

การพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด ในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม*

DEVELOPING BUSINESS INNOVATIONS TO PROMOTE BUSINESS COMPETITIVENESS FRESH FOOD IN THE NETWORK OF PERM POON FARM

นางดาว วิทยานูวัตติ, ภัทรธิรา ผลงาม*

Naartdao Wichayanuwat, Patthira Phon-ngam*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: dr.patthira@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มและการประชุมระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเจ้าของ ผู้จัดการโดยตำแหน่งและพนักงานในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มทั่วประเทศ รวมทั้งภาคที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสดรายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้าร้านอาหาร/ผู้บริโภคที่ซื้อไว้บริโภคในครัวเรือน เครื่องมือประกอบด้วยประเด็นสัมภาษณ์เจาะลึก ประเด็นสนทนากลุ่ม วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าได้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มจำนวน 4 นวัตกรรม และได้นำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติผ่านกิจกรรม ต่าง ๆ เป็นเวลา 4 เดือน ดังนี้ 1) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 1.1) มี Flow Chart ของสินค้าที่มีจำหน่ายในร้าน และ 1.2) การชำระเงินได้ทุก platform 2) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามอย่าง คือ หมูยอ กุ้งยอ และปูอัดยอ 3) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน ได้พัฒนาโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปที่ใช้ร่วมกันทุกสาขา และ 4) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ 4.1) การตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ ของแต่ละสาขา และFacebook และ 4.2) ลูกค้าสัมพันธ์มีบัตรสมาชิก ผลการประเมินการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพไปสู่การปฏิบัติโดยการประเมินผลผลิตและผลลัพธ์พบว่า นวัตกรรมที่ได้มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มยอดขายสูงขึ้น พนักงานได้รับความรู้และประโยชน์จากการร่วมกิจกรรม ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ มีบัตรสมาชิกและบริการที่ได้รับ

คำสำคัญ: การพัฒนานวัตกรรม, ศักยภาพการแข่งขัน, ธุรกิจอาหารสด

Abstract

The purpose of this research was to develop innovations to promote the competitiveness of fresh food businesses in Permpoon Farm network group. It's research and development. The qualitative research method consists of in-depth interviews, focus group discussion, and brainstorming. The target group includes owners, manager by position and staff in the Permpoon

Farms network group across the country as well as all relevant parties, i.e. large and small buyers of fresh food products, restaurant customers / consumers who buy for household consumption. The tools consisted of in-depth interviews and group discussion topics. The method to verify data using the triangulation technique. The data was analyzed using the content analysis method. The results found that there were 4 innovations to enhance the competitiveness of the fresh food business in the Permpoon Farms network group, and the innovations were implemented through activities for a period of 4 months as follows: 1) innovation to promote the potential of service there are 2 activities: 1.1) There is a flow chart of products available in the store. and 1.2) payment on all platforms, 2) innovation to promote product potential by developing new Sam Yor products, namely Moo Yo, Kung Yor, and Crab Stick Yor, 3) innovation to promote financial potential has developed a ready-made accounting program that is shared with all branches, and 4) innovation to promote marketing potential there are 2 activities: 4.1) marketing through online channels, each branch's website and Facebook, and 4.2) customer relations with membership cards. Assessment results of implementing innovations to promote potential into practice by evaluating production and results, it was found that useful innovations can be used effectively. increase sales employees receive knowledge and benefits from participating in activities. And consumers are satisfied with new products, membership cards and services received.

Keywords: Innovation Development, Competitive Potential, Fresh Food Business

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศไทย โดยรัฐบาลให้ความสำคัญ และผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาตนเองโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ที่ควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ มีคุณค่า มีคุณภาพและมีความปลอดภัยในระดับมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ และพยายามเจาะตลาดที่การแข่งขันยังไม่รุนแรงมากนัก เช่น อาหารออร์แกนิก ผักปลอดสาร สัตว์น้ำราคาแพง และ Chilled Ready Meal เป็นต้น อีกทั้งควรปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาช่วยทดแทนแรงงานคนที่ต้นทุนสูง และมีแนวโน้มขาดแคลนมากขึ้น นอกจากนี้ ถ้าหากมีศักยภาพเพียงพอในการใช้ประโยชน์จากปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายและมีราคาถูก เช่น วัตถุดิบหรือแรงงานในประเทศ สำหรับผู้ส่งออกก็ควรจะมีตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ อาทิ จีน อินเดีย รัสเซีย บราซิล และกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ที่ขนาดเศรษฐกิจจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกมาก ถ้าหากพิจารณาถึงการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดจะเห็นได้ว่ามีผู้ผลิตทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่เข้ามาแข่งขันผลิตและจำหน่ายในตลาด โดยสิ่งสำคัญในการผลิต คือ การมุ่งเน้นความสะอาด ถูกสุขอนามัย มีกระบวนการผลิตจากโรงงานที่มีมาตรฐานสากล (รชตพงศ์ สุขสงวน, 2565) ซึ่งธุรกิจอาหารสดในประเทศไทยมีหลายประเภท หลายแห่งในแต่ละแห่งมีบริบทที่แตกต่างกัน บางแห่งมีเครือข่ายหลายสาขากระจายในจังหวัดต่าง ๆ เช่น เครือข่ายฟาร์มเพิ่มพูน

