



แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่า
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน
A Framework of Logistics and Supply Chain Development in
Value Added Healthy Ready Meals that Sold Via Online

วรัญญา แก้วเชือกหนัง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2561
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่า
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน
A Framework of Logistics and Supply Chain Development in
Value Added Healthy Ready Meals that Sold Via Online

วรัญญา แก้วเชือกหนัง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2561
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่าย
สินค้าออนไลน์ ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน
ผู้วิจัย : วรรณญา แก้วเชือกหนึ่ง
พ.ศ. : 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนของสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการพัฒนาธุรกิจสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน 3) เพื่อเป็นประโยชน์เชิงแนวทางปฏิบัติในการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ ในอนาคตที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมดิจิทัลตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 กล่าวได้ว่างานวิจัยนี้ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในแรงสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงธุรกิจ สำหรับการสร้างทางเลือก การตัดสินใจ รวมถึงการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการพัฒนาต่อยอดประเภทของสินค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวให้กับผู้ประกอบการ เพื่อลดความยุ่งยากซับซ้อน จากประโยชน์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการบริหารโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของประเทศไทย

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน พื้นที่กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑลในลักษณะอาชีพหลักและอาชีพเสริมนอกเวลางานประจำ จำนวน 7 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน มีสถานที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ราย และสมุทรปราการ จำนวน 1 ราย การให้บริการจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 4 ราย และเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ราย ช่องทางการส่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์ด้วยการส่งทางไลน์ (Line) จำนวน 6 ราย ทางเฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 5 ราย ทางโทรศัพท์ จำนวน 3 ราย อีเมล (E-Mail) จำนวน 2 ราย ทางอินสตาแกรม (Instagram) และ การส่งด้วยช่องทางเฉพาะสำหรับอาหารออนไลน์ (Application อาหาร) จำนวน 1 ราย แต่ละรายมีจำนวนรายการอาหารมากกว่า 21 รายการ จำนวน 3 ราย และมีรายการอาหารจำนวน 8 – 14 และ 15 – 21 จำนวน 2 ราย โดยไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มีรายการอาหารต่ำกว่า 7 รายการ ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการชำระเงินด้วยการโอนชำระผ่านธนาคาร จำนวน 6 ราย การชำระด้วยเงินสด จำนวน 4 ราย และบัตรเครดิต/เดบิต จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

จากการวิจัยนี้สรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ได้ดังนี้ 1) สถานการณ์ความนิยมสินค้าออนไลน์ด้านสุขภาพ ผู้สนใจสุขภาพเริ่มสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภคอย่างมาก โดยมีการคำนวณแคลอรีที่เหมาะสมในแต่ละวัน ด้วยวัตถุดิบที่ปลอดภัยและใช้วิธีการปรุงที่ปลอดภัยตามหลักโภชนาการ ซึ่งพบว่าการจัดส่งโดยตรงสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Delivery) ต้องบริหารซัพพลายเชนด้วย

กิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มสินค้าและกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยทำงาน ที่ไม่มีเวลาทำอาหารหรือหาซื้ออาหารทานในร้านทั่วไป ในบางรายคิดว่าการปรุงอาหารไม่สอดคล้องกับงานที่มีความวุ่นวาย จึงเลือกที่จะสั่งอาหารเพื่อความสะดวกพร้อมกับการดูแลสุขภาพ 2) การศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการ ต้องให้ความสำคัญกับวัตถุดิบ การประสานงานกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ วิธีการและพื้นที่งานของผู้ประกอบอาหาร การจัดส่งอาหารสู่ลูกค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 3) ประโยชน์เชิงแนวทางปฏิบัติในการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ ในอนาคตที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมดิจิทัลตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปทำให้ความเป็นไปได้ที่จะใช้เทคโนโลยีที่เป็นสิ่งขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจอาหาร ซึ่งการพัฒนาทางเทคโนโลยีควบคู่กับการบริหารงานด้านโลจิสติกส์และการบริหารห่วงโซ่อุปทานทั้งด้านการจัดหาวัตถุดิบ การรักษาคุณภาพ การปรุงวัตถุดิบ การขนส่ง และการบริการหลังการขาย ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสามารถทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้นลงเนื่องจากผู้ผลิตสามารถติดต่อซื้อขายโดยตรงกับลูกค้าคนสุดท้ายได้เอง ทำให้สามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาความสามารถที่ธุรกิจประสบได้โดยตรง สร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถทางการแข่งขัน ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารออนไลน์มีความเสี่ยงในการสื่อสารที่ผิดพลาดและการขนส่งที่ไม่ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า ทำให้ในบางครั้งอาจสูญเสียลูกค้ารายนั้นไปซึ่งไม่ใช่เหตุผลทางคุณภาพอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องบริหารห่วงโซ่อุปทานให้มีคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสุขภาพออนไลน์ ควรมีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าทำการตัดสินใจซื้อครั้งแรกและซื้อซ้ำต่อไป



Title : A Framework of Logistics and Supply Chain Development in Value Added Healthy Ready Meals that Sold Via Online
Researchers : Varunya Kaewchueaknang
Year : 2018

Abstract

This research aims to 1) To analyze the situation of logistics and supply chain of healthy ready to eat meals that sold via online. 2) To study a framework of logistics and supply chain development in value added healthy ready meals that sold via online. 3) To practically benefit in making money from online business in the future which Thailand is entering the digital society according to the policy of Thailand 4.0. The researcher has a desire that this study will contribute to supporting the use of digital technology in business for creating alternatives, decisions, and system management together with the development of the product category. Hence, this enables building long-term competitive advantage for entrepreneurs, and reduces the complexity from the use of digital technology which plays a role in Thailand's infrastructure and logistics and supply chain management.

In this qualitative research, the study sample includes seven full-time or part-time entrepreneurs selling healthy ready meals that sold via online in Bangkok and vicinities. Data collection is conducted through interviews.

The study found that the locations of six online healthy ready meals sellers are in Bangkok, and one in Sumutprakarn. Four sellers provide delivery service in Bangkok and vicinities, and three only in Bangkok. Six sellers provide food ordering channel via Line Application, five via Facebook, three via phone call, two via Instagram, and one via a specific food ordering application. Three sellers have more than 21 menus while two other sellers have 8-14 and 15-21 menus. There is no seller whose menus are less than 7. Most of the payment methods, which six sellers provide, are through bank transfer, two sellers by cash, and two sellers by credit/debit cards, respectively.

This research can be concluded based on the objectives of this research as follows. 1) Situation of popular online health products. Health-conscious consumers are becoming more interested in food consumption. The suitable calorie intakes are calculated each day, and non-toxic ingredients and safe cooking methods are used. It is found that food delivered directly to consumers must have the appropriate supply chain with logistics activity management in order to be consistent with product

category and consumers who are of working age that have no time to cook or eat at a restaurant. Some people think it is impossible to cook as their work is too busy. Therefore they decide to order food online for convenience while they can still take care of health. 2) In studying the framework, it is important to pay attention to raw materials, coordinating with suppliers of raw material, method and workspace of the cook, delivery to customers, customer relationship management, and 3) Practical benefits in making money from online business in the future which Thailand is entering the digital society according to the policy of Thailand 4.0. Therefore, consumer behavior has changed, and it is possible to use technology that is the driving force of the food business, the technological development along with logistics management and supply chain management in quality preservation, cooking of ingredients, transportation and after-sales service. The use of technology can shorten the supply chain because the manufacturer can directly deal with the customer. It can solve the problem or improve the ability of the business directly which will add value and enhance competitiveness. As a result, the business will be growing and competitive in the long run.

Suggestions for online food entrepreneurs are the risk of miscommunication and careless transportation that ignores customer details which can cause loss of customers despite not the food quality. Therefore, entrepreneurs need to manage supply chain quality thoroughly. Moreover, the online healthy food entrepreneurs should regularly monitor the quality of raw materials to build credibility so that customers will make the purchase decision once they know the product and then repeat purchase in the future.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขงานวิจัย ด้วยความใส่ใจอย่างดียิ่งตลอดมา ให้มีความสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณหัวหน้าสาขาวิชา และนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ตั้งใจพัฒนาทักษะทางด้านงานวิชาการและวิจัยในการลงพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อร่วมสังเกต และวิเคราะห์ความเป็นอยู่ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ รวมถึงขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าออนไลน์อาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ทั้งเป็นรายได้หลัก และรายได้เสริมในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ คุณค่าใด ๆ แห่งงานวิจัยฉบับนี้ ขอมอบแต่ผู้ที่ใช้การสนับสนุนในด้านการศึกษาแก่ผู้วิจัย หากเนื้อหาในวิจัยฉบับนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 มาตรฐานด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	5
2.2 แนวคิดอุตสาหกรรม 4.0 (Industrial 4.0)	8
2.3 มูลค่าอาหารเพื่อสุขภาพ	9
2.4 บรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อการขนส่ง	9
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลของการประกอบการ	21
4.2 หลักการพิจารณาเลือกประเภทการรักษาวัตุดิบ	23
4.3 ข้อมูลการพิจารณาด้านการขนส่ง	25
4.4 ข้อมูลวิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อสินค้าล่าช้าหรือผู้ขนส่งประสบเหตุ	26
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุป	28
5.2 การอภิปรายผล	29
5.3 ข้อเสนอแนะ	32

สารบัญ

	หน้า
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	38
ภาคผนวก ข รูปภาพประกอบการทำวิจัย	41
ประวัติผู้วิจัย	52



สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 9 กิจกรรม 3 มิติ	6
ตารางที่ 4.1	แสดงพื้นที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหาร	21
ตารางที่ 4.2	แสดงพื้นที่การจัดส่ง	21
ตารางที่ 4.3	แสดงช่องทางการส่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์	22
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนรายการอาหาร	22
ตารางที่ 4.5	แสดงช่องทางการชำระเงิน	23



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาในยุค Logistics 4.0 ธุรกิจในอนาคตมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีส่วนดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ หากมองแนวคิดของโลจิสติกส์ซึ่งถือเป็นงานบริหารจัดการความต้องการของความต้องการซื้อ (Demand) และความต้องการขาย (Supply) ความพยายามลดช่องว่างของซัพพลายเชนให้สั้นลง ผู้ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น มุ่งพัฒนาความสามารถของการเพิ่มและส่งต่อคุณค่าที่มีอยู่ในวันที่โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 ที่มีการเปลี่ยนจากการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) สู่การผลิตแบบเฉพาะให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Customized Production) และพัฒนาโดยใช้การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพิ่มขึ้นด้วยการทำความเข้าใจในการพัฒนาการของ Industrial 4.0 และ Logistics 4.0 และ Marketing 4.0 ซึ่งมีความสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจและก่อให้เกิดประโยชน์และมูลค่าเพิ่มของสินค้า ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ โดยมองว่าการเติบโตของระบบคือการเติบโตของธุรกิจ กล่าวคือการสร้างระบบการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ ในระดับที่เหมาะสมเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถทางการแข่งขัน ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงธุรกิจอย่างชาญฉลาด แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ใช้ประเทศผู้ผลิตเทคโนโลยี แต่เพื่อเพิ่มโอกาสและการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจ จึงต้องสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในระดับที่เหมาะสมกับพื้นฐานทางธุรกิจของตนสำหรับการสร้างทางเลือก การตัดสินใจ รวมถึงการจัดการกระบวนการต่างๆ ทางธุรกิจ อย่างชาญฉลาด (Intelligent data) ควบคู่ไปกับการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีที่มีอยู่ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ให้กับผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งนี้ภาครัฐถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะเข้ามามีส่วนช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวเข้าสู่กระบวนการดิจิทัล (Digital Process) ได้โดยเริ่มจากการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของภาครัฐในรูปแบบดิจิทัล เน้นการดำเนินงานอย่างบูรณาการ เพื่อลดความยุ่งยากซับซ้อน และช่วยอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนอย่างเต็มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามในยุค 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตตามแนวทางของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่มีหน้าที่ในการบริหารโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ของประเทศไทย

สิ่งสำคัญของการนำองค์ความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนจึงได้มีบทบาทจากการวิเคราะห์ของกรมอนามัย (2559) ที่ให้แนวทางด้านสุขภาพว่าจำเป็นต้องมีระบบการดูแล และการส่งเสริมกิจกรรมการรักษาสุขภาพแวดล้อมรอบตัวที่กำลังเปลี่ยนแปลงในอัตราเร่งที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้สังคมโลกรวมถึงประเทศไทยต้องปรับตัวเพื่อการดำรงคงอยู่ในกระแสของการเปลี่ยนแปลงทำให้วิถี

ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป สภาพปัญหาสุขภาพและปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับสุขภาพเป็นไปอย่างซับซ้อนกว่าในอดีตมาก พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์เปลี่ยนไปทำให้คุณภาพชีวิตและสุขภาพประชาชนต้องเผชิญหน้ากับความเสื่อมถอยของสุขภาพกายและใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุถือเป็นความท้าทายที่สำคัญของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่จำเป็นต้องมีการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ ในขณะที่โรคอุบัติใหม่ที่เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญ ได้แพร่กระจายอย่างไร้พรมแดน ประกอบกับปัญหามลพิษจากสิ่งแวดล้อม, การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก และมีการขยายตัวของสังคมเมืองเพิ่มขึ้น ประชาชนไทยจึงต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพและมีปัญหาสุขภาพอันอาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม

จากการเติบโตของระบบดิจิทัลและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงได้มีธุรกิจการจำหน่ายอาหารออนไลน์ในกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพในอาหารหลายหลายประเภท ซึ่งอาหารประเภทที่ได้รับความนิยมคืออาหารกล่องพร้อมรับประทานที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในปัจจุบันเนื่องด้วยวิถีชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละวันต้องใช้ชีวิตอยู่บนความเร่งรีบ เต็มไปด้วยขีดจำกัดทางด้านเวลา ทำให้เวลาที่จะจัดเตรียมอาหารเพื่อรับประทานเองนั้นน้อยลง ส่งผลให้ผู้บริโภคมองหาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่เน้นความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก จึงทำให้เกิดธุรกิจการจำหน่ายสินค้าอาหารออนไลน์เข้ามามีบทบาทตอบสนองความต้องการในช่วงเวลาเร่งด่วน แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่อาจยังไม่ทราบแน่ชัดในด้านของการสูญเสียไปกับสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นการตระหนักและให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มจึงต้องคำนึงถึงการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เพื่อให้มีกระบวนการและแนวทางที่ชัดเจนในการสร้างคุณภาพและมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

จากความรู้และปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นโลจิสติกส์และซัพพลายเชนจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถเกิดความสอดคล้องระหว่างกันในการพัฒนาศักยภาพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ซึ่งควรมีการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ให้เกิดการพัฒนารัฐกิจสินค้าออนไลน์ส่งเสริมการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทานในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนของสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการพัฒนารัฐกิจสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

1.2.3 เพื่อเป็นประโยชน์เชิงแนวทางปฏิบัติในการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ ในอนาคตที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมดิจิทัลตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตของเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการสร้างเครื่องมือและวิเคราะห์ผลการวิจัย

