

นวัตกรรมการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่เขตภาคใต้ตอนบน

Innovation transportation management for bakery in the upper southern region.

โอภาส ชุติมารณ์¹ ฐิติมา โห้ลายอง² และภคมน โภคะธีรกุล³

Opat Chutimaport¹ Thitima Ohlomyong² and Pakkamon Pokaterakul³

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3}

College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand ^{1,2,3}

*Corresponding author, email: opas.chu@rmutr.ac.th

Retrieved 18-03 -2024; Revised 17-04-2024; Accepted 03-04-2025

Doi: 10.14456/jappm.2025.21

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. พรรณนาบริบทการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน 2. ระบุปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบนและ 3. นำเสนอแนวทางการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีนวัตกรรมและแนวคิดทฤษฎีการขนส่งสินค้าเป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัยเป็นเขตภาคใต้ตอนบนประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ จังหวัดจังหวัดชุมพร จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอรี่ ขนาดใหญ่ 1 คน ขนาดกลาง 1 คน และขนาดเล็ก 1 คน พนักงานขนส่งเบเกอรี่ขนาดใหญ่ 1 คน พนักงานขนส่งเบเกอรี่ขนาดกลาง 1 คน พนักงานขนส่งเบเกอรี่ขนาดเล็ก 1 คน และร้านค้าปลีกเบเกอรี่ที่มียอดขายสูงสุด 3 คน ร้านค้าปลีกเบเกอรี่ที่มียอดขายต่ำสุด 3 คน ผู้บริโภคเบเกอรี่ 6 คน ใช้วิธีโดยการเลือกแบบเจาะจงรวม 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่มีผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1. บริษัทผลิตสินค้า 2. บริษัทขนส่งสินค้าและ 3. ผู้รับสินค้า รูปแบบของธุรกิจการขนส่งสินค้าเป็นแบบ B2B ปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก 2) ปัญหาการจัดการการขนส่งประกอบด้วย 1) ค่าค่าทางอรรถประโยชน์ 2) ค่าค่าทางจิตใจ 3) ค่าค่าทางเศรษฐกิจ และ 3) นวัตกรรมการจัดการการขนส่งประกอบด้วย 1) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 2) นวัตกรรมเชิงคุณค่า

คำสำคัญ: นวัตกรรมการจัดการ; การขนส่งสินค้าเบเกอรี่; ภาคใต้ตอนบน

Abstract

This research has the following objectives: 1. Describe the context of bakery transportation management in the upper southern region. 2. Identify problems in managing bakery goods transport in the upper southern region. 3. Present innovations in managing bakery goods transport in the upper southern region. The research format is qualitative, using theoretical concepts related to innovation theory and freight transport theory as the research framework. The research area is the upper southern region, consisting of three provinces: Chumphon Province, Surat Thani Province, and Nakhon Si Thammarat Province. The group of key informants includes bakery business operators—one large, one medium, and one small-sized bakery business operator; one large bakery transport employee; one medium-sized bakery transport employee; one small bakery transport worker; three bakery retailers with the highest sales; three bakery retailers with the lowest sales; and six bakery consumers. The method used was purposive sampling, totaling 18 people. The research instrument was in-depth interviews, and the data were analyzed using content analysis and presented in a descriptive narrative format.

The research results found that bakery transportation management involves the following people: 1. Product manufacturing companies, 2. Freight forwarding companies, and 3. Receivers of goods. The freight forwarding business model is B2B. Factors affecting transportation include both internal and external factors. Transportation management problems include: 1) utility value, 2) mental value, and 3) economic value. Transportation management innovations include: 1) process innovation and 2) value innovation.

Keywords: Innovation Management; Transportation of bakery product; upper southern region

บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารมีอยู่มากมายหลายประเภท ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับความนิยมบริโภคอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันคนไทยมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตที่มีความเร่งรีบมากขึ้น เป็นวิถีชีวิตแบบเมืองมากขึ้น รูปแบบการบริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภค ที่ผู้คนจำนวนมากหันมาบริโภคขนมอบชนิดต่างๆ ทดแทนการประกอบอาหารเอง เนื่องจากการประหยัดเวลาและลดขั้นตอนการบริโภคที่มีความยุ่งยาก ทำให้ความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพิ่มขึ้น และมีร้านค้าเบเกอรี่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน (สุไมยะ มุซอ และคณะ, 2559) ซึ่งส่วนมากผู้บริโภคมักจะมีพฤติกรรมการบริโภคเบเกอรี่ในลักษณะซื้อเพื่อการบริโภคเอง (กฤษณา อุ่นธ