เครือข่ายฟาร์มเพิ่มพูนมีเครือข่ายมีทั้งหมด 7 สาขาทั่วประเทศ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลประกอบด้วย สาขาเมืองทอง สาขานครปฐม สาขาอ่างทอง สาขาเจ็ดเสมียน สาขาพุทธมณฑลสายห้า สาขาลาดปลาทุกและสาขาพระนครศรีอยุธยาเป็นผู้ผลิตอาหารสดรายใหญ่ประกอบด้วย ขึ้นส่วน หมู ไก่ (อาหารสด) อาหารแปรรูปโดยกลุ่มลูกค้าประกอบด้วย ร้านอาหาร ผู้บริโภคที่ซื้อไว้บริโภคในครัวเรือน จากการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้วิจัยในฐานะผู้บริหาร พบว่า ปัญหาด้านการบริการ โดยที่บริการหน้าร้านไม่ยุติ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รายใหญ่รายย่อย



ไม่ทั่วถึง การจัดส่งสินค้าไม่เป็นระบบ ปัญหาด้านการเงิน ยังไม่มีระบบบริหารคงคลัง สินค้าหมุนเวียน และสิ้นเปลืองในร้าน บางครั้งทำให้พลาดโอกาสในการแข่งขัน ส่วนปัญหาด้านการตลาดไม่มีโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย ในช่วงที่มีการจำหน่ายได้น้อย และปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์เดิม ๆ ที่ไม่หลากหลาย ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายอย่างจำกัด ดังนั้น จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันจึงสามารถช่วงชิงอำนาจในการสร้างผลกำไรและผลประโยชน์ให้บริษัทเพิ่มพูนฟาร์มด้วยการพยายามสร้างและพัฒนาวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันทางธุรกิจกับบริษัทอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งวิธีการใหม่เรียกว่านวัตกรรม โดยที่นวัตกรรมเป็นวิธีการในการสร้างสรรค์วิธีการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ หรือการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เปลี่ยนจากรูปแบบเดิม ๆ ให้ดีขึ้นกว่าเดิม ที่ยังไม่เคยทำมาก่อนในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายดำเนินการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นความต้องการจำเป็นแต่ในบริษัทเพิ่มพูนฟาร์ม ยังไม่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ นอกจากใช้วิธีการเดิม ๆ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผลจากการสร้างนวัตกรรมสามารถใช้เป็นแนวทาง วิธีการในการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันได้

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารของกลุ่มเครือข่ายฟาร์มเพิ่มพูนตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม
3. เพื่อทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม
4. เพื่อประเมินผลการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการประชุมระดมความคิดเห็น

กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย เจ้าของ ผู้จัดการโดยตำแหน่ง และพนักงานในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มทั่วประเทศ จำนวน 7 สาขา รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสดรายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้าร้านอาหาร/ผู้บริโภคที่ซื้อไว้บริโภคในครัวเรือน รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 94 คน คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงกำหนดคุณสมบัติ เป็นเจ้าของผู้จัดการโดยตำแหน่ง และพนักงานที่ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี รวมทั้งผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสดรายใหญ่และรายย่อย โดยไม่กำหนดเวลาที่เคยซื้อ

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยนำเค้าโครงวิทยานิพนธ์เสนอต่อคณะกรรมการจริยธรรมของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ รหัสโครงการ LA No. 001/2566 ได้พิทักษ์สิทธิกลุ่มเป้าหมายโดยอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายทราบเกี่ยวกับการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้จะไม่มีผลต่อการทำงาน โดยให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตัดสินใจในการเข้าร่วมการวิจัยด้วยตนเอง ซึ่ง กลุ่มเป้าหมายสามารถออกจากการวิจัยได้ตลอดเวลา ข้อมูลทุกอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ดังนี้