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่

1.3.2.1 กรุงเทพมหานคร

1.3.2.2 จังหวัดพื้นที่ปริมณฑล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์และ/หรือผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพประเภทอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง โดยกระจายวงกว้างในเขตกรุงเทพและปริมณฑลอย่างทั่วถึงเพื่อรวบรวมข้อมูลให้หลากหลายเพียงพอ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ราย

1.3.3 ขอบเขตเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ตั้งแต่กระบวนการจัดทำเนื้อหาสาระสำคัญของหัวข้อการค้นคว้าอิสระ ระเบียบวิธีวิจัย การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล สรุปผลตามวัตถุประสงค์ จนถึงขั้นตอนการส่งรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล (CD ROM) โดยใช้เวลาดังตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ถึง วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผู้สนใจและผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ได้ทราบถึงสถานการณ์การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนของสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

1.4.2 ผู้สนใจและผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์มีแนวทางการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการพัฒนาธุรกิจสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

1.4.3 นำผลไปจัดเป็นการเรียนการสอนเกี่ยวกับการส่งเสริมการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ด้วยการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่มีคุณภาพ

1.4.4 นำผลงานวิจัยไปเผยแพร่ในวารสารระดับชาติและนานาชาติในการประชุมวิชาการ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

โลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการโซ่อุปทาน ที่เกี่ยวเนื่องกับการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมการไหลของงานและข้อมูลต่าง ๆ ตามระบบและการไหลย้อนกลับ ซึ่งรวมถึง การจัดเก็บสินค้า การบริการ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกันระหว่างจุดกำเนิดและจุดบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

อาหารกล่องเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารปรุงทั้งสุกและไม่สุกโดยมีส่วนประกอบที่ไม่ก่อให้เกิดหรือปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ผ้าจก ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่ต้องสร้างความปรารถนา และรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีงาม จึงทำให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เกิดความภาคภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและมีคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บที่ควรจะมีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในแนวทางการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ผ้าจกในจังหวัดราชบุรี สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ ดังนี้

- 2.1 มาตรฐานด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
- 2.2 แนวคิดอุตสาหกรรม 4.0 (Industrial 4.0)
- 2.3 มูลค่าอาหารเพื่อสุขภาพ
- 2.4 บรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อการขนส่ง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 มาตรฐานด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

2.1.1 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

การจัดการโลจิสติกส์จะประกอบด้วยกิจกรรมทั้งสิ้น 9 กิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์จะประกอบด้วยกิจกรรมทั้งสิ้น 9 กิจกรรม ได้แก่ การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน (Customer Service and Support) การจัดซื้อจัดหา (Purchasing and Procurement) การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ (Logistics Communication and Order Processing) การขนส่ง (Transportation) การเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า (Facilities Site Selection, Warehousing and Storage) การวางแผน หรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting and Planning) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ และการบรรจุหีบห่อ (Materials Handling and Packaging) และโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) โดยมีมิติที่ใช้ประเมินประสิทธิภาพของแต่ละกิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบด้วย 3 มิติ คือ มิติด้านเวลา มิติ ด้านต้นทุน มิติด้านความน่าเชื่อถือ เครื่องมือประเมินประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ได้ถูกพัฒนาขึ้นมา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ของบริษัท โดยจะแบ่งกิจกรรมโลจิสติกส์ ออกได้เป็น 9 กิจกรรม และจะใช้มิติการประเมินประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 3 มิติเพื่อกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ขึ้นมาจากนั้นจะทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพและสมรรถนะการดำเนินงานของบริษัท/ผู้ประกอบการดังแสดงในตารางที่ 1 (สำนักโลจิสติกส์, 2556)

ตารางที่ 1.1 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 9 กิจกรรม 3 มิติ

กิจกรรมโลจิสติกส์	มิติด้านต้นทุน	มิติด้านเวลา	มิติด้านความน่าเชื่อถือ
1. การวางแผนหรือการคาดการณ์ ความต้องการของลูกค้า	สัดส่วนต้นทุนการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าต่อยอดขาย	รอบเวลาของการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า	อัตราความแม่นยำการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า
2. การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน	สัดส่วนต้นทุนการให้บริการลูกค้าต่อมูลค่ายอดขาย	รอบเวลาการเติมเต็มคำสั่งซื้อ	อัตราการส่งมอบอย่างสมบูรณ์
3. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ	สัดส่วนมูลค่าการลงทุนเกี่ยวกับการติดตั้งระบบการสื่อสารภายในองค์กรต่อมูลค่ายอดขาย	รอบเวลาการส่งคำสั่งซื้อภายในองค์กร	อัตราความแม่นยำของการออกไปสั่งซื้อไปยังแผนกอื่นๆ
4. การจัดซื้อจัดหา	สัดส่วนต้นทุนการจัดซื้อจัดหาต่อมูลค่ายอดขาย	รอบเวลาการจัดซื้อ	อัตราการส่งมอบอย่างสมบูรณ์ของผู้ผลิต
5. การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ และการบรรจุหีบห่อ	สัดส่วนมูลค่าสินค้าที่เสียหายต่อยอดขาย	รอบเวลาของการถือครองและการบรรจุภัณฑ์สินค้า	อัตราความเสียหายของสินค้า
6. การเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า	สัดส่วนต้นทุนการบริหารคลังสินค้าต่อยอดขาย	รอบเวลาการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปในคลังสินค้า	อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง
7. การบริหารสินค้าคงคลัง	สัดส่วนต้นทุนการถือครองสินค้าต่อยอดขาย	รอบเวลาของการเก็บสินค้าสำเร็จรูปอย่างเพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	อัตราจำนวนสินค้าสำเร็จรูปขาดมือ
8. การขนส่ง	สัดส่วนต้นทุนการขนส่งต่อมูลค่ายอดขาย	รอบเวลาการจัดส่งสินค้า	อัตราการส่งมอบอย่างสมบูรณ์ของแผนกขนส่ง
9. โลจิสติกส์ย้อนกลับ	สัดส่วนมูลค่าสินค้าที่ถูกตีกลับต่อยอดขาย	รอบเวลาของการรับสินค้าคืนจากลูกค้า	อัตราการถูกตีกลับของสินค้า

2.1.2 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านซัพพลายเชน

กระบวนการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) หรือ SCM เป็นกระบวนการของการบริหารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบสู่กระบวนการผลิต กระบวนการสั่งซื้อ จนกระทั่งส่งสินค้าถึงมือลูกค้าให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมกับสร้างระบบให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลที่ทำให้เกิดกระบวนการทำงานของแต่ละหน่วยงานส่งผ่านไปทั่วทั้งองค์กร การไหลเวียนของข้อมูลยังรวมไปถึงลูกค้า และผู้จัดส่งวัตถุดิบด้วยจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) มีส่วนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรยกระดับความสามารถในการบริหาร เช่น การลดสินค้าคงคลัง การเพิ่มผลิตภาพหรือการลดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงาน ส่งเสริมความเติบโตของธุรกิจ เช่น การเพิ่มโอกาสในการออกสินค้าใหม่ให้เร็วขึ้น การเปิดตลาดใหม่ๆ การสร้างความพอใจแก่ลูกค้ามากขึ้นส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ เช่น การลดต้นทุนธุรกิจ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น

การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) คือ กระบวนการโดยรวมของการไหลของวัสดุสินค้า ตลอดจนข้อมูลและธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านองค์กรที่เป็นผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ไปจนถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยที่องค์กรต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจต่อกัน

การประเมินกิจกรรมในโซ่อุปทานนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 5 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Delivery) และการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) ซึ่งแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยง รวมถึงมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังนั้นการประเมินประสิทธิภาพโซ่อุปทาน จึงต้องพิจารณาในภาพรวมทั้งระบบ โดยเน้นที่ความต้องการของลูกค้าขั้นสุดท้ายเป็นหลัก ทั้งนี้ขอบเขตในแต่ละกระบวนการแบ่งได้ดังนี้

1. การวางแผน (Plan) มีขอบเขตรอบคลุมถึงการวางแผนอุปสงค์-อุปทาน รวมถึงการบริหารจัดการในด้านต่างๆโดยให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายทางการเงินของแต่ละองค์กร

2. การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) เริ่มจากการบ่งชี้และเลือกแหล่งวัตถุดิบ, ขั้นตอนการจัดส่ง รับและตรวจสอบจนถึงการอนุมัติการจ่ายเงินให้ผู้จัดส่งวัตถุดิบ รวมถึงการจัดการกฎข้อบังคับทางธุรกิจ การประเมินสมรรถนะการจัดการสินค้าคงคลัง รวมถึงการสร้างโครงข่ายผู้จัดส่งวัตถุดิบ

3. การผลิต (Make) ครอบคลุมถึง การผลิตเพื่อจัดเก็บ (Make to Stock) การผลิตตามคำสั่ง (Make to Order) และการผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม (Engineer to Order) โดยมีกระบวนการ จำแนกประเภทสินค้าที่จะผลิต การทดลองผลิตสินค้า การทดสอบคุณภาพ การบริหารจัดการข้อมูล การจัดการ WIP (Work in Process) การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต จนกระทั่งถึงการดูแลด้านการจัดส่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า

4. การจัดส่ง (Deliver) กระบวนการจัดการค่า สั่งซื้อของลูกค้าในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตไว้ล่วงหน้าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่ง และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามการออกแบบทางวิศวกรรม การจัดการคลังสินค้า และการออกเอกสารต่าง ๆ

5. การส่งคืนสินค้าจากลูกค้า (Return) เป็นการรับคืนผลิตภัณฑ์จากลูกค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีตำหนิวัสดุสิ้นเปลือง และผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน และการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่รับคืนมา เช่น การกำจัด การส่งผลิตภัณฑ์ทดแทนรวมถึงการเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ส่งคืนคงคลัง (สำนักโลจิสติกส์, 2556)

2.2 แนวคิดอุตสาหกรรม 4.0 (Industrial 4.0)

“THAILAND 4.0” เป็นวิสัยทัศน์ใหม่ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมใหม่ 4.0 เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี ซึ่งรัฐบาลกำลังขับเคลื่อนและหน่วยงานของรัฐและเอกชนต่างออกมาสอดรับในการผลักดันให้เป็นโมเดลหรือต้นแบบสู่การปฏิบัติในการพัฒนาประเทศไทยใน 5 ปีข้างหน้าและอยู่ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งนัยของสภาพัฒน์ฯ ถือเป็นส่วนแรกของแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว โดยจะต่อยอดให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อเนื่องไปอีก 3 แผนจนถึงแผนพัฒนาฉบับที่ 15 แนวคิดไทยแลนด์ 4.0 เป็นการแบ่งยุคการปฏิวัติหรือแบ่งยุคเศรษฐกิจเป็น 4 ยุค เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะยาวโดยแบ่งเป็น 4 ช่วง สิ้นสุดในปี พ.ศ. 2579 ซึ่งจะสอดรับกับแนวคิด “อุตสาหกรรม 4.0 / INDUSTRY 4.0” เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่โดยคาดการณ์ว่าโลกในอนาคตจะเป็นสังคมดิจิทัล (DIGITAL SOCIETY) ซึ่งอุตสาหกรรมที่แข่งขันได้จะต้องยกระดับเป็นอุตสาหกรรมอัจฉริยะหรือเรียกได้ว่าเป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรมช่วงที่ 4 โดยกำหนดว่าในปี พ.ศ.2576 (ค.ศ.2033) จะเข้าสู่ยุคใหม่ของอุตสาหกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจในรูปแบบ THAILAND 4.0 การปฏิรูปแนวทางการพัฒนาประเทศ ในช่วง 50 ปี ที่ผ่านมเศรษฐกิจไทยส่วนใหญ่ขับเคลื่อนจากอุตสาหกรรมซึ่งใช้แรงงานเข้มข้น ภาคเอสเอ็มอีของไทยมีความอ่อนแอกว่าครึ่งยังติดอยู่ในอุตสาหกรรมช่วงที่ 2 อุตสาหกรรมส่งออกส่วนใหญ่ไม่มีแบรนด์และนวัตกรรมของตนเองเป็นอุตสาหกรรมลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) หรือเป็นฐานการผลิตให้กับเจ้าของแบรนด์ต่างชาติ ซึ่งนอกเหนือจากได้มูลค่าเพิ่มน้อยยังเสี่ยงต่อการถูกย้ายฐานการผลิตในอนาคต ที่ผ่านมารายได้เฉลี่ยของคนไทย (ปี 2557) ติดอันดับอยู่ในระดับรายได้ปานกลางระดับสูงเฉลี่ยปีละ 4,121 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี (สศช.) หรือประมาณ 1.454 แสนบาทเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน (แต่บางข้อมูล 5,281 เหรียญสหรัฐ หรือ1.848 แสนบาท) โดยรัฐบาลคาดหวังว่าหลังจากเมื่อสิ้นสุดปี พ.ศ.2564 รายได้ของประชาชนต่อปี จะเป็น 8,200 เหรียญสหรัฐ และในปี 2579 รายได้ของคนไทยจะเป็น 15,000 เหรียญสหรัฐหรือใน 20 ปี ข้างหน้ารายได้ของคนไทยจะเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน 3.64 เท่า แต่มีข้อแม้ว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจต้องเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี จึงเป็นความท้าทายค่อนข้างสูง ทั้งนี้ในอนาคตข้างหน้าคาดว่าขีดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกไทยทั้งด้านอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการเกษตร และสินค้าเกษตร มีแนวโน้มขีดความสามารถในการแข่งขันจะลดน้อยถอยลงทั้งจากต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยถอยลง และข้อจำกัดและปัจจัยเอื้อภายในประเทศ รวมทั้งการย้ายฐานการผลิตจะทำให้การส่งออกของไทยจะลดน้อยถอยลงเป็นลำดับจากในอดีตที่เคยเป็นบวกร้อยละ 7-8 แต่ในช่วงที่ผ่านมากลายเป็นการส่งออกถดถอยต่อเนื่องเข้าปีที่ 4 (พ.ศ.2556-2559)

นอกจากนี้เศรษฐกิจไทยซึ่งขับเคลื่อนจากเศรษฐกิจ 3.0 โดยในอดีตเคยเติบโตด้วยเฉลี่ยถึงร้อยละ 5 ถึง 6 แต่ในช่วงสามปี ที่ผ่านมเศรษฐกิจไทยขยายตัวเฉลี่ย 2.26 และคาดว่าปี 2559 จะขยายตัวประมาณร้อยละ 3.1 เป็นอัตราการเติบโตต่ำสุดของอาเซียน และดูเหมือนว่าจะกลายเป็น

ผู้ป่วยแห่งอาเซียนแทนประเทศฟิลิปปินส์ ดังนั้นภายใต้ “ยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0” จะเป็นการปฏิรูปขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยทั้งโครงสร้างไปสู่เศรษฐกิจซึ่งมีมูลค่า (VALUE BASED ECONOMY) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและดิจิทัลแห่งอนาคต และไม่ใช่เฉพาะด้านอุตสาหกรรมแต่ต้องครอบคลุมไปถึงบริการในทุกสาขา รวมไปถึงภาคเกษตรและเกษตรแปรรูป โดยเฉพาะด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งจะเป็นแรงงานและผู้ประกอบการใหม่แห่งอนาคต (ดร.ธนิต โสรัตน์, 2559)