โชติ, 2551) จะเห็นได้จากแนวโน้มตลาดสถิติผลิตภัณฑ์นมอบ ปี พ.ศ. 2560 ที่มีการเติบโตโดยเฉลี่ย ร้อยละ 7.8 โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น นมปังร้อยละ 67.8 เพสตรี้ร้อยละ 25.3 นมเค็กร้อยละ 6.7 นมอบแบบแช่แข็งร้อยละ 0.1 และนมหวานแบบอบอื่นๆ ร้อยละ 0.1 (ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2561)

จากแนวโน้มความนิยมของการบริโภคเบเกอรี่ที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการตลาดเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีวิธีการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการขนส่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขายและการจัดจำหน่ายซึ่งผลิตภัณฑ์สิ่งของที่มีอายุสั้น เน้นเสียง่าย และมีระยะเวลาการขนส่งที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคำนึงถึงการขนส่งสินค้าที่ทำให้สินค้ายังคงรักษาคุณภาพความสดใหม่และส่งถึงผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการคนกลางได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว ซึ่งผู้ประกอบการที่มีการดำเนินการด้านการขนส่งจำเป็นต้องทำความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญให้ครบถ้วน โดยการขนส่งภายในประเทศจะใช้การขนส่งสินค้าทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากมีโครงสร้างพื้นฐานที่ค่อนข้างสมบูรณ์ เพราะภาครัฐได้ให้การสนับสนุนการขนส่งทางถนนเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับการพัฒนาการขนส่งในรูปแบบอื่น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึง การพัฒนาการจัดการการขนส่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างนวัตกรรมจัดการให้สามารถ ที่จะช่วยปรับปรุงและพัฒนาการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ที่มีอายุการเก็บรักษาที่ค่อนข้างสั้นและให้เป็นสินค้ามีคุณภาพใหม่และสด เพื่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านรูปร่าง ระยะเวลาสถานที่ ดังนั้นการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ให้ถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและรักษาคุณภาพของสินค้าไว้ได้ ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่งจึงจำที่จะต้องหาแนวทางการในการพัฒนาการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และจากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ และการนำนวัตกรรมมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขการขนส่งสินค้าเบเกอรี่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้นไปอีก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน
3. เพื่อเสนอแนะนวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมจัดการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีนวัตกรรม

ได้นำนิยามการเกี่ยวกับทฤษฎีนวัตกรรม ได้อธิบายที่มาของทฤษฎีนวัตกรรมไว้หลายรูปแบบ ผู้วิจัยได้รวบรวมมาและสรุปได้ดังนี้

นพดล เหลืองภิรมย์ (2555) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีนวัตกรรม มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน จากการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมจำเป็นต้องนำทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการนวัตกรรม ซึ่งรูปแบบทฤษฎีนวัตกรรม มี 5 ทฤษฎี ดังนี้ 1) นวัตกรรมมีกำเนิดจากวิทยาศาสตร์ 2) นวัตกรรมมีกำเนิดจากความต้องการของตลาด 3) นวัตกรรมมีกำเนิดจากความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทสำคัญในตลาด 4) นวัตกรรมมีกำเนิดจากเครือข่ายทางเทคโนโลยี และ 5) นวัตกรรมมีกำเนิดจากเครือข่ายทางสังคม

ความหมายนวัตกรรมจัดการ (Management Innovation)

คำว่า “นวัตกรรมจัดการ” เป็นคำที่มาจากสองคำมาสมาสกัน คือ นวัตกรรมและการจัดการ และทำให้เกิดความหมายเปลี่ยนไป ดังนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาและแยกความหมายออกเป็นสองส่วน และนำมารวมกันสรุปได้ ดังนี้

1. ความหมายของนวัตกรรม ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของนวัตกรรมไว้หลายทัศนะและหลายความคิด ผู้วิจัยได้รวบรวมและสรุป ได้ดังนี้

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

นัยนา รัตนสุวรรณชาติ และคณะ (2562) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการเพิ่มมูลค่าและผลลัพธ์ และความสามารถในการควบคุมองค์กร ให้สามารถแข่งขันได้โดยใช้ปัจจัยต่างๆ เข้าสู่กระบวนการของนวัตกรรม

สรุปได้ว่านวัตกรรม หมายถึง การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่มีอยู่ นำมาใช้ในรูปแบบใหม่ โดยการพัฒนาสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น เพื่อผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ความหมายของการจัดการได้มีนักวิชาการด้านการบริหารจัดการให้ความหมายของการจัดการไว้หลายทัศนะ ผู้วิจัยได้รวบรวมและสรุปได้ดังนี้

วิรัช สงวนวงค์วาน (2551, หน้า 2) อธิบายว่า การจัดการ หมายถึง สิ่งที่ผู้จัดการหรือผู้บริหารต้องปฏิบัติเกี่ยวข้องกับการประสานงาน การดูแลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้อื่นเพื่อให้งานและกิจกรรมเหล่านั้นสำเร็จลุล่วงไปอย่างมีประสิทธิภาพที่และประสิทธิผล การประสานงานและดูแลงานของผู้อื่นจึงเป็น ข้อแตกต่างที่แยกผู้บริหารออกจากผู้ที่มิได้เป็นผู้บริหาร