1. ประเด็นการสัมภาษณ์เจาะลึกสำหรับเจ้าของธุรกิจและพนักงานทุกระดับ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด
2. ประเด็นการสัมภาษณ์เจาะลึกสำหรับ ผู้บริโภคเจ้าของธุรกิจและพนักงานทุกระดับ เพื่อประเมินการนำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติเกี่ยวกับผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งความพึงพอใจที่เข้าร่วมกิจกรรม
3. ประเด็นการสนทนากลุ่ม โดยจัดสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภคและพนักงานเพื่อศึกษาความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด
4. ประเด็นประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดว่าควรมีกิจกรรม อะไรบ้างและพัฒนาอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน มีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก เจ้าของและ ผู้จัดการโดยตำแหน่งในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม จำนวน 7 สาขา เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในปัจจุบัน รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 17 คน (Saaty, T. L., 1970)

และสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด คือ กลุ่มผู้บริหารโดยตำแหน่งในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม จำนวน 10 คน

สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสนทนากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสภาพ ปัญหา และความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด เพื่อนำเข้าสู่การประชุมระดมความคิดเห็นในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสด โดยการประชุมระดมความคิดเห็น ประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้จัดการและพนักงานทุกระดับใน กลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มทั่วประเทศ จำนวน 7 สาขา รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสดรายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้าร้านอาหาร/ผู้บริโภคที่ซื้อไว้บริโภคในครัวเรือน รวมกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 30 คน

ขั้นตอนที่ 3 นำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันไปสู่การปฏิบัติ ขั้นตอนนี้เป็นการทดลองใช้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 ซึ่งการดำเนินการโดยการพิจารณาเลือกกิจกรรมตามความสำคัญก่อนหลัง กำหนดระยะเวลาในการนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ 4 เดือน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการนำนวัตกรรมฯ ไปสู่การปฏิบัติ คือ ผู้จัดการและพนักงานทุกระดับในกลุ่มเครือข่ายฟาร์มเพิ่มพูน จำนวน 20 คน (Saaty, T. L., 1970) ซึ่งมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบอาสาสมัคร (Voluntary selection) พนักงานที่ต้องการ เข้าร่วมกิจกรรมได้โดยได้รับอนุญาตจากหัวหน้าฝ่ายที่สังกัด

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน ไปสู่การปฏิบัติ ในขั้นตอนนี้เป็นการประเมินผลจาก Outputs และ Outcomes หลังจากการนำเอานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันที่ได้ไปสู่การปฏิบัติ โดยประเมินผลจากผู้เข้าร่วมโครงการโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อประเมินผล ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันที่ได้ไปสู่การปฏิบัติ คือ พนักงานและผู้บริหารในทุกระดับของกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มทั่วประเทศ จำนวน 17 คน (Saaty, T. L., 1970)



การตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการพิจารณาถึงเวลา สถานที่ และบุคคล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการวิเคราะห์ในเบื้องต้นไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูลในแต่ละครั้งที่ทำการเก็บข้อมูลจะบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุปแล้วจึงนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบบรรยาย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม พบว่า สภาพปัจจุบันในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันนั้นมีการส่งเสริมด้านการตลาด โดยการให้ชำระเงินภายใน 1 วันสำหรับลูกค้าประจำ บริการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันคือ บดหั่นไม่คิดค่าใช้จ่าย จัดส่งให้ฟรีถ้ามียอดสั่งซื้อขั้นต่ำ 300 บาท ส่วนในด้านการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางด้านราคา ขายตามความต้องการลูกค้า การชำระเงินภายในวันเดียวกัน โดยจำหน่ายราคาส่ง 10 กิโลกรัมขึ้นไปได้ส่วนลด 2 บาท และ 50 กิโลกรัมขึ้นไปได้ส่วนลด 5 บาท