2.3 มูลค่าอาหารเพื่อสุขภาพ

ความนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพทั่วโลกเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไทยติดอันดับ 1 ใน 20 ของโลก แต่ละปีการบริโภคอาหารสุขภาพมีมูลค่าสูงกว่า 30 ล้านล้านบาท ผลการสำรวจของยูโรโมนิเตอร์ อินเตอร์เนชันแนล (Euromonitor International) พบว่า มูลค่าตลาดของอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 6-7 ต่อปี และคาดการณ์ว่าในพ.ศ. 2560 มูลค่าตลาดอาจสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ราว 33 ล้านล้านบาท

ประเทศที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสูง มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ จีน รองลงมาเป็นบราซิล และสหรัฐอเมริกา อยู่ในอันดับ 3 ส่วนไทยอยู่ในอันดับ 19 แต่ที่น่าสนใจ คือ เวียดนามและกัมพูชา ก็มีมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพรองจากไทยเพียงเล็กน้อย โดยอยู่ในอันดับที่ 20 และ 21 ข้อมูลจากสถาบันอาหารกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า นับตั้งแต่พ.ศ. 2553 ตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีมูลค่ากว่า 9 หมื่นล้านบาท พ.ศ. 2557 อยู่ที่ 1 แสน 8 หมื่นล้านบาท และคาดว่าพ.ศ. 2558 จะเติบโตร้อยละ 14 เป็น 2 แสนล้านบาท มีการประเมินว่าพ.ศ. 2558 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มาแรง ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันแนล มีมูลค่าสูงถึง 9 หมื่น 3 พันล้านบาท รองลงมา คือ อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการควบคุมน้ำหนัก (ไทยรัฐออนไลน์, 2559)

จะเห็นได้ว่าความสำคัญของธุรกิจคือการสร้างความแตกต่างและการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แม่นยำ การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทอาหารจึงต้องใส่ใจในการมอบความคุ้มค่าให้กับผู้บริโภคเจ้าของธุรกิจจึงต้องมุ่งมั่นศึกษาและทบทวนผลกระทบในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารสุขภาพจะต้องมีกระบวนการจัดการที่เป็นระบบเพื่อให้คุณภาพของสินค้าคงอยู่เมื่อถึงปลายทางผู้บริโภคตั้งแต่การวางแผนสรรหาวัตถุดิบ การปรุง การขนส่งและจัดเก็บวัตถุดิบ การควบคุมตรวจสอบคุณภาพการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค และยังรวมถึงการเพิ่มจำนวนลูกค้าแล้วต้องอาศัยการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างมาตรฐานในการขายสินค้าและบริการ

2.4 บรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อการขนส่ง

2.4.1 บทบาทของบรรจุภัณฑ์อาหาร

ผลิตภัณฑ์อาหารใด ๆ จะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของตลาดนั้น จำต้องมีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่วัตถุดิบ ขั้นตอนระหว่างการผลิตและการบรรจุ เพื่อให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตและจัดส่งแต่ละครั้งมีคุณภาพอย่างคงที่ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพอาหารได้อย่างแน่นอนและสม่ำเสมอแล้ว โอกาสที่บรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมทางการตลาดจะประสิทธิผลสูงซึ่ง

จะเป็นไปตามสัจธรรมที่ว่าบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าแต่สามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้บรรจุภัณฑ์อาหารมีบทบาทสำคัญในการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะช่วยรักษาคุณภาพอาหารซึ่งอาจทำให้เปลี่ยนแปลงไปโดยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์หลักที่จัดว่าสำคัญมาก คือ การยืดอายุการเก็บของอาหารให้ยาวนานขึ้น และสามารถรักษาคุณภาพของอาหารให้คงอยู่จนกระทั่งบริโภคหมด ในแง่ของการส่งออกจำเป็นอย่างยิ่งที่บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพของความหอมและรสชาติความอร่อยจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผลผลิตทางด้านเกษตรมากมาย การส่งออกอาหารจากการแปรรูปผลผลิตการเกษตรจะนำมาซึ่งเงินตราเข้าประเทศ แต่ความไม่ได้มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์อาหารเป็นที่ตระหนักเมื่อมีการส่งสินค้าบริโภคออกสู่ตลาดโลกหรือเมื่อวางจำหน่ายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตที่ต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์เป็นเซลล์แมนให้ในการช่วยขายสินค้าและมีการเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์พร้อมสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ภายใ้การค้าแบบโลกาภิวัตน์นี้จึงไม่มีประเทศใดในโลกที่จะอยู่อย่างโดดเดี่ยวและเผด็จประเทศอื่น ๆ ทำการค้ากันได้ เพราะในไม่ช้าประเทศเหล่านั้นจะเข้ามาครอบครองตลาดของประเทศที่ไม่คิดจะขยายการค้าในที่สุด

2.4.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารบรรจุภัณฑ์อาหาร

วิทยาการที่รวมเทคโนโลยี 2 สาขาเข้ามาด้วยกัน คือ เทคโนโลยีอาหารและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากเป็นวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของชีวิต เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร บรรจุภัณฑ์ได้สถาปนาตัวเองในสถานะของวิทยาการใหม่ อุตสาหกรรมอาหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้นนวัตกรรมทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ทยอยกันเกิดขึ้น เช่น ถังต้มในน้ำร้อนได้ (Retort Pouch) การออกแบบเครื่องจักรใหม่ เช่น เครื่อง Form-Fill-Seal และกระบวนการผลิต เช่น การผลิตนมกล่องเพื่อสนองกับความต้องการของผู้บริโภคบริโภคในนานาประเทศทั่วโลกปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร คือ สถานะการค้าระหว่างประเทศ ในสภาพที่โลกไม่ได้ถูกแบ่งกันด้วยเขตแดนต่าง ๆ สินค้าต่าง ๆ สามารถกระจายได้ไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้ ผลกำไรและปริมาณการค้าที่ไม่มีเขตจำกัดทำให้การค้าระหว่างประเทศขยายมากขึ้นทุกปี บรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้ในการตกแต่งสินค้าสำหรับแต่ละภูมิภาคหรือแต่ละประเทศย่อมแตกต่างกันไป

เริ่มจากระดับการป้องกันย่อมต้องดีขึ้นกว่าเดิมเพราะจำเป็นต้องขนส่งระยะไกลขึ้น และยังต้องแข่งขัน ณ จุดขายที่มีสินค้าจากนานาประเทศทั่วโลกมาวางแข่งกัน กฎเกณฑ์และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอาหารและบรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเทศย่อมแปรตามกันไปด้วย ความสำเร็จขององค์กรใด ๆ ในอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร จึงจำต้องปรับสถานะและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามไปด้วย การควบคุมคุณภาพอาหารและกระบวนการที่จะทำให้มีต้นทุนการผลิตน้อยที่สุดเป็นหนทางการอยู่รอดในยุคนี้ ดังนั้น การพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ และการปรับปรุงระบบการขนส่งในแต่ละประเทศ ถือเป็นกุญแจสำคัญที่สามารถเปิดประตูสู่การลดความเสียหายและสร้างความมั่นใจได้ว่า อาหารสามารถนำไปส่งถึงมือผู้ที่ต้องการได้โดยปลอดภัยในการขนส่งสินค้าอาหาร

บรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะช่วยรักษาอาหารให้คงอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็เป็นยังประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะช่วยขนส่งสินค้าโดยสะดวก เช่น อาหารที่

บรรจุในกระป๋องเมื่อนำลงในกล่องกระดาษจะทำให้สามารถทำการขนถ่ายได้เป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งลดปริมาณพื้นที่ในการเก็บคงคลัง ก่อให้เกิดความสะดวกในการเรียงซ้อน ซึ่งผู้ประกอบการค้าโดยทั่วไปได้ค้นพบว่า การเพิ่มต้นทุนของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ยังผลให้ต้นทุนรวมของสินค้ามีมูลค่าถูกลง และผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงปัจจัยต่อมาที่ต้องพิจารณาถึงคือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้วัสดุดิบ การออกแบบ พลังงานที่เลือกใช้ และการทำลายซากบรรจุภัณฑ์ คำกล่าวในสมัยโบราณที่ว่า "ของดีย่อมจะแพง" คงประยุกต์ใช้ไม่ได้ในสมัยนี้ เนื่องจากสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นทุก ๆ ปี การจำกัดสภาวะการผลิตในรูปแบบของข้อบังคับไม่ว่าในรูปแบบของ ISO 9000 หรือ ISO 14000 ย่อมเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการจะต้องพยายามผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ดังกล่าว และยังมีราคาถูกพอที่จะสู้กับการแข่งขัน ต้นทุนของพลังงานเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งไม่ว่าจะเป็นพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิต หรือพลังงานที่ใช้ในการขนส่ง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การลดน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์โลหะย่อมส่งผลให้การใช้พลังงานต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ลดน้อยลง พร้อมทั้งลดค่าพลังงานในการขนส่งเนื่องจากมีน้ำหนักลดน้อยลง นอกจากนี้

การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นกระแสรุนแรงอย่างยิ่งในประเทศที่พัฒนาแล้วและมีกำลังซื้อสินค้าจากประเทศที่กำลังพัฒนา ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างการยอมรับและเป็นแนวทางไปสู่ความสำเร็จในสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.4.3 การถนอมอาหารกับคุณภาพของอาหาร

การรักษาระดับคุณภาพของอาหารนั้น ๆ ให้ไว้ในระดับคงที่ และยาวนานที่สุดที่จะเป็นได้ โดยการลดหรือกำจัดปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร ในขณะเดียวกันก็รักษาคุณภาพเป็นที่ต้องการไว้ได้จนกระทั่งส่งถึงมือผู้บริโภคทราบเท่าที่อาหารยังจำเป็นสำหรับมนุษย์ คุณภาพและการเก็บรักษาจึงคงเกี่ยวพันกันอย่างแยกไม่ได้ คุณค่าและปริมาณทางโภชนาการที่เหมาะสมสำหรับมนุษย์แปรผันตามการจัดเก็บอย่างปลอดภัยในสภาวะที่เหมาะสมของระบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทำหน้าที่รักษาคุณค่าและคุณภาพของอาหารไว้ในระยะเวลาที่กำหนด บรรจุภัณฑ์อาหารที่ดีต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

2.4.3.1 สุขอนามัยอาหารต้องไม่เจือปนด้วยสารพิษใด ๆ ในปริมาณที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ปริมาณบริโภคที่เหมาะสมแปรตามความถี่ในการบริโภคและปริมาณอาหารที่ร่างกายสามารถย่อยสลายได้ ส่วนระดับของสารพิษที่พกตัวในระหว่างการผลิตและการจัดจำหน่าย จะต้องไม่เกิดสะสมจนทำให้อาหารเสื่อมคุณภาพในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับไม่ได้

2.4.3.2 คุณค่าทางโภชนาการคุณค่าทางโภชนาการ คือปริมาณของสารอาหารที่มีอยู่ในอาหาร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค คุณค่าทางโภชนาการอาหารแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1) สารอาหารในรูปของพลังงานที่ถูกกักเก็บไว้ในรูปทางเคมี เช่น ไขมันและแป้ง ซึ่งการเสื่อมสลายของพลังงานอาจเกิดการย่อยสลายหรือการบริโภคโดยสิ่งมีชีวิต เช่น เชื้อราและแมลง เป็นต้น

2) สารอาหารที่มีคุณค่าในการรักษาความสมดุลของร่างกาย เช่น กรดอะมิโน วิตามินต่างๆ และแร่ธาตุต่างๆ เป็นต้น

2.4.3.3 คุณสมบัติทางด้านรสชาติหรือกลิ่น พิจารณาจากในแง่ของผู้ผลิตอาหาร คุณสมบัติทางด้านรสชาติหรือกลิ่น หมายถึงระดับความพอใจที่ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนกลุ่มใหญ่ ในสภาพแวดล้อมใด ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ในแง่ของบรรจุภัณฑ์แล้วคุณสมบัติของรสชาติและกลิ่นมีความสัมพันธ์กับสภาวะของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ด้อยคุณภาพหรือไม่ดีพออาจทำให้เกิดกลิ่นและรสที่ไม่พึงประสงค์

2.4.3.4 คุณภาพของเทคโนโลยีคุณภาพ ในแง่นี้ส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาซึ่งไม่มีทางเลือกมากนักในการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ดีพอ คุณภาพของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อผู้ผลิตในการที่จะเลือกใช้วัสดุหรือเทคนิคในการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม รวมทั้งเทคโนโลยีในการแปรรูปอาหาร หรือเทคนิคการยืดอายุของอาหาร

2.4.4 บรรจุภัณฑ์เพื่อการรักษาคุณภาพอาหาร

บทบาทของบรรจุภัณฑ์ในอีกแง่หนึ่ง คือ เป็นเครื่องมือในการช่วยรักษาคุณค่าของอาหาร และทำหน้าที่ในการรักษาคุณภาพอาหาร 2 ทาง คือ การปกป้องเชิงรับและการปกป้องเชิงรุก แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการปกป้องเชิงรับและการปกป้องก็ตาม ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณค่าหรือด้อยคุณภาพลง กล่าวคือ ตัวบรรจุภัณฑ์เองไม่ไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์อาหาร นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์อาหารโดยเฉพาะพลาสติกยังต้องทำหน้าที่ช่วยเก็บกลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารไว้ กลิ่นที่เปลี่ยนแปลงอาจเกิดจากสิ่งแปลกปลอมจากบรรยากาศซึมผ่านผิวของบรรจุภัณฑ์เข้าไปทำปฏิกิริยา หรืออาจเกิดจากกลิ่นที่อยู่ในอาหารถูกดูดซึมโดยบรรจุภัณฑ์หรือกลิ่นซึมผ่านออกสู่บรรยากาศภายนอก

2.4.4.1 การปกป้องเชิงรับ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ใส่อาหารเพียงอย่างเดียว ทำหน้าที่เป็นตัวกั้นผลิตภัณฑ์ไม่ให้สัมผัสกับบรรยากาศภายนอก บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่เป็นกลไกในการปกป้องผลิตภัณฑ์จากสิ่งเหล่านี้ การป้องกันทางกายภาพผลิตภัณฑ์อาหารจำต้องได้รับการปกป้องจากภัยอันตรายดังต่อไปนี้

1) **การรั่ว** การหลุดรอดของผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษา เป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้น ปรากฏการณ์เช่นนี้ ดูเหมือนว่าจะเกิดจากการปิดผนึกที่ไม่แข็งแรงพอที่จะรองรับแรงกระแทกหรือแรงดันทะลุระหว่างการส่ง อีกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในแถบประเทศเขตร้อน ก็คือ การทำลายบรรจุภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายตัวของแมลงทำให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ในเวลาต่อมา

2) **การซึมผ่านวัสดุ** ปรากฏการณ์ซึมผ่านของผลิตภัณฑ์อาจเกิดขึ้นได้ทั้งในสถานะของเหลวหรือในสถานะที่เป็นก๊าซ ในกรณีของเหลวภาวะการรั่วซึมส่วนมากจะพบเห็นที่รอยปิดผนึกของถุงพลาสติกทั่ว ๆ ไป เนื่องจากวัสดุบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งหมดยกเว้นรอยเชื่อมของกระป๋องหรือฝาขวดแก้วจะมีรูพรุนเพียงพอที่ก๊าซจะผ่านได้ หากมองในแง่การซึมผ่านของก๊าซบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ใน 2 ลักษณะ คือ

