

ชื่อโครงการวิจัย	การประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป
ผู้เขียน	นางสาวณัฐกรินดา จิจิเจริญพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย	ผศ.ดร.อภิชาติ โสภาแดง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ทำการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพการดำเนินการของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในปัจจุบัน เพื่อการลดกิจกรรมที่ไม่เกิดคุณค่าของกระบวนการในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีรอบระยะเวลารวมในการดำเนินงาน (Total Cycle Time) และอัตราการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Fill Rate) เป็นดัชนีชี้วัดพร้อมทั้งนำเสนอแนวทางในการดำเนินงานที่ดีให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป

โครงการวิจัยนี้เริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กรต่างๆภายในห่วงโซ่อุปทานภายใต้แนวคิดการจัดการห่วงโซ่คุณค่า จากนั้นได้นำการวิเคราะห์สายธารคุณค่ามาใช้ในการจำแนกกิจกรรม ตั้งแต่ขั้นตอนการซื้อเมล็ดพันธุ์ไปจนถึงการขนส่งไปยังท่าเรือเพื่อการส่งออก ผลจากการวิเคราะห์พบว่า เกิดกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่เกิดคุณค่าเพิ่ม และกิจกรรมที่ไม่เกิดคุณค่าเพิ่มสูงถึง 83.36% ซึ่งสามารถนำเสนอแนวทางในการปรับลดเวลาของกิจกรรมเหล่านี้ลงได้ทั้งหมด 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก กำจัดกิจกรรมที่มีความซ้ำซ้อนซึ่งจัดว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่เกิดคุณค่าคือกิจกรรมการตรวจคุณภาพ และประเด็นที่สองคือการเพิ่มสัดส่วนของเกษตรแบบมีสัญญาผูกพันซึ่งจะสามารถลดเวลาในกิจกรรมการรอการผลิตลงได้ และสามารถกำจัดกิจกรรมที่กำหนดวันในการเก็บเกี่ยวออกไปได้ วิเคราะห์ผลที่ได้จากการกำจัดกิจกรรมและลดเวลาที่ใช้ไปในกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจกรรมที่ไม่เกิดคุณค่าเพิ่มโดยการจำลองสถานการณ์ ซึ่งผลที่ได้พบว่า รอบระยะเวลาเฉลี่ย (Average Total Cycle Time) ของกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปตั้งแต่กระบวนการซื้อเมล็ดพันธุ์ไปจนถึงการขนส่งไปท่าเรือเพื่อการส่งออกลดลง 12.74 ชั่วโมงจาก 81.36 ชั่วโมงเป็น 68.62 ชั่วโมง คิดเป็น 15.66% จากนั้นทำการวิเคราะห์อัตราการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Fill Rate) ออกแบบแนวทางในการปรับปรุง และวิเคราะห์ผลจากการปรับปรุงโดยการจำลองสถานการณ์ ผลที่ได้คือ การทำการส่งเสริมให้มีการทำการเกษตร

แบบสัญญาผูกพัน โดยให้มีอัตราส่วนของเกษตรกรในระบบสัญญาผูกพัน 80% ต่อเกษตรกรที่ไม่อยู่ในระบบสัญญาผูกพัน 20% ควบคู่กับการวางแผนความต้องการวัตถุดิบสามารถเพิ่มอัตราการผลิตตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉลี่ยตลอดทั้งปีได้ 4.33% จาก 85.20% เป็น 89.53%