ส่วนสภาพปัญหาในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม พบว่า ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ไม่สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้ ใช้ฐานลูกค้าเก่าซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายโอกาสการตลาด และยังมีปัญหาด้านมีคู่แข่งทางการค้า ไม่มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ไม่มีระบบการทำบัญชี แค่งบประมาณให้เจ้าของร้านเท่านั้นและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม พบว่า การส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ ต้องการมีคู่มือการทำงานเพื่อแนะนำการให้บริการ ต้องการให้มีระบบการตรวจสอบสินค้า ว่ามีสินค้าอะไรบ้าง ส่วนการส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตภัณฑ์ ต้องการสินค้าจากแหล่งชุมชน และอาหารแช่แข็ง แต่ต้องเป็นอาหารที่เก็บไว้ได้นาน สินค้าแพ็คสำเร็จรูปสำหรับลูกค้าโรงงานและมีเครื่องปรุงหลากหลาย รวมทั้งหมอบโปรโมชั่น เป็นแพ็คเกจพิเศษ และการส่งเสริมศักยภาพด้านการเงินต้องการให้มีระบบบัญชีอย่างง่าย ๆ และระบบตรวจสอบยอดสินค้ามีอะไรบ้างเพื่อไม่ให้เสียฐานลูกค้าเพราะลูกค้ามาแล้วไม่มีสินค้าตามที่ต้องการต้องไปซื้อร้านอื่น รวมทั้งการส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดมีความต้องการให้มีวิธีเข้าถึงลูกค้า มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย และต้องการเพชฌัญช์ของ ร้านเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม จากการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดเวทีประชาคมผลจากการประชุมระดมความคิดเห็นได้นวัตกรรม 4 ด้าน คือ 1) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ 2) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตภัณฑ์ 3) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน และ 4) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด

3. ผลการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มไปสู่การปฏิบัติเป็นเวลา 4 เดือน โดยมีการประชุมเพื่อพิจารณาเลือกกิจกรรมที่เป็นความต้องการจำเป็นเร่งด่วนดำเนินการ ก่อน -หลัง ดังนี้ 1) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมมี Flow Chart ของสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านและการชำระเงินได้ทุกแพลตฟอร์ม โดยที่ Flow Chart เป็นการแนะนำสินค้าที่มีในร้าน เป็นการเพิ่มโอกาสในการขาย ส่วนการชำระเงิน ได้ทุกแพลตฟอร์ม โดยเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับและจ่ายเงินออนไลน์ เป็นระบบชำระเงินออนไลน์ที่เชื่อมต่อกับธนาคารโดยตรง 2) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตภัณฑ์ ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามอย่าง คือ หมูยอ กุ้งยอ และปูดยอ โดยการพัฒนาตามความต้องการของผู้บริโภค 3) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน ได้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปที่ใช้ร่วมกันในทุกสาขา โดยการจัดทำบัญชีโปรแกรม Senior Soft Pro Maxx เป็นการ

จัดทำเอกสารและรายงานต่าง ๆ ทางบัญชี เช่น ใบเสนอราคา ใบส่งขาย ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบวางบิล ใบรับสินค้า ฯลฯ รวมถึงการทำสต็อกสินค้า การบันทึกรายการค้าในสมุดรายวัน บัญชีแยกประเภท การเรียกดูงบทดลอง และรายงานทางการเงิน สามารถลดระยะเวลาในการจัดทำบัญชีลงได้อย่างมากรวมถึงการที่ผู้บริหารได้รับข้อมูลรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร ทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และ 4) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ การตลาดช่องทาง ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของร้านและเฟซบุ๊ก การตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจการขายด้วยสื่อออนไลน์ ในครั้งนี้การทำการตลาดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ร้านชื่อ <https://permpoonfarm.com> เฟซบุ๊ก ชื่อฟาร์มเพิ่มพูน สาขาเมืองทอง และจัดทำบัตรสมาชิกสะสมแต้ม เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างมากเมื่อใช้บริการโดยต้องมีการบันทึกประวัติลูกค้าอย่างเป็นระบบและต้องมีระบบจัดเก็บและวิเคราะห์ฐานข้อมูล และพฤติกรรมการใช้จ่ายลูกค้าส่วนการสะสมแต้มนั้นมีการจัดทำระบบสะสมแต้มโดยอัตโนมัติ ง่ายต่อการจัดการ และการแลกแต้มนั้นลูกค้านำแต้มที่สะสมมาแลกเป็นเงินสดลดราคาสินค้าได้

4. ผลการประเมินการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันไปสู่การปฏิบัติ ในส่วนนี้เป็นประเมินในภาพรวมหลังจากที่ได้ำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติ ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพื่อประเมินความพึงพอใจ ความรู้และประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรมของพนักงาน ร่วมกับเจ้าของสถานประกอบการ และผู้ซื้อรายใหญ่ พบว่า เมื่อนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจไปสู่การปฏิบัติ เห็นว่าเกิดประโยชน์อย่างมากต่อหน่วยงาน ในทุกนวัตกรรม โดยพนักงานที่เข้าร่วมโครงการต่างมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้น มีระบบการบริการ มีโปรแกรมบัญชีการเงินและมีการตลาดออนไลน์ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นส่วนผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น หมูยอ ไก่ยอและปูอัดยอส่วนเจ้าของธุรกิจมีความพึงพอใจที่สินค้าสามารถขายได้ดี มีบริการที่มีคุณภาพ