สรุปได้ว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอนในองค์การ โดยอาศัยบุคลากรหรือกลุ่มบุคคลที่ร่วมมือร่วมใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การที่กำหนดไว้

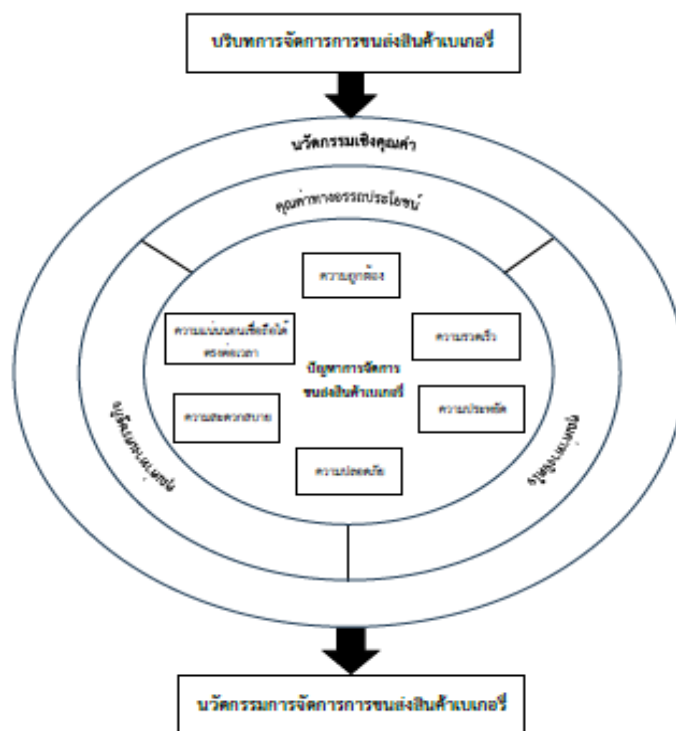
2. แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่ง

ปัจจัยพิจารณาในการประเมินผลการปฏิบัติงานกระจายสินค้าคือ

1. ระยะเวลาและความรวดเร็วในการกระจายสินค้า เปรียบเทียบกับแผนดำเนินงานในส่วนอื่น ๆ ของธุรกิจโดยรวมเช่น ด้านแผนการตลาด การกระจายสินค้าต้องสอดคล้องกับการ ประชาสัมพันธ์สินค้า ด้านการผลิต ต้องกระจายสินค้าไปสู่คลังสินค้าต่าง ๆ ได้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า
2. ปริมาณการขนส่ง การส่งมอบได้ครบถ้วนตามปริมาณความต้องการ
3. ต้นทุนการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในหลาย ๆ มุม เช่น ต้นทุนกระจายสินค้า แบ่งแยกตามกลุ่มสินค้า แบ่งแยกตามประเภทช่องทางการกระจายสินค้า หรือ ตามประเภทพาหนะขนส่ง เป็นต้น
4. ความครอบคลุมในด้านช่องทางการกระจายสินค้าหรือด้านภูมิศาสตร์เป็นการวัดผล เปรียบเทียบต่อเป้าหมายเชิงกลยุทธ์โดยรวมขององค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน” ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากงานศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ การงานศึกษาการจัดการและงานศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งเพื่อมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าของแลมเบิร์ต สต็อก และอัลรัล Lambert, Stock & Ellran (1998) โดยศึกษาองค์ประกอบตามทฤษฎี ได้แก่

1. ความถูกต้อง
2. ความรวดเร็ว
3. ความประหยัด
4. ความปลอดภัย
5. ความสะดวก
6. ความตรงต่อเวลา

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย

1. บุคลากรระดับบริหารของบริษัทผู้ผลิตและขนส่งเบเกอรี่ ในระดับธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

2. บุคลากรระดับปฏิบัติการของบริษัทผู้ผลิตและขนส่งเบเกอรี่ ในระดับธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

3. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study)

เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่างๆ ทั้งที่เป็นหนังสือและสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียนทางวิชาการ บทความทางวิชาการ ตลอดจนหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ในการนี้ผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยงหรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระและกรอบแนวคิดในการวิจัยและเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

2. การสัมภาษณ์ (Interview)

การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (SemiFormal Interview) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหาร และให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบตามกรอบแนวคิดการศึกษาและมีอิสระในการตอบ โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทั้งหมดทำให้ทราบภาพสะท้อนข้อเท็จจริงตามแนวคิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาเอกสารใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารเนื้อหา การสัมภาษณ์เชิงลึกคำถามที่ให้คำตอบที่ครอบคลุมภายใต้รูปแบบหรือหัวข้อที่กำหนด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย บริบทการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่ในเขตภาคใต้ตอนบน มีดังนี้

1. บริบทการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่เกี่ยวกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการขนส่งพบว่า ประกอบด้วย 1) บริษัทผลิตสินค้าได้แก่ผู้บริหารและพนักงาน 2) บริษัทขนส่งสินค้า 3) ผู้รับสินค้าได้แก่ตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีกและ 4) บริษัทประกันภัยเนื่องจากการจัดการขนส่งสินค้าเป็นการนำสินค้า ข้อมูลหรือทรัพยากรเริ่มต้นจากผู้ผลิตสินค้าไปยังลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่ายดังนั้นการจัดการการขนส่งสินค้าจึงต้องประกอบด้วยหลายฝ่ายซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จะเป็นผู้มีบทบาทในการจัดการการขนส่งสินค้าร่วมกัน เพื่อให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพสูงสุด

2. รูปแบบของธุรกิจขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่ผลการศึกษา พบว่า มีรูปแบบเป็นลักษณะ B2B (Business-to-Business) เป็นการทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจด้วยกันเนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่ประกอบด้วย ผู้ผลิตสินค้าเบเกอร์รี่ที่เป็นธุรกิจการผลิตสินค้าที่มุ่งหวังผลกำไรจากการผลิตเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผู้ผลิตจะใช้บริการการขนส่งจากบริษัทขนส่งสินค้าซึ่งเป็นธุรกิจบริการเพื่อส่งสินค้าไปยังผู้ส่งสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อและเพื่อลดความเสี่ยงจากการขนส่งบริษัทขนส่งจะนำสินค้าบนยานพาหนะประกันภัยกับบริษัทประกันภัยที่จัดเป็นธุรกิจ เพื่อหวังผลกำไร

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่พบว่ามีปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของบริษัท การนำเทคโนโลยีมาใช้ ต้นทุนของบริษัท ทรัพยากรบุคคล และงบประมาณ ปัจจัยภายนอกได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ คู่แข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภค และโครงสร้างประชากรเนื่องจากการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่ต้องอาศัยหลายปัจจัยประกอบกันจึงจะเกิดกิจกรรมในการประกอบธุรกิจบริการขนส่งสินค้าผู้ประกอบการจะต้องศึกษาหาข้อมูลว่าปัจจัยอะไรบ้างที่เอื้อต่อความสำเร็จปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัญหาอุปสรรคเพื่อจะได้นำไปวางแผนวิเคราะห์สถานการณ์ ของธุรกิจเบเกอร์รี่ในปัจจุบันรวมทั้งการสร้างโอกาสใหม่ๆในอนาคตในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ในการวิเคราะห์ธุรกิจ เป็นต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าประกอบด้วยปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ด้านปริมาณสินค้าที่ขนส่งในรูปแบบต่างๆ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยด้านการดำเนินธุรกิจ

ผลการวิจัย ปัญหาด้านการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์รี่ในเขตภาคใต้ตอนบน มีดังนี้

1) นวัตกรรมเชิงคุณค่า คุณค่าทางอรรถประโยชน์ สร้างความไม่พึงพอใจในการบริการ ได้แก่ การขนส่งสินค้าล่าช้า ไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด ไม่มีความพร้อมด้านยานพาหนะ รถขนส่งไม่สะดวกในการเข้าถึงจุดจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงประตูบ้านและสร้างความไม่พึงพอใจในการบริโภค ได้แก่ การขนส่งทำให้สินค้าเสียหาย การส่งมีต้นทุนสูงขึ้น ทำให้ลูกค้าต้องซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นอาจเนื่องมาจากเส้นทางที่

ขนส่งสินค้ามีการปรับปรุงเส้นทาง พนักงานขับรถไม่ชำนาญเส้นทาง เกิดอุบัติเหตุทางถนน น้ำท่วม และฝนตก และต้นทุนในการขนส่งสินค้าสูงขึ้น เช่นราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มสูงขึ้น ค่าแรงพนักงานขนส่ง ตลอดจนด้วยยานพาหนะ และอุปกรณ์ในการขนส่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในการบริการ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้น

2) คุณค่าทางจิตใจ ปัญหาการสร้างการรับรู้ต่อการให้บริการ เช่น ปัญหาการส่งเสริมการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง และในการให้บริการเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

3) ปัญหาการสร้างการรับรู้คุณค่าการบริการ เช่น การสร้างความจงรักภักดี ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง อัตลักษณ์ ของธุรกิจและปัญหาคุณภาพบรรจุภัณฑ์ การสร้างความแตกต่าง และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เนื่องจากการให้บริการขนส่ง จัดเป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นนามธรรม การสร้างกลยุทธ์การตลาดต้องการสร้างการรับรู้คุณค่าในการบริการและการบริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง อัตลักษณ์ของสินค้า การสร้างความแตกต่าง ด้วยการส่งเสริมการตลาด ค่อนข้างยากกว่าสินค้าที่มีตัวตน ลูกค้าสัมผัสได้ โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความจงรักภักดี

4) คุณค่าเศรษฐกิจ ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากรขาดความเชี่ยวชาญทำให้มีผลกระทบต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจและยานพาหนะในการขนส่งสินค้าไม่มีความพร้อม ซึ่งก่อให้เกิดต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้นเนื่องจากสินค้าเบเกอรี่เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษที่ผู้บริโภคต้องการความสดใหม่ในการบริโภค ดังนั้นการขนส่งสินค้าจึงต้องใช้ความพิถีพิถัน ความเชี่ยวชาญพิเศษในการขนส่ง โดยต้องใช้ความเชี่ยวชาญ ความสามารถของพนักงานขนส่ง ตลอดจนยานพาหนะในการขนส่งต้องมีลักษณะพิเศษสามารถเก็บอุณหภูมิ ความเย็นเพื่อรักษาคุณภาพ รูปร่าง ของสินค้าเบเกอรี่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น

ผลการวิจัย นวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ในเขตภาคใต้ตอนบน มีดังนี้

ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 2) นวัตกรรมเชิงคุณค่า นวัตกรรมด้านกระบวนการ เป็นการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าเบเกอรี่ เช่นการที่บริษัทขนส่งมีการนำนวัตกรรมการให้บริการการขนส่งด้วยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการขนส่ง เทคโนโลยีระบบดาวเทียมอัจฉริยะจะเป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำมาช่วยในการวางแผนการเดินทาง การเคลื่อนย้ายสินค้า รูปแบบการจราจร สภาพภูมิอากาศ สภาพถนน และการกำหนดอุณหภูมิของรถในการดูแลรักษาคุณภาพสินค้าให้มีอัตราประโยชน์เมื่อถึงมือร้านค้าหรือคนกลางทางการตลาดเพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้าต่อไป ส่วน นวัตกรรมเชิงคุณค่า จะมีความเชื่อมโยงหรือมีความสัมพันธ์กับการขนส่งที่มีคุณภาพแล้ว นวัตกรรมเชิงคุณค่าของการขนส่งจะจุดเริ่มต้นจากกระบวนการผลิต การที่จะสร้างคุณค่าของสินค้าเบเกอรี่ ไม่ว่าคุณค่า อรรถประโยชน์ คุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางจิตใจ จะเริ่มต้นจากผู้ผลิตสินค้าเบเกอรี่มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สินค้าเบเกอรี่ถึงมือตัวแทนจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว ลดขั้นตอนการขนส่งที่ซ้ำซ้อน หรือยุ่งยาก หาวิธีการเพิ่มคุณค่าใหม่ควบคู่กับการให้บริการการ

ขนส่ง ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ ที่แสดงถึง ความสดใหม่ ความรวดเร็วในการขนส่ง คุณภาพสินค้าเหมือน
ออกจากผู้ผลิต

