดับปริญญาเอก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมา คือ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

## ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ในภาพรวม

แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. การวางแผน (Plan)	4.07	0.85	มาก
2. การจัดซื้อจัดหา (Source)	4.10	0.83	มาก
3. การผลิต (Make)	3.92	0.85	มาก
4. การขนส่ง (Deliver)	4.04	0.87	มาก
5. การส่งคืน (Return)	4.17	0.89	มาก
รวม	4.03	0.85	มาก

จากตาราง 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านการส่งคืน มีค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการจัดซื้อจัดหา มีค่าเฉลี่ยกับ 4.10 ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยกับ 4.07 ด้านการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านการผลิตมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

## ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

	t-test for Equality of Means		
	t	df	sig
Equal variances assumed	1.036	148	.302

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	Mean Square	F	sig
อายุ	0.281	2.033	0.112
ระดับการศึกษา	0.078	0.551	0.578
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.330	2.407	0.070

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

## อภิปรายผล

1. การจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยกับปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและได้รับผลตอบแทนที่ดีเป็นไปตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้วางไว้ มีการวางแผนการผลิตดำเนินให้เป็นไปตามกระบวนการทำให้ลดระยะเวลาและขั้นตอนต่างๆ ให้สามารถจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคได้ทันตามความต้องการ มีการการบริหารงบประมาณอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมต้นทุนทางด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ รอดพันธ์, นวินดา ชื่อตรง และนิลุบล วิโรจน์ผดุงพงศ์ (2561) ได้ศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง พบว่า องค์กรมีการกำหนดโครงสร้าง ตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ด้านการจัดหา มีความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการจัดหา มีระบบในการติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ มีขั้นตอนกระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อให้การส่งมอบมีคุณภาพ และการรับคืนสินค้า มีกระบวนการตรวจสอบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการทำให้สินค้าเสียหายหรือชำรุด และสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา มีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการดำเนินงานที่ดียิ่งเสมอ และมีการเตรียมความพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้านเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร วาสนา พ่วงพรพิทักษ์ และวนิดา บุญโฉม (2565) ได้ศึกษาการศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ผู้รับจ้างสี ผู้รวบรวมท้องถิ่น (ต้นน้ำ) มีหน้าที่หลักในการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปรับปรุงคุณภาพเบื้องต้น ส่งไปที่โรงงานอาหารสัตว์หรือโรงงานแปรรูปข้าวโพด (กลางน้ำ) เพื่อแปรรูปข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย และกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค (ปลายน้ำ)

2. แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย อาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารเป็นแบบธุรกิจมากขึ้น ควรมีการวางโครงสร้างการตลาดใหม่และหาผู้ร่วมบริหาร และควรมีกิจกรรมการตลาดที่เชื่อมโยงกับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารวีแกนไปสู่เป้าหมายได้เร็วยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมปลายน้ำ รวมถึงควรสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งจะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายตลอดทั้งปี และยังสามารถสร้างความจงรักภักดีต่อราคาสินค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ได้กำไรจากการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตและจัดจำหน่ายได้ สำหรับการพัฒนาและปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานนั้น จะต้องมีการพิจารณาการจัดการในห่วงโซ่อุปทานในแต่ละส่วน เพื่อหาจุดที่ขาดประสิทธิภาพ แล้วดำเนินการหาวิธีและเทคนิคในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงจุดนั้น เพื่อให้มีการดำเนินการ