ก. ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซจากภายนอกสู่ภายในบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่

การเกิดการเหม็นหืนของผลิตภัณฑ์จากการซึมผ่านของออกซิเจนที่เข้าไปทำปฏิกิริยา

กลิ่นจากภายนอกปนเปื้อนกับกลิ่นของอาหาร ในสภาวะแวดล้อมที่เต็มไปด้วยกลิ่นหลากหลาย เช่น กลิ่นควัน กลิ่นน้ำมัน ซึ่งสามารถทำปฏิกิริยากับคุณสมบัติของอาหารได้จากการซึมผ่านเข้าไปในบรรจุภัณฑ์

ข. ป้องกันการถ่ายเทจากภายในสู่ภายนอกบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่

ป้องกันการสูญเสียกลิ่นของผลิตภัณฑ์

ลดการระเหยของน้ำ

หลีกเลี่ยงการรั่วซึมของก๊าซที่บรรจุไว้เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยพื้นฐานของบทบาทบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว การปิดผนึกเพื่อป้องกันการรั่วซึมจำเป็นต้องเลือกใช้วัสดุที่ทำบรรจุภัณฑ์จากวัสดุหลายชนิด สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ

- 1) ชนิดของผลิตภัณฑ์
- 2) วิธีการในการเก็บรักษาและระดับของอุณหภูมิที่เหมาะสม
- 3) ความเสี่ยงต่อมลภาวะ
- 4) อายุการเก็บที่ต้องการ

2.4.4.2 การปกป้องเชิงรุก เมื่อใดก็ตามที่บรรจุภัณฑ์มีบทบาทต่อการเตรียมและรักษาผลิตภัณฑ์อาหาร บทบาทของบรรจุภัณฑ์นั้นก็นับเป็นการปกป้องเชิงรุก ในปัจจุบันนี้ ด้วยวิวัฒนาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีระบบบรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบเฉพาะด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่น่าสนใจมีดังนี้คือการฆ่าเชื้อ หนึ่งในกรรมวิธีการรักษาอาหารที่เก่าแก่ที่สุด คือ การใช้ความร้อนฆ่าเชื้ออาหารที่บรรจุอยู่ในกระป๋องและขวดแก้ว บรรจุภัณฑ์จะต้องถูกปิดผนึกเพื่อกันอากาศได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อป้องกันความร้อนที่จะทำให้รอยผนึกแยกออกจากกันได้ รวมถึงการระเบิดและบวมด้วยวิวัฒนาการของเทคโนโลยีการฆ่าเชื้อก้าวตามไปกับวิวัฒนาการทางด้านบรรจุภัณฑ์ จากการฆ่าเชื้อของกระป๋องและขวดแก้วได้พัฒนามาเป็นซองและภาชนะพลาสติกบรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ วัสดุบรรจุภัณฑ์จะต้องผ่านการฆ่าเชื้อโดยตรง ไม่ว่าจะโดยการฆ่าเชื้อภายใต้สารเคมีหรือการฉายรังสี หรือกรรมวิธีอื่นแล้วจึงบรรจุและปิดผนึกในทันทีภายใต้สภาวะปลอดเชื้อ ภายใต้สภาวะนี้วัสดุบรรจุภัณฑ์และรอยปิดผนึกจะถูกควบคุมให้ปราศจากเชื้ออย่างสมบูรณ์บรรจุภัณฑ์ปรับสภาวะบรรยากาศ ภายใต้การปรับสภาวะบรรยากาศ (ก๊าซแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์บางประเภทเท่านั้น) ระบบของบรรจุภัณฑ์จะเป็นตัวกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์

แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าการวิจัยและเทคโนโลยีขั้นสูงในสาขานี้ถูกเก็บงำเฉพาะในทางธุรกิจ บางสาขาเท่านั้นบรรจุภัณฑ์ชนิดพิเศษ ผลิตภัณฑ์บางประเภทที่มีมูลค่าสูง ๆ แต่ราคาของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จะสูงตามคุณสมบัติในการใช้งานด้วยบทบาทโดยตรงของบรรจุภัณฑ์ที่สูงนี้ให้เห็นถึงความโดดเด่นในภาคหน้าของอุตสาหกรรมอาหาร ดังเห็นได้จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะกลายเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่หรือในการพัฒนากระบวนการผลิตแปรรูปใหม่ ๆ

2.4.5 การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทอาหาร การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประเภทอาหาร มีปัจจัยอันดับแรกที่ต้องพิจารณา คือ คุณลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น เป็นอาหารสดหรือเป็นอาหารที่ได้รับการแปรรูปแล้ว อันดับต่อมา คือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่จะหาได้ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมกับสภาวะตลาด พร้อมทั้งสามารถรักษาคุณภาพของอาหารได้ตามอายุขัย (Shelf Life) ที่ต้องการ ปัจจัยภายนอกที่จะต้องคำนึงถึง คือ เทคนิคในการบรรจุ สภาวะการขนส่ง และการจัดเก็บ ปัจจัยที่สำคัญประการสุดท้าย คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือวิธีการ เช่น ขายตามซูเปอร์มาร์เก็ตหรือขายตามตลาดสด เป็นต้นจากประเภทผลิตภัณฑ์อาหารพื้นฐาน

2.4.6 บรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อ

บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์อาหารในทางกายภาพจากจุลินทรีย์ที่มีจำนวนมหาศาลในบรรยากาศและจากตัวผลิตภัณฑ์เอง ซึ่งวิธีนี้ก่อให้เกิด "บรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อ" ขึ้นมา มีผลิตภัณฑ์ 4 ประเภทที่จำต้องหลีกเลี่ยงจากปฏิกิริยาของจุลินทรีย์ คือ

2.4.6.1 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านการฆ่าเชื้อ เช่น ขนมหัง เครื่องเทศ ซึ่งอาจถูกปนเปื้อนด้วยเชื้อโรค หรือจุลินทรีย์ต่างๆ ในระหว่างการเก็บเกี่ยวและขนส่ง

2.4.6.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทที่หมักด้วยจุลินทรีย์บางประเภท เช่น โยเกิร์ต และไส้กรอก ผลิตภัณฑ์บางประเภทนี้ต้องระวังไม่ให้ถูกปนเปื้อนจากจุลินทรีย์ชนิดอื่นๆ ที่มีอยู่ภายนอก หรือแฝงมากับอุปกรณ์เตรียมอาหาร

2.4.6.3 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของสด เช่น ปลาและผัก ต้องผ่านขั้นตอนการทำมาสะอาดที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการเกิดอาหารเป็นพิษ

2.4.6.4 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ฆ่าเชื้อ ตัวผลิตภัณฑ์อาหารจะต้องทนทานต่อการฆ่าเชื้อได้ กล่าวคือ หลังการฆ่าเชื้อคุณภาพของอาหารยังเป็นที่ยอมรับได้ในแง่ของการปกป้องเชิงรับนี้เป็นการป้องกันขั้นพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อมภายนอกอันได้แก่ กายภาพ พลังงาน และจุลชีวะมีโอกาสเข้าทำปฏิกิริยากับอาหารภายในบรรจุภัณฑ์น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้

2.4.7 การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับที่มีส่วนผสมของน้ำมัน

ผลิตภัณฑ์อาหารใด ๆ จะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของตลาดนั้น จำต้องมีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่วัตถุดิบ ขั้นตอนระหว่างการผลิตและการบรรจุ เพื่อให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตและจัดส่งแต่ละครั้งมีคุณภาพคงที่ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพอาหารได้อย่างแน่นอน และสม่ำเสมอแล้ว โอกาสที่บรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาดได้ดีขึ้นไปด้วย บรรจุภัณฑ์อาหารมีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะช่วยรักษาคุณภาพอาหาร ซึ่งอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์หลักของการเลือกชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่จัดว่าสำคัญมาก คือ การยืดอายุการเก็บของอาหารให้ยาวนานขึ้น สามารถรักษาคุณภาพของอาหารให้คงอยู่จนกว่าจะบริโภค และช่วยรักษาคุณภาพของกลิ่นและรสชาติความอร่อยจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค นอกจากการรักษาคุณภาพแล้ว ในด้านการขนส่งบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะช่วยรักษาอาหารให้คงอยู่ในสภาพเดิมได้นานที่สุด และช่วยให้ขนส่งสินค้าได้สะดวกมากขึ้น เช่น อาหารที่บรรจุในซองเมื่อนำมาใส่กล่องกระดาษจะทำให้สามารถทำการขนถ่ายได้เป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งลดปริมาตรพื้นที่ในการเก็บคงคลัง ทำให้เกิดความสะดวกในการเรียงซ้อน บทบาทของบรรจุภัณฑ์ในอีกแง่มุมหนึ่ง คือ เป็นเครื่องมือในการช่วยรักษาคุณค่าของอาหาร และทำหน้าที่ในการรักษาคุณภาพอาหารจากภัยอันตรายดังต่อไปนี้

2.4.7.1 แสง ผลิตภัณฑ์อาหารหลายชนิดมีความไวต่อแสงซึ่งก่อให้เกิดปฏิกิริยาทางเคมี และส่งผลให้สีของผลิตภัณฑ์อาหารซีดลง หรือมีสีเข้มขึ้น เกิดการสูญเสียวิตามิน และเกิดการแปรสภาพของโปรตีน

2.4.7.2 ความร้อน การส่งผ่านของความร้อนเกิดขึ้นได้ในรูปแบบของการแผ่รังสี การนำพาความร้อน และการเหนี่ยวนำความร้อน การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความเสี่ยงต่อความร้อนสูงจำต้องควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ระหว่างการเก็บรักษา และการจัดจำหน่าย

2.4.7.3 จุลินทรีย์ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์อาหารในทางกายภาพจากจุลินทรีย์ที่มีจำนวนมากในบรรยากาศและจากตัวผลิตภัณฑ์เอง

2.4.7.4 ลักษณะทางการกายภาพ ปกป้องคุณภาพทางลักษณะปรากฏในระหว่างการขนส่ง ไม่ให้ผลิตภัณฑ์ที่กรอบ หรือแห้ง เกิดการแตกหัก

2.4.7.5 การรั่ว การหลุดรอดของผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง และการเก็บรักษา เป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้น ลักษณะเช่นนี้อาจจะเกิดจากการปิดผนึกที่ไม่แข็งแรงพอที่จะรองรับแรงกระแทก หรือแรงดันทะลุระหว่างการส่ง หรือการทำลายบรรจุภัณฑ์ที่เกิดจากการกัดแทะของแมลง ทำให้เกิดความเสียหายต่อบรรจุภัณฑ์จนทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ

2.4.7.6 การซึมผ่านวัสดุ ปรากฏการณ์ซึมผ่านของผลิตภัณฑ์อาจเกิดขึ้นได้ทั้งในสถานะของเหลวหรือในสถานะที่เป็นก๊าซ ในกรณีของเหลวสภาพการรั่วซึมส่วนมากจะพบเห็นที่รอยปิดผนึกของถุงพลาสติกหรือขวด เนื่องจากวัสดุบรรจุภัณฑ์เกือบทั้งหมดยกเว้นรอยเชื่อมของกระป๋องหรือฝาขวดแก้วจะมีรูพรุนเพียงพอที่ก๊าซจะผ่านได้ หากมองในแง่การซึมผ่านของก๊าซบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ใน 2 ลักษณะ คือ

1) ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซจากภายนอกสู่ภายในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้เกิดการเหม็นหืนของผลิตภัณฑ์จากการซึมผ่านของออกซิเจนที่เข้าไปทำปฏิกิริยา และป้องกันกลิ่นจากภายนอกซึมผ่านเข้าปนเปื้อนผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์

2) ป้องกันการถ่ายเทจากภายในสู่ภายนอกบรรจุภัณฑ์ เพื่อป้องกันการสูญเสียกลิ่นของผลิตภัณฑ์ ป้องกันการระเหยของน้ำ และลดการรั่วซึมของก๊าซที่บรรจุไว้เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

โดยพื้นฐานของบทบาทบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว การปิดผนึกเพื่อป้องกันการรั่วซึมจำเป็นต้องเลือกใช้วัสดุที่ทำบรรจุภัณฑ์จากวัสดุชนิดหลายชนิด สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. ชนิดของผลิตภัณฑ์
2. วิธีการในการเก็บรักษาและระดับของอุณหภูมิที่เหมาะสม
3. ความเสี่ยงต่อมลภาวะ
4. อายุการเก็บรักษาที่ต้องการ

คุณสมบัติของฟิล์ม ที่สามารถป้องกันความเสียหายอันเกิดจากคุณสมบัติต่าง ๆ ของอาหารได้ เช่น

1. ต้องสามารถป้องกันการซึมผ่านของความชื้นได้
2. ต้องป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้ ทำให้ไม่มีคราบน้ำมันซึมออกมาเกาะติดอยู่ที่ผิวนอกของถุง พลาสติกที่สามารถกันไขมันได้ดี

3. ต้องป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้ โดยเฉพาะก๊าซออกซิเจนที่จะเข้าไปทำปฏิกิริยากับไขมันในอาหารทอด พลาสติกที่กันไม่ให้ก๊าซผ่านได้ง่าย และสามารถรักษากลิ่นได้ด้วย เช่น Nylon หรือ PVDC หรือฟิล์มชนิดหลายชั้นที่ประกอบด้วยโวนิลอะซิเตทลามิเนตกับอลูมิเนียมพอลิเอทิลีน

นอกจากนี้ผู้ผลิตยังต้องพิจารณาและศึกษาในเรื่องของอายุการเก็บของขนมหรือระยะเวลาในการวางขาย เครื่องจักรสำหรับบรรจุ รวมทั้งแหล่งผลิตฟิล์มและราคาด้วย เพื่อเป็นข้อกำหนดในการเลือกใช้ถุงพลาสติก ให้เหมาะสม

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์อาหาร ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และลักษณะ เฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุสำหรับอาหารประเภททอด หรืออบกรอบนั้นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ต้องมีสมบัติในการป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ดีเพื่อป้องกันความชื้นซึ่งทำให้สินค้าหยาบกรอบ และเลือกใช้ฟิล์มที่มีสมบัติป้องกันการซึมผ่านของก๊าซออกซิเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ออกซิเจนเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันกับน้ำมันในอาหาร ซึ่งจะทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืน การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีสมบัติด้านการป้องกันการซึมผ่าน ได้ดีจะสามารถช่วยยืดอายุการเก็บของผลิตภัณฑ์อาหาร แต่ผู้ประกอบการสินค้าอาหารทอดหรืออบกรอบส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญหรือขาดความเข้าใจในการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารของตนเอง จึงเป็นสาเหตุให้อาหารเสื่อมสภาพก่อนเวลาอันควร ฟิล์มพลาสติกที่นิยมใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ประเภทถุงหรือซองสำหรับอาหารหรือขนมขบเคี้ยวส่วนใหญ่ จะผลิตจากฟิล์มพลาสติกชนิดต่าง ๆ ประกอบกันหลายชั้น และอาจมีวัสดุอื่นร่วมด้วย เช่น อลูมิเนียมพอลิเมอร์มาประกบด้วย เพื่อเพิ่มให้สมบัติต่าง ๆ ดีขึ้นทั้งในด้านความสามารถในการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำ มีความแข็งแรง และความสามารถในการปิดผนึก โดยฟิล์มพลาสติกแต่ละชนิดที่นำมาประกบกันนี้มีสมบัติและหน้าที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตอาหารจึงต้องศึกษาและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับประเภทของอาหารที่ผลิต เพื่อช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารได้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนาศัคดี ข่ายกระโทก สิริมา บุรณกุล และ กนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์ (2560) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ คือ Facebook ความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ 2 -3 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าออนไลน์ต่อครั้ง น้อยกว่า 500 บาท ชำระค่าสินค้าโดยวิธีเก็บเงินปลายทาง ประเภทสินค้าหรือบริการที่ซื้อ คือ เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายหรือเครื่องนุ่งห่ม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ คือตนเอง ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยรายชื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ การส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ