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม

สภาพปัจจุบันในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันนั้น พบว่า มีการส่งเสริมในด้านการตลาดด้านการบริการ และด้านราคาเท่านั้นยังไม่มีส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมทั้งยังไม่มีการตลาดออนไลน์ มีการขายโดยใช้พนักงานขายเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ จึงต้องติดต่อสื่อสารโดยใช้พนักงานขาย และการติดต่อสื่อสารแจ้งข่าวสารและแจ้งตลาดโดยตรงกับผู้ซื้อผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กล่าวถึงการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ว่าการส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าได้ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2564)

ส่วนสภาพปัญหาในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม พบว่ายังมีปัญหาด้านมิคู่แข่งทางการค้า ไม่มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ไม่มีระบบการทำบัญชี แต่ส่งใบเสร็จให้เจ้าของร้านเท่านั้น ทั้งนี้ปัญหาเพราะปัญหาคู่แข่งทางการค้าเป็นปัญหาทั่วไปในทุกธุรกิจการค้าและบริการต้องประสบพบเจอซึ่งต้องแก้ไขปัญหานี้ให้ได้จึงสามารถได้รับชัยชนะในการแข่งขันทางการค้า ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของพีรเชษฐ์ โล่ห์สกุล ได้กล่าวไว้ว่า ปัญหาคู่แข่งทางการค้าขายตัดราคาโดยเฉพาะสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมของตลาด เลี่ยงที่จะไม่เจอปัญหานี้ได้ยาก (พีรเชษฐ์ โล่ห์สกุล, 2565) ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบ

ทางการแข่งขันของคู่แข่งทางการค้าขาย คือ การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการทั้งในด้านแรงงาน เทคโนโลยี รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (วสุธิตา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2561)

และความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม พบว่าต้องการให้มีการส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ ด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์รวมทั้งด้านการตลาด ทั้งนี้เพราะศักยภาพการแข่งขันที่กล่าวข้างต้นเป็นการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ให้แข็งแกร่งขึ้น เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในการแข่งขันได้ ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Hill, C. W. L. & Jones, G. R เรื่องการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจาก 4 ปัจจัย คือ ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปัจจัยสี่ นี้ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันและรักษาให้คงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างพึงพอใจ (Hill, C. W. L. & Jones, G. R., 2008) ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของประภาศรี พงศ์ธนาพาณี และคณะ ได้ศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร พบว่า องค์ประกอบด้านความสามารถทางการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความสามารถในการตอบสนองลูกค้า เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.33 รองลงมา คือ ด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านประสิทธิภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (ประภาศรี พงศ์ธนาพาณี และคณะ, 2563)

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดใน กลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์ม ได้ 4 นวัตกรรม ดังนี้ 1)นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ 2)นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพ 3) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน และ 4) นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด ทั้งนี้นวัตกรรมที่ได้ทั้งหมดเหล่านี้มาจากความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งนวัตกรรมการตลาดนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ellickson, P. B., et al ได้สรุปว่านวัตกรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ต้องเป็นการสร้างนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถประเมินความต้องการได้จากหลายวิธี เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลผลิตภัณฑ์เข้ากับข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าจำนวนมาก ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น (Ellickson, P. B., et al. , 2019) และผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิสร่า แก้วสุวรรณ ได้พัฒนาศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงร้านค้าออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการปรับปรุงรูปภาพหน้าปก ภาพโปรไฟล์ สื่อวิดีโอขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ของร้านให้มีความน่าสนใจมากขึ้น บอกถึงราคาและเมนูในการเลือกซื้อสินค้าอย่างชัดเจนว่าสินค้าขายอะไรบ้าง ขนาดหรือราคาของสินค้ามีราคาเท่าไร (ชนิสร่า แก้วสุวรรณ, 2564)

3. ผลการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดไปสู่การปฏิบัติ โดยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละนวัตกรรมตามความต้องการของผู้ประกอบการ ดังนี้ นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ จัดทำFlow Chart ของสินค้าที่มีจำหน่ายในร้าน และการชำระเงิน ได้ทุกแพลตฟอร์มทั้งนี้เพราะแพลตฟอร์มดิจิทัลช่องทางการรับจ่ายเงินออนไลน์มีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินทั้งการโอนเงิน การจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการการชำระเงินในสมัยใหม่ควรเปิดกว้างให้ชำระเงินได้หลายวิธี เช่น ชำระเงินออนไลน์ที่เชื่อมต่อกับธนาคารโดยตรง ผ่าน QR Codeและเพิ่มจ่ายด้วยบัตรเครดิต เดบิตและวีซ่า ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้กล่าวว่าการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตที่เป็นการชำระค่าสินค้าและบริการหรือโอนเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกชำระค่าสินค้าและบริการได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บริการ