และจัดการงานให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภัทร์ ฤทธิวัฒนาวิช, ยุทธนา คล้ายอยู่ และสุรัชฎา เมฆขลา (2565) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอและแปรรูปเสื้อกบฏบ้านโนนสะอาด จังหวัดขอนแก่น พบว่า แนวทางการในการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอและแปรรูปเสื้อกบฏบ้านโนนสะอาด ได้แก่ พัฒนาการผลิตโดยอาศัยนวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ และความร่วมมือในการวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ควบคุมต้นทุนด้วยการบริหารจัดการที่ดี นำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบออนไลน์ และขยายธุรกิจไปสู่การเป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในแต่ละกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ ทำการค้นหาคำตอบได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างโดยอาศัยนวัตกรรม ในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการ มีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครื่องจักรมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานเพื่ออำนวยความสะดวกและทำให้เกิดความรวดเร็วในการกระจายสินค้า กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ได้แก่ การควบคุมต้นทุนทางด้านการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง การจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การการส่งมอบอย่างรวดเร็ว ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพหรือศักยภาพในการผลิต การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าให้มากขึ้นโดยศึกษาความต้องการและความนิยมของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ และการเพิ่มช่องทางการตลาดทางด้านธุรกิจออนไลน์และขยายธุรกิจไปสู่การเป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบเครือข่ายผ่านระบบออนไลน์ และการส่งมอบบริการทั้งก่อนและหลังการขายอย่างรวดเร็วเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและนำไปสู่ความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อวิสาหกิจชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติชัย เจริญชัย (2562) ได้ศึกษาระบบจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของมันสำปะหลังในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ควรมีการดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนี้ 1) ควรมีการจัดเก็บข้อมูลย้อนหลังอย่างเป็นระบบระเบียบง่ายต่อการนำข้อมูลมาใช้ในครั้งต่อไป 2) ควรมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามความต้องการส่งผลทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมาผลิตสินค้า 3) ควรมีการตรวจสอบคำสั่งซื้อที่มีเข้ามาทำการยืนยันความถูกต้องและดำเนินการผลิตเพื่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจัดส่งให้ลูกค้า 4) ควรมีการวางแผนควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าให้มีการเคลื่อนย้ายน้อยที่สุดทำให้เป็นการลดต้นทุนในการใช้แรงงานและพลังงานต่างๆ 5) ควรทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม สวยงาม แข็งแรง ทนทานและได้มาตรฐาน ทำให้การขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการเสียหายจากการแตกชำรุดและฝุ่นละออง 6) ควรมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ควบคุมงาน จัดการคลังสินค้าและควบคุมสินค้าคงคลัง การตรวจสอบสามารถดำเนินการได้ง่าย ส่งผลทำให้มีความแม่นยำสะดวกรวดเร็วข้อมูลเป็นปัจจุบัน สามารถเรียกดูได้ตลอดเวลาที่ต้องการ 7) ควรทำแผนการผลิตดำเนินไปตามคำสั่งซื้ออย่างรวดเร็ว ลดระยะเวลาและขั้นตอนต่างๆ ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ทันตามต้องการ ประหยัดแรงงาน 8) ควรมีการรวมกลุ่มของเกษตรกร การกระจายข่าวสารความรู้ รับรู้ข่าวสารได้ทันสถานการณ์ ส่งผลทำให้เกษตรกรมีการติดต่อสื่อสารรู้ทันเหตุการณ์ ได้ความรู้ใหม่ๆ มีอำนาจในการต่อรองซื้อ-ขายสินค้า 9) ควรวางแผนการขนส่งขาเข้าและขาออกอย่างมีระบบ ทำให้เกิดความรวดเร็วในการนำเข้าและส่งออกสินค้า 10) ควรตรวจสอบกระบวนการจำกัดของเสียเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ทำให้มีสถานะแวดล้อมสะอาด ไม่มีกลิ่นและของเสียรบกวนชุมชน 11) ควรมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนออกจำหน่าย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายและถูกขายสินค้าในราคาต่ำ 12) ควรมีการตรวจสอบประสิทธิภาพเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ทำให้การผลิตสินค้าดำเนินไปด้วยความราบรื่น ตรงต่อเวลาส่งสินค้า และ 13) ควรติดตามสอบถามผลการดำเนินงานของพนักงานขายและฝ่ายผลิตว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและความมั่นใจจากลูกค้า

3. ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับ กุลทรัพย์ ทองประสิทธิ์ และสุชาติ อารงสุข (2565) ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อการ

บริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบสินค้าในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้า พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ส่งมอบสินค้าที่มีเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ปริมาณสินค้า/บริการ ประเภทของสินค้า/บริการ และความถี่ในการยื่นเสนอราคาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุที่แตกต่างกันผู้ส่งมอบสินค้ามีความคิดเห็นต่อการบริหารความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และสอดคล้องกับอัญชิษฐา สวัสดิ์สินธุมล (2563) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการประกอบภาววัสดุก่อสร้างในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานวัสดุก่อสร้างในจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามประเภทของผู้ประกอบการวัสดุก่อสร้าง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในประเทศไทย จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลรอบด้านเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมในการดำเนินธุรกิจอาหารวีแกน เนื่องจากตลาดวีแกนค่อนข้างใหม่ กลุ่มผู้บริโภคมีทัศนคติและความเชื่อที่ส่งผลพฤติกรรมการบริโภคที่มีความแตกต่างจากอาหารเจและมังสวิรัตที่เราคุ้นเคยอยู่หลายประการ

1.2 ผู้ประกอบการควรพิจารณากระบวนการผลิต วัตถุดิบ และส่วนประกอบในการผลิตอาหารว่าถูกต้องตามข้อกำหนดของวีแกนหรือไม่ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ยุ่ยยากและใช้เวลาพอสมควร โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ยังมีกระบวนการผลิตยังไม่เป็นระบบ ซึ่งจะกระทบกับผู้ประกอบการรายย่อยในการลงทุนด้านสถานที่ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตใหม่ แต่หากสามารถดำเนินการปรับปรุงให้ได้มาตรฐานก็จะส่งผลดีต่อธุรกิจในระยะยาว

1.3 ควรเน้นการสร้างการรับรู้ด้านอาหารวีแกนของไทย และจัดกิจกรรมการตลาดที่เชื่อมโยงกับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร

### 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการเปรียบเทียบการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับกลุ่มธุรกิจอาหารประเภทอื่นๆ

2.2 ผลของการวิจัยจะเป็นความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มประชากรผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเมื่อสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเช่น สภาวะเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ อาจส่งผลให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อน ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมหรือเก็บตัวอย่างข้อมูลเพิ่มเติมตามการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

กิตติชัย เจริญชัย. (2562). การศึกษาระบบจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของมันสำปะหลังในจังหวัดมหาสารคาม.

รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กุลทรัพย์ ทองประสิทธิ์ และสุชาติ อารังสุข. (2565). การศึกษาความคิดเห็นต่อการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบสินค้าในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้า. *วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม*, 2(1), 16-32.

ชุตติเดช วิศาลกิตติ. (2555). การจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้า ผักปลอดภัยในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐปภัสร ฤทธิวัฒนวาณิช, ยุทธนา คล้ายอยู่ และสุรัชฎา เมฆขลา. (2565). แนวทางการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอและแปรรูปเสื้อกบบ้านโนนสะอาด จังหวัดขอนแก่น.

*วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(7), 425-440.

- พรทิพย์ รอดพัน, นวินดา ซื่อตรง และนิลุบล วิโรจน์ผดุงพงศ์. 2561. การจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *Journal of nakhonratchasima college*, 12(2), 46-57.
- อัญชิษฐา สวัสดิ์นฤมล. (2563). *การศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการประกอบการวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- BangkokbankSME. (2020). *'วีแกน' เจาะตลาด Niche Market ทางเลือกผู้ผลิตอาหารไทย*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/vegan-niche-market-thai-food-producer>
- Globthailand. (2020). *สเปนทุ่ม 2.5 แสนยูโร พัฒนาอาหาร Vegan กระแสใหม่ของโลก*. สืบค้น 21 มีนาคม 2566, จาก <https://globthailand.com/spain23042020/>
- IDG Thailand. (2019). *2019 ปีของเทรนด์วีแกน (vegan)*. สืบค้น 24 มีนาคม 2566, จาก <https://idgthailand.com/2019-vegan/>



**RCIM**  
GRADUATE SCHOOL

# หลักสูตร ทางเลือกใหม่ **สู่ความสำเร็จ**

## ปริญญาโท

- บริหารธุรกิจ (M.B.A.)
- รัฐประศาสนศาสตร์ (M.P.A.)
- นวัตกรรมการบริหารการศึกษา (M.Ed.)

เรียนจบภายใน  
1ปีครึ่ง - 2ปี

ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่  092-442-8000  @Rcim.rmutr  [www.rcim.in.th](http://www.rcim.in.th)