ชญญา ชินมิตร และพัชนี เขยจรรยา (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกออนไลน์ของผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม 1) กลุ่ม Healthy ตามกระแส 2) กลุ่มนักกีฬากล้ามปู 3) กลุ่มนักชอปปิงจ่อมเซคอิน 4) กลุ่มปาร์ตี้ฟีเฟิล 5) กลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน 6) กลุ่มนักกิจกรรม Outdoor โดยพบว่ากลุ่มสุขภาพ (Healthy) ตามกระแสมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ Facebook Instagram และ Youtube ทางกลุ่มนักกีฬากล้ามปูมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ Youtube กลุ่มนักชอปปิงจ่อมเซคอินมีกลุ่มปาร์ตี้ฟีเฟิลและกลุ่มนักกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor) ความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ Instagram ซึ่งกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้านมี

ความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ Facebook ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานโดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก พฤติกรรมการซื้ออาหารออร์แกนิกของกลุ่ม Healthy ตามกระแสกลุ่มนักกีฬาฟิตเนส นักชอปจ่อมเซคอิน และกลุ่มนักกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor) มีผลการวิจัยพบว่าการทดสอบพบว่ากลุ่มรักสุขภาพ (Healthy) ตามกระแสกลุ่มนักกีฬาฟิตเนสมี นักชอปจ่อมเซคอิน กลุ่มปาร์ตี้เฟลิก กลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน กลุ่มนักกิจกรรม Outdoor มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเลือกซื้อซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานโดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก

จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ 3) ปัจจัยด้านราคา คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าในแอปพลิเคชัน และความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชันในส่วนของการศึกษา ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่าอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อมากกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ประกอบการและนักพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำไปพัฒนาระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นได้

ปรารณา จันทรฉาย (2555) ศึกษาผลกระทบของบทวิจารณ์สินค้าออนไลน์ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของผู้อ่านบทวิจารณ์ และประเภทสินค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อ เกี่ยวกับประเภทของบทวิจารณ์สินค้า ทิศทางความคิดเห็นของบทวิจารณ์ ประเภทของสินค้า และความรู้เกี่ยวกับสินค้าของผู้อ่านบทวิจารณ์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้า

พบว่าประเภทของบทวิจารณ์สินค้า (บทวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญและบทวิจารณ์จากลูกค้าทั่วไป) ทิศทางความคิดเห็นของบทวิจารณ์ (ความคิดเห็นที่เป็นบวก เป็นกลาง และเป็นลบ) ประเภทของสินค้า (สินค้าที่จับต้องได้ และสินค้าประเภทบริการ) และความรู้เกี่ยวกับสินค้าของผู้อ่านบทวิจารณ์ (ความรู้เกี่ยวกับสินค้าอยู่ในระดับสูง และความรู้เกี่ยวกับสินค้าอยู่ในระดับต่ำ) ล้วนแต่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความตั้งใจซื้อสินค้า

สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล (2555) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี อาชีพส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการบนเว็บไซต์ ENSOGO ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการและด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรของเว็บไซต์ ENSOGO ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาดและด้านการบอกต่อ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้เว็บไซต์ ENSOGO กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ส่วนใหญ่รู้จักครั้งแรกจากเพื่อน และเลือกซื้อสินค้า บริการบนเว็บไซต์ เพราะดีลและราคาน่าสนใจ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าประเภทอาหารและเคยซื้อบริการประเภทร้านอาหาร พร้อมทั้งเลือกชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต ทั้งนี้ปัญหาที่พบกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกิดจากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพไม่ตรงกับที่โฆษณาไว้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความต้องการซื้อสินค้าประเภทอาหารและต้องการซื้อบริการประเภทโรงแรม อีกทั้งเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจซึ่งทำให้ตัดสินใจซื้อดีลคูปองได้เร็วขึ้น

ปุลณช์ เดชमानนท์ (2556) ศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด ผลของการศึกษาจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปปรับเป็นกลยุทธ์สนับสนุนการเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ส่วนอาชีพมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการขายเพราะความสะดวกในการรับสินค้า ส่วนเหตุผลของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการขาย ในขณะที่วิธีการสั่งซื้อและระยะเวลาในการสั่งซื้อมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน

เสาวณี จุฬารัชนีกร (2558) ศึกษาการจัดกระบวนการลอจิสติกส์แบบใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง

ผลการวิจัยพบว่า การจัดกระบวนการลอจิสติกส์แบบใหม่ ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งต้องเป็นแบบบูรณาการ ในกิจกรรมหลัก 5 ด้าน และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ซึ่งประกอบด้วย 1) การปฏิบัติ ด้านการผลิตในส่วนของการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบให้เหมาะสมกับปริมาณการผลิต และการควบคุมคุณภาพของ วัตถุดิบและสินค้า 2) การขนส่งต้องมีความหลากหลายในวิธีการขนส่ง 3) คลังสินค้าต้องมีการใช้พื้นที่ ของคลังให้คุ้มค่า 4) การวางแผนคำสั่งซื้อสินค้าคงคลังให้มีปริมาณพอเหมาะ 5) การเก็บรักษาสินค้า ภายใต้อุณหภูมิที่เหมาะสม และผลวิจัยด้านต้นทุนลอจิสติกส์ของอาหารทะเลแช่แข็งอยู่ที่ร้อยละ 8.63 ต่อยอดขาย ซึ่งต่ำกว่าต้นทุนลอจิสติกส์ในอุตสาหกรรมการผลิต แต่สูงกว่าต้นทุนลอจิสติกส์ในอุตสาหกรรม อาหาร และพบว่าต้นทุนลอจิสติกส์ของอาหารทะเลแช่แข็งในธุรกิจขนาดใหญ่จะมีต้นทุนต่ำกว่าในธุรกิจ ขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่วนการลดต้นทุนลอจิสติกส์นั้นผู้ประกอบการอาหารทะเลแช่แข็งต้องลดความ สูญเสียที่เกิดจากสินค้าคงคลังที่มีมากเกินความจำเป็น ลดการสูญเสียจากพื้นที่ของคลังที่ใช้ประโยชน์ไม่คุ้ม และลดการสูญเสียในระบบการขนส่ง สำหรับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับพื้นฐานพบว่า นำมาใช้งาน กับธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็งทั้งขนาดเล็กขนาดกลางและขนาดใหญ่ ส่วนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในระดับสนับสนุนการตัดสินใจนำมาใช้กับผู้ประกอบการผลิตที่มีขนาดใหญ่เท่านั้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน พื้นที่กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑลในลักษณะอาชีพหลักและอาชีพเสริมนอกเวลางานประจำ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและพัฒนาปรับปรุง โดยในเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เกิดจากการทบทวนความคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมและทฤษฎีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

- 3.1 ติดต่อประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการวิจัยในการใช้แบบสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 นำแบบสัมภาษณ์ ไปยัง 7 ผู้ประกอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์เป็นราย ๆ
- 3.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้ววิเคราะห์แยกตามประเด็นเนื้อหา

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ที่ได้รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดนำมาดำเนินการดังนี้

3.4.1 นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Check List) นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นรายข้อใช้วิเคราะห์คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปมัย แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นข้อความเชิงพรรณนา

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ในส่วนของการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน เพื่อการหารายได้หลักและรายได้เสริม โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์แยกเป็นประเด็นสำคัญดังนี้

- 1) สถานที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหาร
- 2) พื้นที่การจัดส่ง
- 3) ช่องทางการส่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์
- 4) จำนวนเมนู
- 5) แอปพลิเคชันที่ใช้ในการสั่งซื้ออาหาร
- 6) ช่องทางการชำระเงิน
- 7) วิธีการจัดส่งอาหาร
- 8) วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อสินค้าล่าช้าหรือผู้ขนส่งประสบเหตุ
- 9) กระบวนการส่งอาหาร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์ศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการที่เป็นประโยชน์เชิงแนวทางปฏิบัติในการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ เพื่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพ พร้อมรับประทาน โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอผลลัพธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลของการประกอบการ

ตารางที่ 4.1 แสดงพื้นที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหาร

สถานที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	6	85.71
สมุทรปราการ	1	14.29
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพ พร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาตั้งสถานที่เพื่อการประกอบอาหารในเขตสมุทรปราการ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 4.2 แสดงพื้นที่การจัดส่ง

พื้นที่การจัดส่ง	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	3	42.86
กรุงเทพและปริมณฑล	4	57.14
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพ พร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่บริการจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาให้บริการจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.86

ตารางที่ 4.3 แสดงช่องทางการสั่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์

กิจการ	Line	Facebook	E-Mail	Instagram	Application อาหาร	โทรศัพท์
กิจการที่ 1	✓	✓				✓
กิจการที่ 2			✓			✓
กิจการที่ 3	✓	✓				
กิจการที่ 4	✓	✓				✓
กิจการที่ 5	✓		✓			
กิจการที่ 6	✓	✓			✓	
กิจการที่ 7	✓	✓		✓		
รวม	6	5	2	1	1	3
ร้อยละ	85.71	71.43	28.57	14.29	14.29	42.86

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่ช่องทางการสั่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์ด้วยการสั่งทางไลน์ (Line) จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือเฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 โทรศัพท์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.86 อีเมล (E-Mail) จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 อินสตาแกรม (Instagram) และ การสั่งด้วยช่องทางเฉพาะสำหรับอาหารออนไลน์ (Application อาหาร) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนรายการอาหาร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 7	0	0.00
8 – 14	2	28.57
15 – 21	2	28.57
อาหารมากกว่า 21 รายการ	3	42.86
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่มีจำนวนรายการอาหารมากกว่า 21 รายการ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมามีรายการอาหารจำนวน 8 – 14 และ 15 – 21 จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 และไม่มีผู้ประกอบการรายใดมีรายการอาหารต่ำกว่า 7 รายการ

ตารางที่ 4.5 แสดงช่องทางการชำระเงิน

กิจการ	เงินสด	โอนผ่านธนาคาร	บัตรเครดิต/เดบิต
กิจการที่ 1	✓	✓	
กิจการที่ 2		✓	
กิจการที่ 3		✓	
กิจการที่ 4	✓		
กิจการที่ 5	✓	✓	
กิจการที่ 6		✓	✓
กิจการที่ 7	✓	✓	✓
รวม	4	6	2
ร้อยละ	57.14	85.71	28.57

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพ พร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการชำระเงินด้วยการโอนผ่านธนาคาร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือเงินสด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14 บัตรเครดิต/เดบิต จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 ตามลำดับ

4.2 หลักการพิจารณาเลือกประเภทการรักษาวัตถุดิบ

กรณีศึกษาที่ 1 วัตถุดิบทางร้าน จะมีแม่ครัวเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบจากตลาดเองกับร้านค้าประจำ เพื่อความสะดวกปลอดภัยของวัตถุดิบ หากเป็นของสดจะไม่มีเก็บค้างนาน ส่วนประเภทผักสดจะใช้วัตถุดิบคุณภาพ เช่น ผักทองญี่ปุ่น เมื่อนำมาทำอาหารจะมีการระบุงวันหมดอายุไว้ที่กล่องอาหาร เพื่อกำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บอาหารอย่างชัดเจน และมีการจัดเก็บมิดชิดไว้ในห้องทำความเย็น เพื่อป้องกันแบคทีเรีย โดยจะมีร้านประจำในการเลือกซื้อวัตถุดิบ และแม่ครัวจะเลือกสรรเองทุกครั้ง

กรณีศึกษาที่ 2 เนื่องจากทางร้านต้องทำอาหารทุกวันเพื่อทำการส่งให้กับลูกค้าทุกเช้าทำให้ทางร้านไม่จำเป็นต้องจัดเก็บรักษาวัตถุดิบเพื่อความสดใหม่ของอาหารโดยทุก ๆ เช้า แม่ครัวจะรับวัตถุดิบ จากตลาด ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ก็จะเป็นวัตถุดิบชนิดเดิม จำนวนเท่าเดิมทำให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดเตรียมวัตถุดิบให้โดยไม่ต้องไปเสียเวลาไปเลือกซื้อ ซึ่งอาหารของทางร้านเป็นอาหารที่ปลอดภัย ดังนั้นทางร้านจะใช้วัตถุดิบที่เป็นฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ที่ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง ไม่ใช่สารปนเปื้อน โดยในช่วงแรกทางร้านจะไปเลือกเอง เมื่อติดต่อตกลงเลือกวัตถุดิบได้แล้วก็จะให้ผู้จัดการเป็นผู้ดูแลและจัดการ แต่หากเป็นบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้จัดการจะติดต่อผู้ประกอบการประมาณ 3 รายที่มีบรรจุภัณฑ์โดยเลือกจากความเหมาะสมกับอาหารและเอกลักษณ์ของทางร้านและราคาเหมาะสมที่สุด

กรณีศึกษาที่ 3 การคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ทางร้านจะคัดเลือกโดยใช้วัตถุดิบจากร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือ อาทิเช่น เนื้อไก่ ออกไก่ จะใช้ของร้านค้าที่มีคุณภาพที่ทางร้านไว้วางใจในความสะอาดและถูกสุขอนามัย ในส่วนของผักต่าง ๆ ก็เช่นเดียวกัน จะใช้จากร้านค้าที่มีคุณภาพ มีการรักษาคุณภาพของสินค้า ไม่ใช่ยาฆ่าแมลงในการบำรุง ด้านข้าวที่ทางร้านใช้ก็ใช้จากยี่ห้อที่ทางร้านวางใจเช่นเดิม เป็นยี่ห้อที่มีเมล็ดสวยงาม รสชาติอร่อย

กรณีศึกษาที่ 4 ทางร้านจะเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการประกอบอาหาร โดยเริ่มแรกทางร้านได้ใช้ไก่จากฟาร์มสดๆทำให้มีต้นทุนที่สูงมากเนื่องจากเป็นไก่ที่ไม่มีดีดสารเลย และต่อมามีฟาร์มไก่จากเบทาโก มานำเสนอขายวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้แก่ทางร้านโดยตรง โดยเสนอขายออกไก่ปลอดสารให้และมีราคาที่ถูกลงกว่าการที่ไปติดต่อฟาร์มไก่อเอง ทางร้านจึงรับมาประกอบอาหาร โดยเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ แม้ราคาแพงก็ไม่เป็นอุปสรรคในการคัดเลือกเนื่องจากเป็นอาหารเพื่อสุขภาพจึงต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพผู้บริโภคส่วนใหญ่มีกำลังซื้อ