Internet Banking ของธนาคาร การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-money) ซึ่งได้เปิดบัญชีไว้กับผู้ให้บริการ E-money ผ่านเว็บไซต์ และเติมเงินเข้าบัญชีให้เพียงพอ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) และ ผลการศึกษารั้วนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kosim, K. P. & Legowo, N ได้กล่าวว่าการใช้บัตรเครดิต การสแกนคิวอาร์โค้ด และการโอนเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เป็นรูปแบบการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสแกน QR Code (Kosim, K. P. & Legowo, N., 2021) ผลการศึกษารั้วนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของธมลวรรณ วรรณศิลป์ พบว่า e-payment ผู้ใช้บริการจะพิจารณาถึงความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายตรงตามที่ต้องการ มีความทันสมัย นำใช้งานของรูปแบบของแพลตฟอร์ม มีความเสถียรของระบบชำระเงิน และอัปเดตได้เรียลไทม์ มีการยืนยันยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากการทำธุรกรรมทุกครั้ง และมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน (ธมลวรรณ วรรณศิลป์, 2563)

นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตภัณ์ ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณ์ใหม่สามยอ คือ หมูยอ กุ้งยอ และปูอัดยอทั้งนี้เพราะทางร้านจำหน่ายแต่ผลิตภัณ์จากเนื้อไก่และหมูที่ผ่านมายังไม่เคยแปรรูป ดังนั้น จึงต้องการให้มีผลิตภัณ์ใหม่ ๆ เกิดขึ้น คือ ประเภทหมูยอ เพื่อให้สะดวกในการนำไปรับประทานเพราะเป็นกึ่งสำเร็จ สามารถรับประทานได้โดยไม่ต้องนำไปปรุงเพียงแค่อุ่นเท่านั้นก็สามารถรับประทานได้ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันอาหาร กล่าววว่าหมูยอเป็นผลิตภัณ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย เป็นผลิตภัณ์ที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตในมูลค่าที่สูง ทำให้มีการผลิตทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคครัวเรือน มีการวางจำหน่ายกันอย่างแพร่หลายทั้งตลาด ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก และร้านสะดวกซื้อ (สถาบันอาหาร, 2557) ผลการศึกษารั้วนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรพาชื่น ชูเชิด และคณะ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณ์หมูยอลดไขมันเสริมสมุนไพรแกงเขียวหวาน พบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณ์หากมีวางจำหน่าย เนื่องจากเป็นผลิตภัณ์ลดไขมันเสริมสมุนไพรซึ่งตรงกับความต้องการในการบริโภคเพื่อสุขภาพ (พรพาชื่น ชูเชิด และคณะ, 2560)

นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน ได้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป ชื่อโปรแกรม Senior Soft Pro Maxx ทั้งนี้สภาพปัจจุบันในการดำเนินงานด้านการเงินไม่มีการจัดทำบัญชีสินค้าในร้าน ส่วนการจ่ายเงินลูกค้าโอนเข้าบัญชีเจ้าของ หรือจ่ายเงินสดไม่เคยมีโปรแกรมมาก่อน ดังนั้น การพัฒนาในครั้งนี้จึงถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีโปรแกรมบัญชีไว้ใช้คุมสต็อกสินค้า รายได้และรายจ่าย ผลการศึกษารั้วนี้สอดคล้องกับแนวคิดของบริษัทไบท์เบรน จำกัด ออกแบบและพัฒนาโปรแกรมบัญชีกล่าวว่าโปรแกรมบัญชีสามารถเชื่อมโยงหลายระบบ ซึ่งมี ระบบขาย (Sales) ระบบสต็อกสินค้า (Inventory) ระบบลูกหนี้ (Accounts Receivable) ระบบเจ้าหนี้ (Accounts Payable) และ ระบบบัญชีแยกประเภท (General Ledger) ทำให้สามารถจัดพิมพ์ใบส่งของและใบกำกับภาษี โปรแกรมส่งข้อมูลไปยังระบบสินค้าเหลือ (Inventory) ระบบลูกหนี้ (Accounts Receivable) และ ระบบบัญชีแยกประเภท (General Ledger) ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (บริษัทไบท์เบรน จำกัด, 2565) ผลการศึกษารั้วนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทราจิตร แสงสว่าง และชวพจน์ ศุภสาร ได้ศึกษาปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน พบว่าบริษัทจำกัดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติพิเศษเป็นอันดับแรก และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดหาเป็นอันดับที่สอง รองลงมาคือปัจจัยด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรมฯ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโปรแกรม (ภัทราจิตร แสงสว่าง และชวพจน์ ศุภสาร, 2564)

นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด ได้ดำเนิน 2 กิจกรรม คือ การตลาดช่องทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ของร้าน เฟซบุ๊กของร้าน และจัดทำบัตรสมาชิกสะสมแต้ม ทั้งนี้เพราะการตลาดมีความสำคัญในการเปิดโอกาสให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันได้อย่างเสรี และนำไปสู่การขยายกิจการต่อไปได้โดยใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายเผยแพร่กิจการของร้านให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่ผ่านมาร้านค้ามีการขายเฉพาะทางหน้าร้านเท่านั้น ไม่เคยขาย



ผ่านระบบออนไลน์ใด ๆ มาก่อน ดังนั้น การพัฒนาครั้งนี้ได้เริ่มขายผ่านออนไลน์ทางเว็บไซต์ของร้านค้า หรือ เพจชู้กของร้านจึงถือเป็นนวัตกรรมเพราะยังไม่เคยใช้วิธี เช่นนี้มาก่อน ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhang, Y. T., et al ได้สรุปว่าผู้ประกอบการควรต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำหน้าร้านแบบออนไลน์หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงสินค้าจากลูกค้าต่างพื้นที่ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น เช่นกัน การตลาดออนไลน์ หรือ Online Marketing คือ การทำงานเพื่อส่งเสริมธุรกิจหรือบริษัทในสื่อออนไลน์ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการในธุรกิจให้กลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มากขึ้นนั่นเอง ส่วนการจัดทำบัตรสมาชิกสะสมแต้มนั้นเป็นกิจกรรมที่ยังไม่เคยดำเนินการมาก่อน เช่นกันในครั้งนี่เริ่มเป็นครั้งแรกจึงถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมทางกระบวนการที่เริ่มใหม่ซึ่งในแง่มุมมองของลูกค้า เกิดประโยชน์ในเชิงบวกที่ดีซึ่งการสะสมแต้มนั้นมีการจัดทำระบบโดยอัตโนมัติง่ายต่อการจัดการ และการแลกแต้มนั้นลูกค้าตรวจสอบเช็คแต้มแบบเรียลไทม์ และนำแต้มที่สะสมมาแลกเป็นเงินสดลดราคาสินค้าได้ (Zhang, Y. T., et al., 2017) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชพรรณ ยศนาม ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตและทัศนคติต่อของรางวัล พบว่า ทัศนคติต่อความพึงพอใจและการเลือกของรางวัลจากการสะสมแต้มบัตรเครดิตนั้นแตกต่างกันไปตามเกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และ อายุ (รัชพรรณ ยศนาม, 2560)

4. ผลการประเมินการนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดไปสู่การปฏิบัติ เมื่อนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดไปสู่การปฏิบัติเห็นว่าเกิดประโยชน์อย่างมากต่อหน่วยงาน ในทุกนวัตกรรม โดยพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้น มีระบบการบริการ มีโปรแกรมบัญชีการเงินและการตลาดออนไลน์ทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น ส่วนผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น หมูยอ ไก่ยอและปูอัดยอ ส่วนเจ้าของธุรกิจมีความพึงพอใจที่สินค้าสามารถขายได้ดี มีบริการที่มีคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะในทุกนวัตกรรมได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแล้วว่ามีความประโยชน์และเป็นไปได้และได้ดำเนินการในทุกนวัตกรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของพนักงานและเจ้าของกิจการทุกฝ่ายได้ลงมือปฏิบัติจึงเกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ (สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ, 2550) ได้กล่าวว่า การออกแบบหรือพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ โดยดำเนินงานเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งต้องมีการประเมินประสิทธิผลของผลลัพธ์เกิดขึ้นหลังจากที่การดำเนินกิจกรรมสิ้นสุดลง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของพุฒิพัฒน์ ทวีวรพัฒน์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ ได้ศึกษาเพื่อประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ในด้านการขยายการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นการเพิ่มช่องทางการขายมากขึ้น สามารถสร้างธุรกิจใหม่เกิดขึ้น จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการและสามารถการนำงานวิจัยไปต่อยอดธุรกิจ (พุฒิพัฒน์ ทวีวรพัฒน์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ, 2561)