อภิปรายผลการวิจัย

1) บริษัทการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์เกี่ยวกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการขนส่ง พบว่า ประกอบด้วย
1. บริษัทผลิตสินค้าได้แก่ผู้บริหารและพนักงาน 2. บริษัทขนส่งสินค้า 3. ผู้รับสินค้าได้แก่ตัวแทนจำหน่าย
ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีกและ 4. บริษัทประกันภัยเนื่องจากการจัดการขนส่งสินค้าเป็นการนำสินค้า ข้อมูลหรือ
ทรัพยากรเริ่มต้นจากผู้ผลิตสินค้าไปยังลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจ
ของทุกฝ่ายดังนั้นการจัดการการขนส่งสินค้าจึงต้องประกอบด้วยหลายฝ่ายซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จะเป็นผู้
มีบทบาทในการจัดการการขนส่งสินค้าร่วมกัน เพื่อให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับ
แนวคิดของกองโลจิสติกส์ (2562) ที่กล่าวว่า อรรถประโยชน์เป็นความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าและ
บริการ การสร้างอรรถประโยชน์ด้านสถานที่เป็นการสร้างอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือความพอใจ
อันเนื่องจากการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ ฤกษ์บุญ
เอง (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยการแข่งขันที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมของธุรกิจผู้จัดการขนส่งพบว่า ปัจจัยต่อ
การเกิดนวัตกรรมของธุรกิจ ประกอบด้วย ภาคอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการ 2) รูปแบบของธุรกิจ
ขนส่งสินค้าเบเกอร์ ผลการศึกษาพบว่า มีรูปแบบเป็นลักษณะ B2B (Business-to-Business) เป็นการทำ
กิจการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจด้วยกันเนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ประ
กอบด้วย ผู้ผลิตสินค้าเบเกอร์ที่เป็นธุรกิจการผลิตสินค้าที่มุ่งหวังผลกำไรจากการผลิตเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสิน
ค้าผู้ผลิตจะใช้บริการการขนส่งจากบริษัทขนส่งสินค้าซึ่งเป็นธุรกิจบริการเพื่อส่งสินค้าไปยังผู้ส่งสินค้าเพื่อ
นำไปจำหน่ายต่อและเพื่อลดความเสี่ยงภัยจากการนำส่งบริษัทขนส่ง จะนำสินค้าบนยานพาหนะประกันภัย
กับบริษัทประกันภัยที่จัดเป็นธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะนุช สัมฤทธิ์ สักรินทร์
อยู่ผ่องและอัศครัตน์ พูลกระจำว (2564) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจ
ขนส่งและการกระจายสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า การบริหารความสัมพันธ์การ
ร่วมมือกับองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างอำนาจ ถ่วงดุลการค้าประกอบด้วย การจับคู่ธุรกิจหรือการสร้าง
เครือข่ายธุรกิจ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งสินค้าเบเกอร์ พบว่า มีปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของบริษัท
การนำเทคโนโลยีมาใช้ ต้นทุนของบริษัท ทรัพยากรบุคคล และงบประมาณ ปัจจัยภายนอกได้แก่ ภาวะ
เศรษฐกิจ คู่แข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภค และโครงสร้างประชากรเนื่องจากการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอ
ร์ต้องอาศัยหลาย ๆ ปัจจัยประกอบกันจึงจะเกิดกิจกรรมในการประกอบธุรกิจบริการขนส่งสินค้า
ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาหาข้อมูลว่าปัจจัยอะไรบ้างที่เอื้อต่อความสำเร็จปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัญหา
อุปสรรค เพื่อจะได้นำไปวางแผนวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจเบเกอร์ในปัจจุบันรวมทั้งการสร้างโอกาส

ใหม่ ๆ ในอนาคตในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ในการวิเคราะห์ธุรกิจเป็นต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของรัตน ชาติประมัย (2556) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจขนส่งประกอบด้วยหลายลักษณะ เช่นวัตถุประสงค์การขนส่ง ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ทำการขนส่งสอดคล้องแนวคิดของเบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) ที่กล่าวว่า การขนส่งที่ดี สามารถสร้างมาตรฐานได้ว่าจะมีสินค้าเพียงพอที่จะจัดจำหน่าย ณ สถานที่ และเวลาที่ลูกค้าต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของพยุงค์ดี แก้วมณี (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งของบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าประกอบด้วยปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ด้านปริมาณสินค้าที่ขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยด้านการดำเนินธุรกิจ

2) ปัญหาด้านการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ในเขตภาคใต้ตอนบนผลการวิจัยพบว่า

1. นวัตกรรมเชิงคุณค่า คุณค่าทางอรรถประโยชน์ สร้างความไม่พึงพอใจในการบริการ ได้แก่ การขนส่งสินค้าล่าช้า ไม่ตรงตามเวลาที่กำหนด ไม่มีความพร้อมด้านยานพาหนะ รถขนส่งไม่สะดวกในการเข้าถึงจุดจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงประตูบ้านและสร้างความไม่พึงพอใจในการบริโภค ได้แก่ การขนส่งทำให้สินค้าเสียหาย การขนส่งมีต้นทุนสูงขึ้น ทำให้ลูกค้าต้องซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้นอาจเนื่องมาจากเส้นทางที่ขนส่งสินค้ามีการปรับปรุงเส้นทาง พนักงานขับรถไม่ชำนาญเส้นทาง เกิดอุทกภัยทางถนน น้ำท่วม และฝนตก และต้นทุนในการขนส่งสินค้าสูงขึ้น เช่นราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มสูงขึ้น ค่าแรงพนักงานขนส่ง ตลอดจนตัวยานพาหนะ และอุปกรณ์ในการขนส่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในการบริโภคเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุธี ศรีเลิศ และคณะ (2557) ที่กล่าวว่า การขนส่งที่ทันสมัยช่วยในเรื่องการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตออกมาจำนวนมากไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีความสำคัญต่อระบบการจำหน่ายในการให้อรรถประโยชน์ด้านสถานที่และเวลา

2. คุณค่าทางจิตใจ ปัญหาการสร้างการรับรู้ต่อการให้บริการ เช่น ปัญหาการส่งเสริมการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง และในการให้บริการเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