กรณีศึกษาที่ 5 การเก็บรักษาวัตถุดิบนั้น เป็นสิ่งสำคัญในการผลิต จำเป็นต้องมีการเก็บรักษาวัตถุดิบให้มีความสดใหม่ สะอาด ไม่เหี่ยวเฉา ไม่มีสีผิดจากสีธรรมชาติ และซื้อวันต่อวันไม่ค้างหลายวันจึงทำให้อาหารสดใหม่ทุกวัน ทางธุรกิจต้องผลิตสินค้าให้ใหม่ดีและมีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการคัดเลือกหรือสรรหาวัตถุดิบต้องเป็นไปตามคุณภาพของตัววัตถุดิบ ซึ่งในการคัดเลือกหรือจัดซื้อวัตถุดิบมาประกอบอาหารจะต้องมีความสดสะอาด ถูกหลักสุขอนามัย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค แหล่งที่จัดซื้อวัตถุดิบต้องมีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ ทางธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีฐานผู้ค้าส่งเดิมอยู่แล้ว เพื่อประหยัดด้านระยะเวลา มีการจัดส่ง ราคาของสินค้าที่ต่ำลง และคุณภาพของตัววัตถุดิบ

กรณีศึกษาที่ 6 ไม่ใช่อาหารที่เน้นการลดความอ้วน อาหารที่มีแคลอรีต่ำ ๆ หรืออาหารไม่มีไขมัน ซอสไม่ใช้ซอสแบบสำเร็จรูป เพราะหลักการนั้นมันไม่ถูกต้องแต่เราเน้นเพื่อสุขภาพ คือ ทุกอย่างครบ ไม่มีอะไรขาดหรือเกิน ตอนเริ่มต้นทำใหม่ ๆ จะใช้เวลามากกว่าจะหาวัตถุดิบได้ พวกวัตถุดิบออร์แกนิกส์และไม้ออแกนิกส์ก็มี วัตถุดิบที่ต้องการ เช่น Superfood ต่าง ๆ ที่หายากในเมืองไทย ต่างประเทศอาจจะหายากยิ่งกว่า พวกผัก คีนัว วัตถุดิบพวกนี้จะหายาก จึงมีการศึกษาหาความรู้เริ่มจากอินเทอร์เน็ตบ้าง ช่วงแรก ๆ จะออกตลาดบ่อยมาก ไปตลาดก็จะมีชาวต่างชาติที่อยู่ในวงการนี้ สนใจอาหารเพื่อสุขภาพอยู่จำนวนหนึ่ง ก็จะสอบถามและขอความรู้ ก็จะมีผู้ยินดีให้คำปรึกษา วัตถุดิบที่ใช้ก็จะเป็นเนื้อสัตว์ที่ไม่ใช่ฮอริโมน การคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทุกวันนี้ไม่ได้ออกไปซื้อวัตถุดิบเอง ใช้การจัดส่งมายังร้านเลย จึงต้องศึกษาและเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ วัตถุดิบต้องสะอาด และปลอดสารพิษ

กรณีศึกษาที่ 7 วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตจากไร่ซึ่งเราปลูกเอง กับวัตถุดิบที่ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายและผู้ผลิตภายนอก ถ้าเป็นแบบแรกจะไม่เก็บวัตถุดิบไว้ที่ร้าน อาจเก็บอย่างมากแค่วันสองวัน เนื่องจากส่วนใหญ่จะใช้หมดวันต่อวันและนำวัตถุดิบจากที่ไร่เข้ามาที่ร้านทุกวัน ส่วนแบบที่สองก็จะมีทั้งวัตถุดิบที่นำมาจากกรุงเทพฯ คือมันญี่ปุ่น เพราะทางไร่เราไม่สามารถปลูกได้เนื่องจากสภาพพื้นที่และอากาศไม่เอื้ออำนวยก็จะไปซื้อวัตถุดิบจากกรุงเทพฯทุกอาทิตย์คือทางร้านเราจะเป็นผู้เลือกซื้อวัตถุดิบเองและนำวัตถุดิบกลับมาที่ร้านเอง อีกส่วนหนึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ต้นอ่อนทานตะวัน ฟักทอง จะมีผู้นำวัตถุดิบเข้ามาส่งให้ที่ร้านเมื่อวัตถุดิบหมด วัตถุดิบที่เป็นของสดทางร้านก็จะนำเก็บในตู้แช่เย็น

4.3 ข้อมูลการพิจารณาด้านการขนส่ง

กรณีศึกษาที่ 1 การจัดส่งสินค้าต้องมีการวางแผน กำหนดพื้นที่การจัดส่งไว้เป็นรัศมีกิโลเมตร จากจุดผลิต โดยต้องติดต่อกับวินมอเตอร์ไซด์เป็นระยะกิโลเมตรไว้เลย เช่น รัศมี 5 กิโลเมตร คิดราคาส่ง 60 บาท หรือระยะทางห่าง 10 กิโลเมตร คิดราคาส่ง 80 บาท เพื่อเป็นมาตรฐานในการคิดค่าขนส่งกับลูกค้าได้ทันที อีกทั้งต้องทำสัญญาไว้กับวินมอเตอร์ไซด์ด้วยการขนส่งของให้กับลูกค้า

กรณีศึกษาที่ 2 ระบบการขนส่งจะใช้วินมอเตอร์ไซด์ในระแวกใกล้ ๆ ร้าน และใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน Lalamove เพื่อความรวดเร็วและความปลอดภัยของสินค้า

กรณีศึกษาที่ 3 ทางร้านจะใช้ Messenger ของตัวเองในการส่งอาหารทุกเช้าเหตุผลที่ใช้ Messenger ในการขนส่งเพราะใช้เวลาไม่นาน Messenger แต่ละคนมีความชำนาญเส้นทางเพราะแต่ละคนจะรับผิดชอบเส้นทางของตัวเองตลอดโดยจะแบ่งสายการขนส่งเป็น 12 เส้นทาง

กรณีศึกษาที่ 4 ช่องทางการจัดส่ง ใช้ช่องทาง Lalamove และ Grabbike ที่เลือกการขนส่ง 2 ช่องทางนี้เพราะว่าทั้ง 2 ช่องทางนี้มีความรับผิดชอบในการขนส่งสูง เพราะช่องทางอื่นที่เคยใช้มานั้นไม่มีความรับผิดชอบต่อการขนส่ง เนื่องจากบางครั้งการขนส่งที่เร่งรีบ อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อกล่องบรรจุภัณฑ์และอาหารได้

กรณีศึกษาที่ 5 ทางธุรกิจได้มีการวางแผนช่องทางการจัดส่งไว้หลายทาง ซึ่งมีการกำหนดพื้นที่ กำหนดระยะทาง กำหนดระยะเวลา รวมถึงการกำหนดราคาของการจัดส่ง ด้วยวิธีการจัดส่งสินค้าให้ถึงจุดหมายปลายทาง (Delivery) ดังนั้นทางธุรกิจจึงได้กำหนดระยะทางเป็นกิโลเมตร คิดเป็น 5 กิโลเมตรแรกจัดส่งที่ 50 บาท และ 10 กิโลเมตรค่าจัดส่งอยู่ที่ 80 บาท เพื่อเป็นการตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างดีเยี่ยม ในด้านของการจัดส่งที่มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถส่งสินค้าไปถึงผู้บริโภคได้โดยตรง ตัวสินค้ามีความสดใหม่ตลอดเวลา รวมถึงมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

กรณีศึกษาที่ 6 ทางร้านใช้บริษัทขนส่งต่างหากไม่ได้จ้างเอง เนื่องจากจำนวนปริมาณการขนส่งค่อนข้างสูง ไม่ต้องการจ้างพนักงานส่งเต็มตัวเนื่องจากอาจเสียค่าใช้จ่ายที่สูง ไม่คุ้มกับค่าอาหาร เช่น ช่วงเวลา 11.00 นั้น มีคำสั่งซื้อสูงมาก หากจ้างต้องจ่ายเต็มจำนวน ค่าใช้จ่ายนั้นจึงค่อนข้างสูง ร้านจึงใช้บริษัทขนส่งที่เชื่อมต่อกับระบบของเรา (Food Panda) เหมือนกันก็คือ ถ้ามีรายการสั่งซื้อเข้ามาก็จะติดต่อกันผ่านแอปของหรือเว็บไซต์ของทางบริษัทขนส่ง โดยจะมีกลุ่มพนักงานของบริษัทนี้มีอยู่ประมาณ 2,000 คน แต่จะมีกลุ่มของทางร้านก็คือกลุ่มคนโปรด กลุ่มนี้ทางร้านจะแจ้งให้เห็นงานก่อนแล้วก็จะมา แต่หากหลุดจากนั้นไปก็จะเป็นใครก็ได้ที่บริษัทเรียกมา คือระบบแอปของบริษัทก็เหมือนกับว่า ร้านแจ้งงานออกไป เมื่อพนักงานขับรถเห็นก็จะมารับงาน ใครกดไวก็จะได้นั้น

กรณีศึกษาที่ 7 การขนส่งที่ใช้เป็นบริษัทข้างนอก เนื่องจากปริมาณที่ส่งค่อนข้างสูง การขนส่งจะเข้าไปในระบบของ Partner ซึ่งเป็นผู้ดูแลระบบ เมื่อถึงเวลา 10.30 น. จะทำการรวบรวมรายการอาหารที่สั่งทั้งหมดขึ้นมา Partner ก็จะจัดการทันทีว่าจะต้องจัดส่งโดยใช้พนักงานกี่คน และแบ่งเส้นทางในการจัดส่งสินค้า โดยจะแบ่งให้ว่าคนที่ 1 คนที่ 2 จะเป็นเส้นทางใด จากนั้นจะต้องเข้าไปในระบบของบริษัทขนส่ง แล้วจึงโดยแสดงรายละเอียดการขนส่งปลายทาง พนักงาน 1 คนอาจวิ่ง 4 จุด ทางร้านจะมีช่วงเวลาการส่ง 4 รอบ คือ 11.00 – 12.00 น. ลูกค้าจะรับอาหารที่สั่งระหว่าง 12.00 – 13.00 น., 17.00 – 18.00 น. และ 18.00 – 19.00 น.

4.4 ข้อมูลวิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อสินค้าล่าช้าหรือผู้ขนส่งประสบเหตุ

สาเหตุของปัญหาโดยรวมสามารถพิจารณาได้ดังนี้

- การทำงานของพนักงานออกมาก่อนช่างไม่ดีทำให้การดำเนินการล่าช้าเนื่องจากต้องแก้ไขปัญหาให้เรียบร้อยก่อนส่งอาหารให้ลูกค้า
- ระยะเวลาการปรุงอาหารต้องใช้เวลาค่อนข้างมีเวลาน้อยและต้องใช้ความชำนาญ
- การส่งออกล่าช้าเนื่องจากพนักงานส่งไม่ชำนาญหรือไม่คุ้นชินเส้นทาง

กรณีศึกษาที่ 1 มีขั้นตอนการแก้ปัญหาจากเหตุการณ์สินค้าล่าช้า หรือไม่ตรงตามต้องการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 รับฟังลูกค้า เมื่อลูกค้าที่กำลังอารมณ์เสียมาก ๆ จากสาเหตุไม่ได้สินค้าตามกำหนด สิ่งแรกที่ธุรกิจทำคือรับฟังคำพูดของลูกค้า แม้ว่าความผิดจะไม่ได้เกิดจากความบกพร่องของธุรกิจแต่อาจเป็นเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ การให้ลูกค้าได้ระบายความไม่พอใจโดยไม่โต้ตอบทันทีจะส่งผลให้เกิดความผ่อนคลายจากอารมณ์โกรธและลดโอกาสการระบายในช่องทาง Online เช่น Facebook ที่สามารถเผยแพร่ออกไปได้อย่างไม่มีขอบเขตทำให้เสียชื่อเสียงได้ภายหลัง

ขั้นที่ 2 ตอบกลับด้วยเหตุผล เมื่อลูกค้าได้แจ้งเหตุที่เกิดขึ้นแล้ว ธุรกิจจะอธิบายตอบด้วยเหตุและผลของปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ใช่คำแก้ตัวหรือโทษผู้อื่น

ขั้นที่ 3 กล่าวขอโทษ หลังจากได้ทำความเข้าใจระหว่างธุรกิจและลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ธุรกิจจะกล่าวคำขอโทษและเร่งแก้ปัญหาซึ่งเป็นการแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าทางร้านมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขและหาวิธีป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำอีก

ขั้นที่ 4 เสนอทางออกที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ หลังจากทราบปัญหาแล้ว ธุรกิจจะพิจารณาแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า เช่น การมอบส่วนลดในการสั่งซื้อสินค้ารอบถัดไป การลดราคาอาหารในครั้งนั้น หรือการเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ในกรณีที่ลูกค้าต้องการหากสมเหตุสมผลในการเปลี่ยนสินค้านั้น

ขั้นที่ 5 ติดตามผลการแก้ปัญหา หลังจากแก้ปัญหาแล้วในระยะเวลาหนึ่งธุรกิจจะติดต่อกลับลูกค้าอีกครั้งเพื่อประเมินความพอใจเกี่ยวกับการแก้ปัญหานั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความรับผิดชอบ ความใส่ใจ และกลับมาสั่งอาหารอีกในครั้งต่อไป

กรณีศึกษาที่ 2 มีวิธีการป้องกันและแก้ปัญหาค่าล่าช้า ดังนี้

วิธีที่ 1 ก่อนรับพนักงานและระหว่างปฏิบัติงานจัดอบรมพนักงานอย่างน้อย 3 – 4 ครั้งต่อเดือนเพื่อมั่นใจในประสิทธิภาพของการทำงานที่ดี เช่น ด้านการพัฒนาทักษะการปรุงอาหาร

วิธีที่ 2 ปรับพื้นที่ปรุงอาหารตามหลัก 5 ส. เพื่อให้ง่ายต่อการปฏิบัติการปรุง มีความรวดเร็วและส่งอาหารได้ตรงเวลา

วิธีที่ 3 หากมีเหตุล่าช้าเกิดที่กำหนด ทางธุรกิจจะคิดราคาเพียงร้อยละ 50 ของราคาสินค้า

กรณีศึกษาที่ 3 มีวิธีการป้องกันและแก้ปัญหาค่าล่าช้า ดังนี้

วิธีที่ 1 อบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเกิดทักษะในการทำอาหารและการขนส่ง

วิธีที่ 2 ไม่อนุญาตให้พนักงานชั่วคราว (Part Time) ทำอาหารให้ลูกค้า

- วิธีที่ 3** ปรับผังพื้นที่ครัว การวางอุปกรณ์ ให้อยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการนำไปใช้
- วิธีที่ 4** หากเกิดความล่าช้าในช่วงที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง จะทำการเก็บสถิติการส่งอาหารแต่ละประเภทไว้เพื่อเตรียมปรุงวัตถุดิบที่สามารถทำสต็อกไว้ล่วงหน้าได้ เช่น การหมักเนื้อสัตว์
- วิธีที่ 5** หากมีเหตุล่าช้าเกิดที่กำหนด ทางธุรกิจจะคิดราคาเพียงร้อยละ 50 ของราคาสินค้า