สรุปและข้อเสนอแนะ

กล่าวโดยสรุปการพัฒนาวัตกรรมการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจได้ 4 นวัตกรรม คือ นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการบริการ นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการเงิน และนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด เมื่อนำนวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจไปสู่การปฏิบัติ เห็นว่าเกิดประโยชน์อย่างมากต่อหน่วยงาน โดยพนักงานที่เข้าร่วมโครงการทุกคนมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้น มีระบบการบริการ มีโปรแกรมบัญชีการเงินและการตลาดออนไลน์ทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นส่วนผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น หมูยอ ไก่ยอและปูอัดยอ ส่วนเจ้าของธุรกิจมีความพึงพอใจที่สินค้าสามารถขายได้ดี มีบริการที่มีคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น จึงกล่าวได้ว่านวัตกรรมที่ได้นี้ก่อให้เกิดผลดีต่อทุกฝ่ายทั้งเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ พนักงานและผู้บริโภค ซึ่งข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นพื้นฐาน

ที่สำคัญในการนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผลจากการศึกษาได้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย/แนวปฏิบัติในการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ผลจากการศึกษาได้นวัตกรรมส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารสดในกลุ่มเครือข่ายเพิ่มพูนฟาร์มซึ่งหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบต.สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มต่าง ๆ ในท้องถิ่นได้ 3) ข้อเสนอแนะทางวิชาการ ผลการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะทางวิชาการที่มีเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ในการจัดทำคู่มือ เอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการจัดอบรมเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจอื่น ๆ ได้ และ 4) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยต่อยอดศักยภาพทางการแข่งขันโดยการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อประเมินศักยภาพทางการแข่งขันในปัจจุบันของผู้ประกอบการในเชิงปริมาณโดยใช้วิธี Data Envelopment Analysis และควรมีการศึกษาติดตามและประเมินผลศักยภาพการแข่งขันในสถานประกอบการที่นำนวัตกรรมที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปปฏิบัติ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ชินสรา แก้วสุวรรณ. (2564). การพัฒนาศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 10(2), 92-108.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment). เรียกใช้เมื่อ 8 มีนาคม 2566 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Pages>
- ธมลวรรณ วรรณศิลป์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless Payment ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัชพรณ ยศนาม. (2560). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตและทัศนคติต่อของรางวัล (Rewards). ใน วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บริษัทไบท์เบรน จำกัด. (2565). โปรแกรมบัญชีครบวงจร. เรียกใช้เมื่อ 8 มีนาคม 2566 จาก <https://www.byte-brain.co.th>
- ประภาศรี พงศ์อนาพานิ และคณะ. (2563). ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ระดับตำบล (OTOP) ในจังหวัดนนทบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 14(2), 114-127.
- พรพาศน์ ชูเชิด และคณะ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์หมุยอลดไขมันเสริมสมุนไพรแกงเขียวหวาน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พีรเชษฐ์ โล่ห์สกุล. (2565). รอบรู้ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารกสิกรไทย.
- พุดิพัฒน์ ทวีวรพัฒน์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ. (2561). การประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ใหม่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัทราจิตร แสงสว่าง และชวพจน์ ศุภสาร. (2564). การพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีตามความต้องการของธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษานิติบุคคลที่จดทะเบียนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภูเก็ต. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(2), 85-93.
- รชตพงศ์ สุขสงวน. (2565). อุตสาหกรรมอาหารยังก้าวไกลทั้งในไทยและระดับโลก. กรุงเทพฯ SME Focus Magazine, 33(2), 23-38.

- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศิลปการณับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(1), 2148-2167.
- สถาบันอาหาร. (2557). ธุรกิจหมุยอ. เรียกใช้เมื่อ 12 มิถุนายน 2558 จาก <http://thaifoodnfi.info/Admin/File>
- สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ. (2550). การติดตามและประเมินผลโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยง. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Ellickson, P. B., et al. (2019). Product launches with new attributes: a hybrid conjoint-consumer panel technique for estimating demand. *Journal of Marketing Research*, 56(5), 709-731.
- Hill, C. W. L. & Jones, G. R. (2008). *Strategic Management: An Integrated Approach*. (9 th ed). Ohio: South-Western.
- Kosim, K. P. & Legowo, N. (2021). Factors affecting consumer intention on QR payment of mobile banking: a case study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 391-401.
- Saaty, T. L. (1970). How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 9-26.
- Zhang, Y. T., et al. (2017). Online shopping and social media: friends or foes. *Journal of Marketing*, 81(6), 24-41.