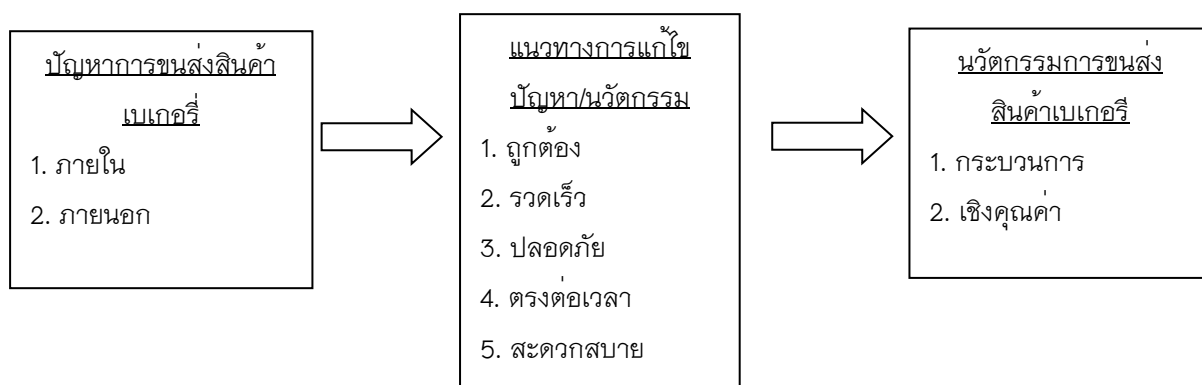
3. ปัญหาการสร้างการรับรู้คุณค่าการบริโภค เช่นการสร้างความจริงรักภักดี ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง อัตลักษณ์ ของธุรกิจและปัญหาคุณภาพบรรจุภัณฑ์ การสร้างความแตกต่าง และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เนื่องจากการให้บริการขนส่ง จัดเป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นนามธรรม การสร้างกลยุทธ์การตลาดต้องการสร้างการรับรู้คุณค่าในการบริการและการบริโภคเพื่อสร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียง อัตลักษณ์ของสินค้า การสร้างความแตกต่าง ด้วยการส่งเสริมการตลาด ค่อนข้างยากกว่าสินค้าที่มีตัวตน ลูกค้าสัมผัสได้ โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความจริงรักภักดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุวิมล แม้นจริง (2553) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดมี

วัตถุประสงค์เพื่อ เพิ่มพูนการรำลึก นึกถึง จดจำ ยอมรับ และเชื่อถือตราสินค้าเมื่อผู้บริโภค เกิดความต้องการ จะนึกถึงจดจำ ยอมรับ

4. คุณค่าเศรษฐกิจ ได้แก้ปัญหาด้านบุคลากรขาดความเชี่ยวชาญทำให้มีผลกระทบต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจและยานพาหนะในการขนส่งสินค้าไม่มีความพร้อม ซึ่งก่อให้เกิดต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้นเนื่องจากสินค้าเบเกอร์เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษที่ผู้บริโภคต้องการความสดใหม่ในการบริโภค ดังนั้นการนำส่งสินค้าจึงต้องใช้ความพิถีพิถัน ความเชี่ยวชาญพิเศษในการขนส่ง โดยต้องใช้ความเชี่ยวชาญ ความสามารถของพนักงานขนส่ง ตลอดจนยานพาหนะในการขนส่งต้องมีลักษณะพิเศษสามารถเก็บอุณหภูมิ ความเย็นเพื่อรักษาคุณภาพ รูปร่าง ของสินค้าเบเกอร์ ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) กล่าวว่า ความสำคัญของการขนส่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างความสะดวกทั้งทางด้าน เวลาและสถานที่ ที่ส่งผลให้บริษัทมีการจัดการการขนส่งที่ดี

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์เขตภาคใต้ตอนบน มีข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ใหม่ ในการบริหารงานการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ โดยเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ สังเคราะห์และพรรณนา บริบทที่เป็นหัวใจหลักสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ ความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการขนส่งสินค้า รูปแบบของธุรกิจขนส่ง ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า มีทั้งปัจจัยภายใน และ ปัจจัยภายนอก เช่นกำหนดนโยบายการขนส่ง การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ ชัดเจน และปัญหาการขนส่ง ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมเชิงคุณค่า คุณค่าทางอรรถประโยชน์ 2)คุณค่าทางจิตใจ 3.คุณค่าเศรษฐกิจ ได้แก้ปัญหาด้านบุคลากรขาดความเชี่ยวชาญได้องค์ความรู้ใหม่จากการสังเคราะห์ วิเคราะห์ นวัตกรรมการขนส่งสินค้าเบเกอร์เขตภาคใต้ตอนบน จะประกอบด้วยนวัตกรรม 1) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 2) นวัตกรรมเชิงคุณค่า



ภาพที่ 2 แสดงการสังเคราะห์งานวิจัยนวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์เขตภาคใต้ตอนบน