กรณีศึกษาที่ 4 มีวิธีการป้องกันและแก้ปัญหาความล่าช้าหรืออุบัติเหตุ ดังนี้

การรับคำสั่งซื้อจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาเช้า ส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด ทำให้เกิดปัญหาการขนส่งล่าช้า ทางร้านจึงส่งเพียงพื้นที่ใกล้เคียงในช่วงเช้าเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว และหากเกิดอุบัติเหตุกับพนักงานขนส่งอาหารทางร้านยินดีรับผิดชอบ เช่น ยกเลิกการสั่งซื้อ การคืนเงินค่าอาหาร และสามารถสั่งได้ในภายหลัง

กรณีศึกษาที่ 5 วิธีการป้องกันและแก้ปัญหาความล่าช้าหรืออุบัติเหตุ ดังนี้

วิธีที่ 1 หมั่นตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ วันหมดอายุ จำนวนวัตถุดิบ สำรองปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ได้จริง เพื่อควบคุมระบบหลังร้านให้ใกล้เคียงกับปริมาณการสั่งได้มากที่สุด และป้องกันการสต็อกวัตถุดิบมากเกินไปจนจำเป็นหรือน้อยเกินไปจนวัตถุดิบไม่เพียงพอ เนื่องจากปัญหาเหล่านี้จะกระทบกับคะแนนการประเมินหากต่ำจําแสดงถึงศักยภาพของธุรกิจไม่มีความสามารถ

วิธีที่ 2 การหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในขั้นตอนการปรุงหรือการคืนสินค้าจากลูกค้า ป้องกันโดยการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าตั้งแต่สรรหา คัดเลือก และนำมาประกอบอาหารก่อนบรรจุลงกล่องเพื่อส่งให้ลูกค้าและต้องตรวจตามคำสั่งและจำนวนรวมถึงการเตรียมวางแผนเส้นทางการขนส่งเพื่อไม่ให้เสียเวลาจากการหลงทาง

กรณีศึกษาที่ 6 วิธีการป้องกันและแก้ปัญหาความล่าช้าหรืออุบัติเหตุ ดังนี้

วิธีที่ 1 การรับคำสั่งซื้อที่เป็นคำสั่งล่วงหน้าจากลูกค้า จะทำให้พนักงานมีเวลาในการค้นหาเส้นทางที่ใกล้และถูกต้อง โดยจะไม่รับคำสั่งซื้อที่กระชั้นชิด เนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดความผิดพลาดทางด้านคุณภาพอาหารและความผิดพลาดในการขนส่ง แต่หากมีปัญหาก็จะมีการแก้มน้ำแฉะ รั่วซึม หรืออื่น ๆ เพื่อเป็นการขอโทษลูกค้าจากสาเหตุการส่งล่าช้าหรือสินค้าไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ

วิธีที่ 2 เมื่อเกิดอุบัติเหตุไม่คาดคิดในการจัดส่งสินค้า เช่น อุบัติเหตุรถชน ทำให้พนักงานไปส่งสินค้าได้ไม่ทันตามกำหนด จะมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบทันทีและทางร้านจะจัดพนักงานคนอื่นดำเนินการจัดส่งสินค้าให้ใหม่หรือหากต้องการยกเลิกลูกค้าก็สามารถทำได้หากมีเหตุความผิดพลาดที่เกิดจากการขนส่ง

กรณีศึกษาที่ 7 วิธีการป้องกันและแก้ปัญหาความล่าช้าหรืออุบัติเหตุ ดังนี้

หากเกิดเหตุการณ์ส่งล่าช้าเกินระยะเวลาที่กำหนดทางร้านจะคืนเงินค่าส่งอาหารให้แก่ลูกค้า และหากเกิดอุบัติเหตุ หรืออย่างแต่กระหว่างการขนส่ง ร้านจะทำการส่งพนักงานคนอื่นดำเนินการไปรับอาหารกล่องใหม่ไปส่งให้ลูกค้าแทน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

สภาวะโลกธุรกิจเปลี่ยนแปลงโดยการขับเคลื่อนจากความเจริญทางเทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงธุรกิจอย่างชาญฉลาด เป็นสาเหตุการเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ใช่ประเทศผู้ผลิตเทคโนโลยี แต่เพื่อเพิ่มโอกาสและการตัดสินใจที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจ จึงต้องสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในระดับที่เหมาะสมกับพื้นฐานทางธุรกิจของตนสำหรับการสร้างทางเลือก การตัดสินใจ รวมถึงการจัดการกระบวนการต่างๆ ทางธุรกิจ อย่างชาญฉลาด (Intelligent data) ควบคู่ไปกับการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีที่มีอยู่ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ให้กับผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งนี้ภาครัฐถือเป็นหัวจักรสำคัญที่จะเข้ามามีส่วนช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวเข้าสู่กระบวนการดิจิทัล (Digital Process) ได้โดยเริ่มจากการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของภาครัฐในรูปแบบดิจิทัล เน้นการดำเนินงานอย่างบูรณาการเพื่อลดความยุ่งยากซับซ้อน และช่วยอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนอย่างเต็มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามในยุค 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในชีวิตตามแนวทางของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่มีหน้าที่ในการบริหารโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ของประเทศไทย

พฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์เปลี่ยนไปทำให้คุณภาพชีวิตและสุขภาพประชาชนต้องเผชิญหน้ากับความเสื่อมถอยของสุขภาพกายและใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุถือเป็นความท้าทายที่สำคัญของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่จำเป็นต้องมีการเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ ในขณะที่โรคอุบัติใหม่ที่เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญ ได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็วพรมแดน ประกอบกับปัญหามลพิษจากสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก และมีกรขยายตัวของสังคมเมืองเพิ่มขึ้น ประชาชนไทยจึงต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพและมีปัญหาสุขภาพอันอาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม จากการเติบโตของระบบดิจิทัลและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงได้มีธุรกิจการจำหน่ายอาหารออนไลน์ในกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพในอาหารหลายหลายประเภท ซึ่งอาหารประเภทที่ได้รับความนิยมคืออาหารกล่องพร้อมรับประทานที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในปัจจุบันเนื่องด้วยวิถีชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละวันต้องใช้ชีวิตอยู่บนความเร่งรีบ เต็มไปด้วยขีดจำกัดทางด้านเวลา ทำให้เวลาที่จะจัดเตรียมอาหารเพื่อรับประทานเองนั้นน้อยลง ส่งผลให้ผู้บริโภคมองหาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่เน้นความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก จึงทำให้เกิดธุรกิจการจำหน่ายสินค้าอาหารออนไลน์เข้ามามีบทบาทตอบสนองความต้องการในช่วงเวลาเร่งด่วน แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่อาจยังไม่ทราบแน่ชัดในด้านของการสูญเสียไปกับสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นการตระหนักและให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มจึงต้องคำนึงถึงการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เพื่อให้มีกระบวนการและแนวทางที่ชัดเจนในการสร้างคุณภาพและมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ผู้วิจัยได้อภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยได้มีความคาดหมายว่า จะเป็นการนำความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ไปจัดเป็นการเรียนการสอนเกี่ยวกับการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

โดยกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน พื้นที่กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑลในลักษณะอาชีพหลักและอาชีพเสริมนอกเวลางานประจำ

ผลการวิจัยพบว่า ทางด้านข้อมูลทั่วไปนั้น ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร รองลงมาตั้งสถานที่เพื่อการประกอบอาหารในเขตสมุทรปราการ

พื้นที่ให้บริการจัดส่งอาหารส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รองลงมาให้บริการจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร ช่องทางการส่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์ด้วยการสั่งทางไลน์ (Line) รองลงมาคือเฟซบุ๊ก (Facebook) โทรศัพท์ (Telephone) อีเมล (E-Mail) อินสตาแกรม (Instagram) และ การสั่งด้วยช่องทางเฉพาะสำหรับอาหารออนไลน์ (Application อาหาร) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีจำนวนอาหารมากกว่า 21 รายการ รองลงมามีรายการอาหารจำนวน 8 – 14 และ 15 – 21 โดยไม่มีผู้ประกอบการรายใดมีรายการอาหารต่ำกว่า 7 รายการ โดยใช้ช่องทางการชำระเงินด้วยการโอนผ่านธนาคาร รองลงมาคือเงินสด และบัตรเครดิต/เดบิต ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน สามารถแบ่งข้อวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.2.1 สถานการณ์การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนของสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

จากผลการวิจัยพบว่า ความนิยมสินค้าออนไลน์ด้านสุขภาพ ผู้สนใจสุขภาพเริ่มสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภคอย่างมากตั้งแต่ในปี 2559 การเริ่มต้นทำธุรกิจอาหารสุขภาพ โดยที่อาหารจะมีการคำนวณแคลอรีที่เหมาะสมในแต่ละวัน โดยมีการใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยและใช้วิธีการปรุงที่ปลอดภัย เช่น การต้ม นึ่ง ย่าง ลดการปรุงรส โดยเลือกพลังงานที่ได้จากธรรมชาติ เป็นต้น

ปัจจุบันสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทานได้นำวัตถุดิบที่ผลิตด้วยวิธีการเฉพาะเพื่อดึงดูดความสนใจ ที่ต้องมีคุณภาพ ทันเวลาและสร้างค่าน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค โดยการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ เช่น ออร์แกนิก (Organic) เป็นการเพาะปลูกหรือเพาะเลี้ยงวัตถุดิบแบบปลอดภัย และควบคู่กับการตระหนักถึงวิธีการรับประทานที่ถูกหลักตามหลักโภชนาการด้วยความมุ่งหวังให้มีสุขภาพ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดแนวทางการสร้างรายได้เกี่ยวกับอาหาร

สุขภาพ (Clean Food) โดยใช้การจัดส่งโดยตรงสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Delivery) ซึ่งต้องบริหารส่วนต่าง ๆ ของซัพพลายเชนด้วยกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มสินค้าและกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยทำงาน ที่ไม่มีเวลาทำอาหารหรือหาอาหารทานในร้านทั่วไป หรืออาจมีความวุ่นวายจนไม่มีเวลารับประทานอาหาร จึงต้องการความสะดวกแก่ตนเองพร้อมกับการดูแลสุขภาพที่ดี

5.2.2 การศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการพัฒนาธุรกิจสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

วัตถุดิบ ธุรกิจจำเป็นต้องมีฐานผู้ค้าที่มีคุณภาพเพื่อประหยัดด้านระยะเวลา การจัดส่งราคาของวัตถุดิบ ที่เหมาะสมและคุณภาพของตัววัตถุดิบ กำหนดให้ผู้ซื้อวัตถุดิบ โดยกำหนดให้แม่ครัวเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบเอง และในผู้จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพบางรายจะเป็นผู้ปลูกวัตถุดิบบางอย่างเองอีกและยังมีวัตถุดิบบางส่วนหาได้ในท้องถิ่น เมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วหากเป็นวัตถุดิบที่ต้องควบคุมอุณหภูมิจะไม่มีเก็บค้างนาน การจัดเก็บวัตถุดิบจะต้องมีความมิดชิดโดยเก็บไว้ในห้องทำความเย็นเพื่อป้องกันแบคทีเรีย และมีการระบุวันหมดอายุไว้ที่กล่องบรรจุอาหาร เพื่อให้แม่ครัวมีความมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ไม่ทำให้รสชาติอาหารเสียจากวัตถุดิบที่หมดอายุ

การประสานงานกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ควรมีการติดต่อไว้ในระยะยาวหากมีความมั่นใจในคุณภาพ และกำหนดให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งหรือจัดเตรียมสินค้าไว้เพื่อความสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบเนื่องจากผู้ประกอบการจะเป็นวัตถุดิบชนิดเดิม จำนวนเท่าเดิมทำให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบจัดเตรียมวัตถุดิบให้โดยไม่ต้องไปเสียเวลาไปเลือกซื้อ และบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้จัดการจะติดต่อผู้ประกอบการประมาณ 3 รายที่มีบรรจุภัณฑ์โดยเลือกจากความเหมาะสมกับอาหารและเอกลักษณ์ของทางร้านและราคาเหมาะสมที่สุด

ผู้ประกอบการ ปรับพื้นที่ปรุงอาหารตามหลัก 5 ส. เพื่อให้ง่ายต่อการประกอบอาหาร มีความรวดเร็วและส่งอาหารได้ตรงเวลา ปรับผังพื้นที่ครัว การวางอุปกรณ์ ให้อยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการนำไปใช้ หากเกิดความล่าช้าในช่วงที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง จะทำการเก็บสถิติการสั่งอาหารแต่ละประเภทไว้เพื่อเตรียมปรุงวัตถุดิบที่สามารถทำสต็อกไว้ล่วงหน้าได้ เช่น การหมักเนื้อสัตว์ หมั่นตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ วันหมดอายุ จำนวนวัตถุดิบ สำนวนปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ได้จริง เพื่อควบคุมระบบหลังร้านให้ใกล้เคียงกับปริมาณการสั่งได้มากที่สุด และป้องกันการสต็อกวัตถุดิบมากเกินไปจนจำเป็นหรือน้อยเกินไปจนวัตถุดิบไม่เพียงพอ เนื่องจากปัญหาเหล่านี้จะกระทบกับคะแนนการประเมินหากต่ำจำแสดงถึงศักยภาพของธุรกิจไม่มีความสามารถ

เพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในขั้นตอนการปรุงหรือการคืนสินค้าจากลูกค้า ป้องกันโดยการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าตั้งแต่สรรหา คัดเลือก และนำมาประกอบอาหาร ก่อนบรรจุลงกล่องเพื่อส่งให้ลูกค้าและต้องตรวจตามคำสั่ง

การขนส่งอาหารสู่ลูกค้า จำเป็นต้องมีการวางแผน กำหนดพื้นที่การจัดส่งไว้เป็นรัศมีกิโลเมตร โดยต้องติดต่อกับผู้ขนส่ง เช่น วินมอเตอร์ไซด์ Lalamove หรือ Grabbike เป็นต้น กำหนดระยะกิโลเมตรไว้เพื่อเป็นมาตรฐานในการคิดค่าขนส่งกับลูกค้าได้ทันที อีกทั้งต้องทำสัญญาไว้กับผู้รับขนส่งเพื่อให้เกิดความตระหนักถึงคุณภาพการขนส่งอาหารให้กับลูกค้าที่ต้องมีความรับผิดชอบในการขนส่งสูง เพื่อลดปัญหาการขนส่งที่ขาดความระมัดระวัง เนื่องจากบางครั้งการขนส่งที่เร่งรีบ

อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อกล่องบรรจุภัณฑ์และอาหารได้ ผู้รับขนส่งแต่ละรายต้องมีความชำนาญเส้นทางเนื่องจากรับผิดชอบเส้นทางของตัวเองตลอด โดยจะแบ่งสายการขนส่งให้การจัดส่งมีความสะดวก รวดเร็ว โดยเป้าหมายคืออาหารต้องมีความสดใหม่ตลอดเวลาจากการกำหนดราคาที่เหมาะสม

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

รับฟังลูกค้า แม้ว่าความผิดจะไม่ได้เกิดจากความบกพร่องของธุรกิจแต่อาจเป็นเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ การให้ลูกค้าได้ระบายความไม่พอใจโดยไม่โต้ตอบทันทีจะส่งผลให้เกิดความผ่อนคลายจากอารมณ์โกรธและลดโอกาสการระบายในช่องทาง Online เช่น Facebook ที่สามารถเผยแพร่ออกไปได้อย่างไม่มีขอบเขตทำให้เสียชื่อเสียงได้ภายหลัง

ตอบกลับด้วยเหตุผล เมื่อลูกค้าได้แจ้งเหตุที่เกิดขึ้นแล้ว ธุรกิจจะอธิบายตอบด้วยเหตุและผลของปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ใช่คำแก้ตัวหรือโทษผู้อื่น

กล่าวขอโทษ หลังจากได้ทำความเข้าใจระหว่างธุรกิจและลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ธุรกิจจะกล่าวคำขอโทษและเร่งแก้ปัญหาซึ่งเป็นการแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าทางร้านมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขและหาวิธีป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำอีก

เสนอทางออกที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ เมื่อเกิดอุบัติเหตุไม่คาดคิดในการจัดส่งสินค้า เช่น อุบัติเหตุรถชน การจราจรติดขัด หลังจากทราบปัญหาแล้ว จะแจ้งปัญหาให้กับลูกค้าทราบทันที เพื่อธุรกิจจะพิจารณาเสนอความความรับผิดชอบต่อกลูกค้า เช่น การมอบส่วนลดในการสั่งสินค้ารอบถัดไป การลดราคาอาหารในครั้งนั้น หรือการเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ในกรณีที่ลูกค้าต้องการหากสมเหตุสมผลในการเปลี่ยนสินค้านั้น

ติดตามผลการแก้ปัญหา หลังจากแก้ปัญหาแล้วในระยะเวลาหนึ่งธุรกิจจะติดต่อกลับลูกค้าอีกครั้งเพื่อประเมินความพอใจเกี่ยวกับการแก้ปัญหานั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความรับผิดชอบ ความใส่ใจ และกลับมาสั่งอาหารอีกในครั้งต่อไป

5.2.3 ประโยชน์เชิงแนวทางปฏิบัติในการสร้างรายได้จากธุรกิจออนไลน์ ในอนาคตที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมดิจิทัลตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

จากการศึกษาผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความสามารถของแต่ละรายทำให้ธุรกิจอาหารออนไลน์เกิดความตระหนักในการเตรียมความพร้อมในด้านธุรกิจอาหารอนาคตให้มีความเป็นไปได้ที่จะใช้เทคโนโลยีที่เป็นสิ่งขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจอาหาร ซึ่งการพัฒนาทางเทคโนโลยีควบคู่กับการบริหารงานด้านโลจิสติกส์และการบริหารห่วงโซ่อุปทานทั้งด้านการจัดหาวัตถุดิบ การรักษาคุณภาพ การปรุงวัตถุดิบ การขนส่ง และการบริการหลังการขาย ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสามารถทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้นลงเนื่องจากผู้ผลิตสามารถติดต่อซื้อขายโดยตรงกับลูกค้าคนสุดท้ายได้เอง ทำให้สามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาความสามารถที่ธุรกิจประสบได้โดยตรง ทั้งการจำหน่ายแบบกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก (Mass Production) และลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Customized Production) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ และก่อให้เกิดประโยชน์และมูลค่าเพิ่มของสินค้า ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ โดยมองว่าการเติบโตของระบบคือการ

เติบโตของธุรกิจ กล่าวคือการสร้างระบบการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ ในระดับที่เหมาะสมเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถทางการแข่งขัน ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 การประกอบธุรกิจอาหารสุขภาพออนไลน์มีความเสี่ยงในการสื่อสารที่ผิดพลาดและการขนส่งที่ไม่ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า ทำให้ในบางครั้งอาจสูญเสียลูกค้ารายนั้นไป ซึ่งไม่ใช่เหตุผลทางคุณภาพอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องบริหารห่วงโซ่อุปทานให้ครบตลอดโซ่อุปทาน

5.3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสุขภาพออนไลน์ ควรมีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ หากไม่ได้ปลุกวัตถุดิบนั้นเอง เนื่องจากวัตถุดิบบางชนิดที่สดใหม่ตลอดเวลาอาจมีการใช้สารบางชนิดที่ทำให้วัตถุดิบนั้นไม่ปลอดภัย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ



บรรณานุกรม

- กรมวิทยาศาสตร์บริการ. (2561). อาหารสด (Fried Foods). สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2561, จาก <https://bsid.dip.go.th/th/category/production2/qs-packagingfirefood>
- กรมอนามัย. (2559). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมตามแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2556). คู่มือการประเมินประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เกณฑ์ตัวชี้วัดมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ : เอ็มดีค โฮลดิ้ง
- กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2558). ถอดรหัสมาตรฐานโลจิสติกส์...สู่แนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : เอ็ม แอนด์ เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์.
- กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2558). คู่มือการประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม (ILPI) และการประเมินประสิทธิภาพซัพพลายเชน (SCPI). กรุงเทพฯ : เอ็มดีค โฮลดิ้ง
- จุฬารัตน์ เกียรติศรีศรี (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชัยญา ชินนิมิตร และพัชนี เขยจรรยา (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออร์แกนิกออนไลน์. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า. 2(3) : 1.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). มูลค่าอาหารเพื่อสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.thairath.co.th/clip/19961>
- ชนาคศักดิ์ ช่างกระโทก สิริมา บุรณกุล และ กนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์ (2560). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ. 2(2) : 1189.
- ธนิต โสรรัตน์. (2559). เอกสารประกอบการบรรยาย 4.0...การปฏิวัติอุตสาหกรรมใหม่แห่งอนาคต. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมอุตสาหกรรม.
- ปรารถนา จันทร์ฉาย (2555). ผลกระทบของบทวิจารณ์สินค้าออนไลน์ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของผู้อ่านบทวิจารณ์ และประเภทสินค้าที่มีต่อความตั้งใจซื้อ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ปุลณัช เดชมานนท์ (2556). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- สุภาวรรณ ชัยทิวภูมิกุล (2555). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

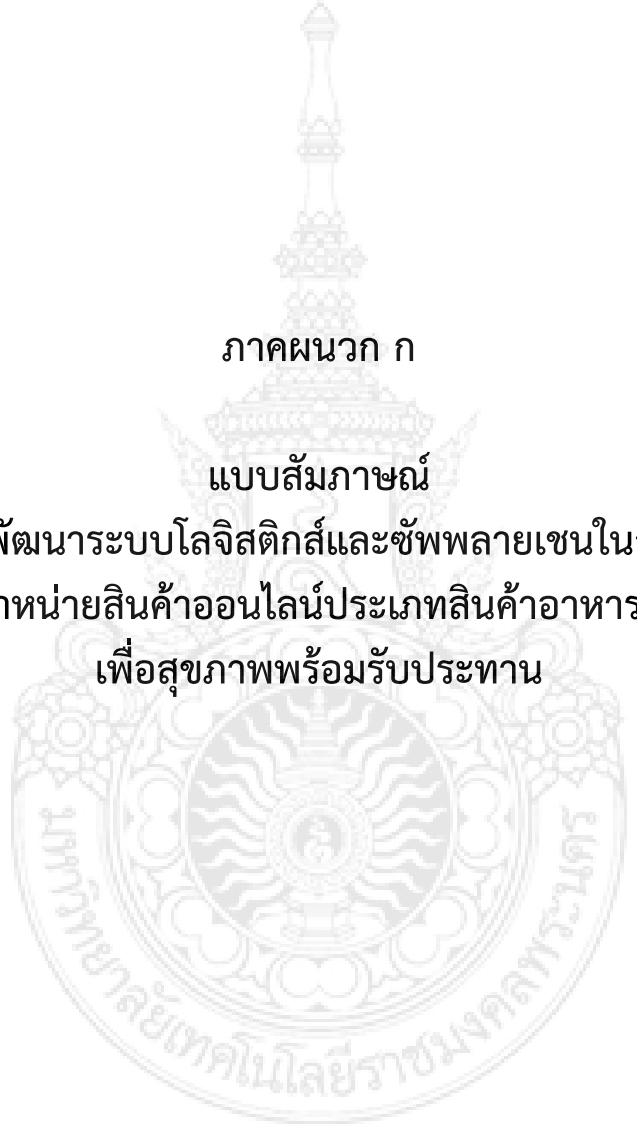
เสาวณี จุลิรัชนีกร (2558). การจัดการกระบวนการลอจิสติกส์แบบใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง.
วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).
7(13) : 211.

PmTech2201-2215. (มปป.). **บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง**. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2560, จาก
<https://sites.google.com/site/pmtech22012215/system/app/pages/sitemap/hierarchy>



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่า
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่อง
เพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

ภาคผนวก ข

รูปภาพประกอบการทำวิจัย



แบบสัมภาษณ์

แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่า
การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับธุรกิจของท่านและให้คำอธิบายพอสังเขป

1. สถานที่ตั้งเพื่อการประกอบอาหาร

2. พื้นที่การจัดส่ง

3. ช่องทางการส่งอาหารกล่องเพื่อสุขภาพออนไลน์

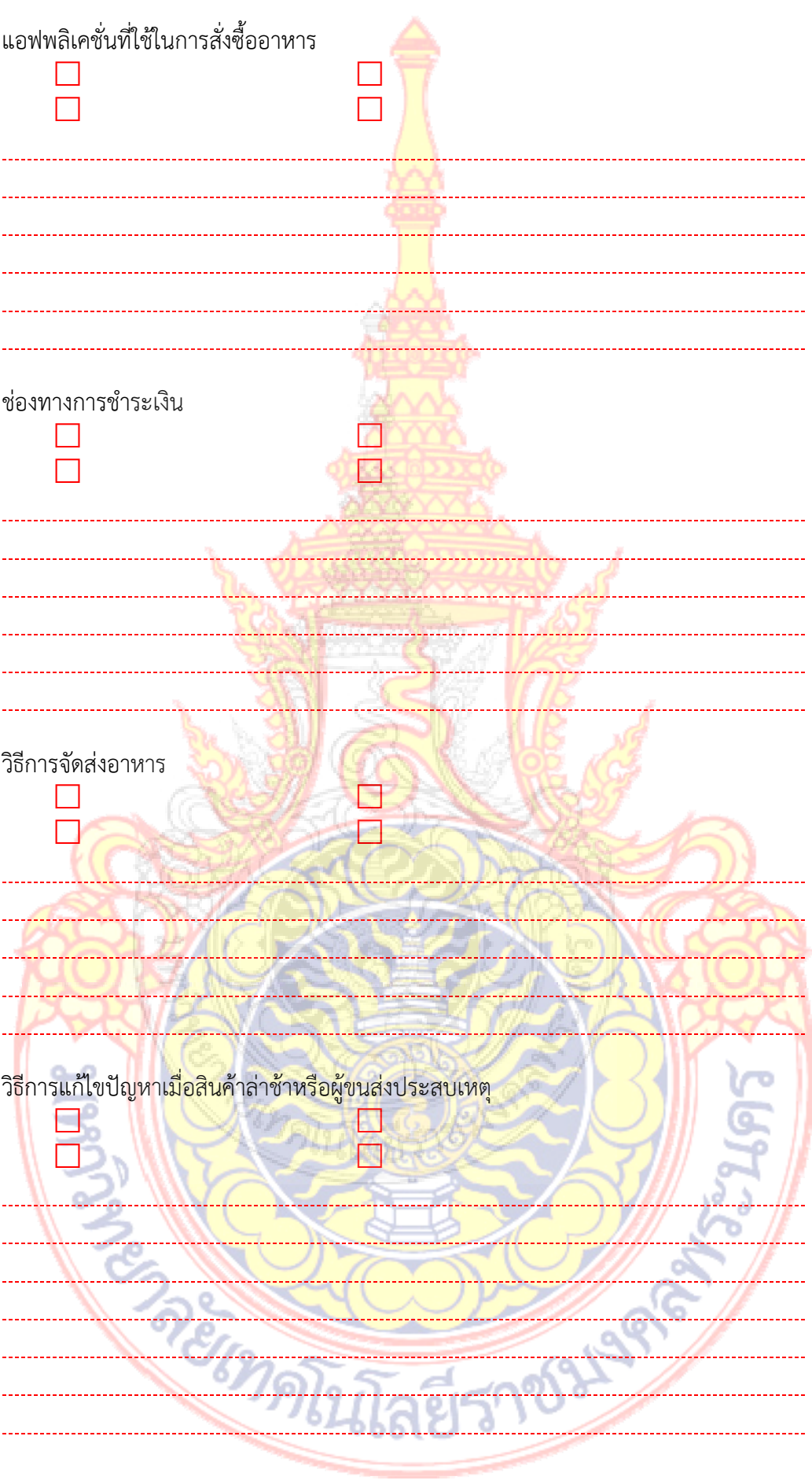
4. จำนวนเมนู

5. แอปพลิเคชันที่ใช้ในการสั่งซื้ออาหาร

6. ช่องทางการชำระเงิน

7. วิธีการจัดส่งอาหาร

8. วิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อสินค้าล่าช้าหรือผู้ขนส่งประสบเหตุ



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



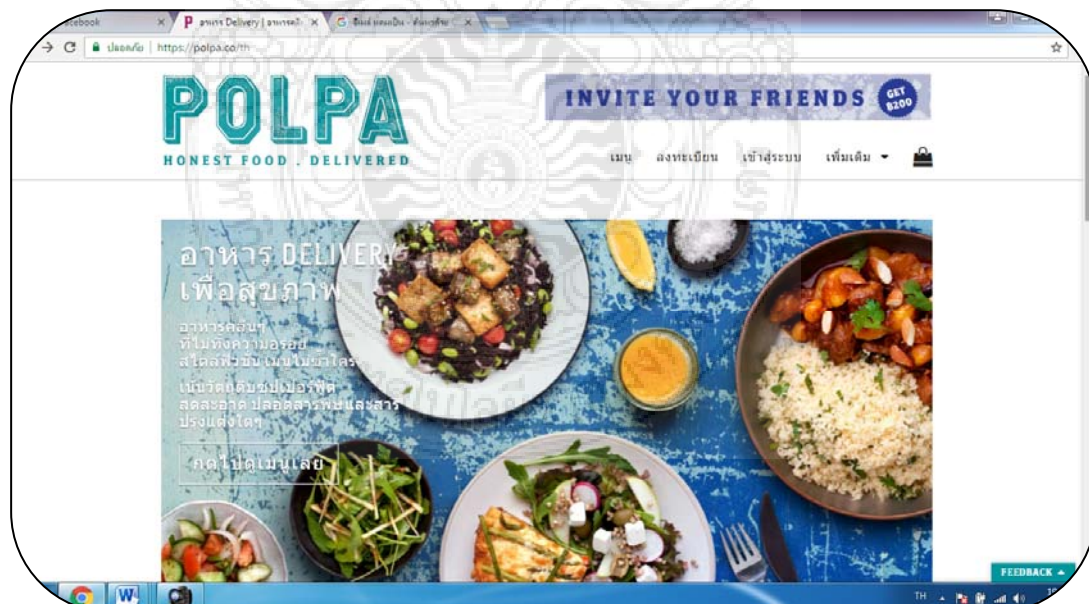
ภาพการสัมภาษณ์โดยการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิจัย



ภาพตัวอย่างการสัมภาษณ์ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์



ภาพตัวอย่างการสัมภาษณ์ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์



ภาพตัวอย่างการสัมภาษณ์ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์



ภาพตัวอย่างการสัมภาษณ์ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์