สรุป

เรื่อง นวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์เขตภาคใต้ตอนบน มีข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ใหม่ ในการบริหารงานจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ โดยเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ สังเคราะห์และพรรณนา บริบทที่เป็นหัวใจหลักสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ ความเกี่ยวข้องกัน ธุรกิจการขนส่งสินค้า รูปแบบของธุรกิจขนส่ง ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่นกำหนดนโยบายการขนส่ง การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ ชัดเจน และปัญหาการขนส่ง ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมเชิงคุณค่า คุณค่าทางอรรถประโยชน์ 2) คุณค่าทางจิตใจ 3)คุณค่าเศรษฐกิจ ได้แก้ปัญหาด้านบุคลากรขาดความเชี่ยวชาญได้ องค์ความรู้ใหม่จากการสังเคราะห์ วิเคราะห์ นวัตกรรมการขนส่งสินค้าเบเกอร์เขตภาคใต้ตอนบน จะประกอบด้วยนวัตกรรม 1) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 2) นวัตกรรมเชิงคุณค่า

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรมีการนำนวัตกรรมมาช่วยในการบริหารทั้งบริษัทผู้ผลิตสินค้าเบเกอร์ เช่น นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่สามารถแสดงความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการ Input Process Output ของสินค้าเบเกอร์ได้อย่างถูกต้องและชัดเจนเพื่อช่วยในการวางแผนการผลิต วัตถุดิบ เส้นทางการขนส่งสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และการพัฒนาบรรจภัณฑ์สินค้าเบเกอร์ให้สามารถรองรับความเสียหายจากการขนส่งเพื่อให้สินค้ามีอรรถประโยชน์ทั้งด้าน รูปร่าง เวลา สถานที่ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรเป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method Research) การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเริ่มต้นจากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งแล้วนำผลการวิจัยมาสังเคราะห์ เพื่อให้ตกผลึกกับตัวแปรที่มีผลต่อการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ หลังจากนั้นจึงทำการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยหรืออื่น ๆ ที่มีผลต่อการจัดการการขนส่งสินค้าเบเกอร์ด้วยการนำค่าสถิติ การทดสอบสมมติฐานมาช่วยวิเคราะห์เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณา อุณหโชติ. (2551). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในศูนย์การค้าวรรัตน์. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ปัจจัยสู่ความสำเร็จ. เข้าถึงได้จาก : <https://dol.dip.go.th/th/category>, 28 กรกฎาคม 2566.
- ชัยวัฒน์ ฤกษ์บุญครอง. (2559). ปัจจัยทางการแข่งขันที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมของธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้า. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นพดล เหลืองภิรมย์. (2555). การจัดการนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : ดวงกลมพ์ปัสซึ่ง.
- นัยนา รัตนสุวรรณชาติ , เขมมาวี รัชชชุชีพ และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2555). การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management). คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยะนุช สัมฤทธิ์ สักรินทร์ อยู่ผ่อง และอัศครัตน์ พูลกระจ่าง. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจขนส่งและการกระจายสินค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. วารสารศรีปทุมปริทัศน์. 21(1) , 7 – 23.
- พยุงค์ดี แก้วมณี. (2556). การประยุกต์ใช้เทคนิค TOPSIS (Technique for order preference by similarity to ideal solution) สำหรับตัดสินใจเลือกที่ตั้งคลังสินค้า. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรสาขาวิชาการจัดการโซุ่ปทานแบบบูรณาการ. คณะวิศวกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รัตนา ชาตรุประมัย. (2556). วิชาการขนส่งสินค้าในงานโลจิสติกส์. สาขาการจัดการโลจิสติกส์, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2551). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2561). ผลิตภัณฑ์ขนมอบ ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2566, จาก <https://fic.nfi.or.th/marke>.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ , พันธุ์พจ วัฒนสินธุ์ , อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ. 33(128), 50 – 65.
- สุทธิ ศรีเลิศ, สิทธิโชค ชันกิ่ง ,ณัฐวุฒิ สดชัย และพัชชา นวลดี. (2557). บทนำในการขนส่ง (Introduction to Transport). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2566. เข้าถึงได้จาก <http://sungkomonline.com>

- สุไ้มยะ มูซอ และคณะ (2559). *ความต้องการของผู้บริโภคเบเกอร์ในหมู่บ้านลิมุดตำบลท่าสาป อำเภอมือเือง จังหวัดยะลา*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิทยาการ ครั้งที่ 1 สร้างเสริมสหวิทยาการ ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC วันที่ 29 กรกฎาคม 2559 มหาวิทยาลัยราชธานี อุบลราชธานี, 627 – 638.
- สุวิมล แม่นจริง. (2553). *การจัดการการตลาด*. [พิมพ์ครั้งที่ 3] . บริษัท เอช.เอ็น.กรุ๊ป จำกัด.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2564*. สืบค้นเมื่อ, 1 มกราคม 2566. เข้าถึงได้จาก: <https://www.nesdc.go.th>
- Lambert, D. M., J. R. Stock, J. R., & Ellram, L. M. (1998). *Fundamentals of Logistics Management*, Irwin/McGraw-Hill, Boston, MA.