บทคัดย่อ

แผนงานการสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานอาหารพร้อมบริโภคประกอบด้วยงานวิจัย 4 โครงการย่อย ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารพร้อมบริโภค การจัดการโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล การจัดการตู้คอนเทนเนอร์สำหรับการกระจายอาหารพร้อมบริโภคเพื่อการส่งออก และการวิจัยตลาดและผู้บริโภคในประเทศจีนเพื่อการสร้างโซ่คุณค่าสำหรับอุตสาหกรรมอาหารของไทย จึงสามารถนำมาสังเคราะห์และสรุปแนวทางการสร้างคุณค่าในโซ่อุปทาน 2 สายคือ อาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง และโซ่อุปทานอาหารฮาลาล โดยในโซ่อุปทานอาหารพร้อมบริโภคครอบคลุมการวิเคราะห์โซ่อุปทานข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก การวิเคราะห์ผู้ผลิตอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง การวิเคราะห์การจัดส่งจากผู้ผลิตไปตลาดในประเทศจีน และการวิเคราะห์ความต้องการอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งของผู้บริโภคชาวจีนใน 3 เมืองใหญ่คือ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว ส่วนโซ่อุปทานอาหารฮาลาลนั้น วิเคราะห์ระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และการดำเนินงานของบริษัทกรณีศึกษา

ผลการสังเคราะห์ในโซ่อุปทานอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งพบว่า ในส่วนโซ่อุปทานข้าวหอมมะลินั้น เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในด้านการบริหารจัดการในการเพาะปลูกข้าว ภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมในด้านการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุน รูปแบบการปลูก การจัดการน้ำและการใช้ปุ๋ย รวมถึงการใช้ GAP และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนรวม ผู้รวบรวมและโรงสีที่ไม่ได้อยู่ในโครงการได้รับผลกระทบจากโครงการรับจำนำข้าวจนไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ยกเว้นจะปรับตัวโดยรับเป็นจุดรับจำนำข้าวแทนโรงสีในโครงการ ในส่วนของผู้ประกอบการอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งทั้ง 2 กลุ่มคือ ผู้ผลิตอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งประเภทครบวงจร และประเภทไม่ครบวงจร ควรมีการแบ่งปันข้อมูลที่จำเป็นภายในองค์กรและระหว่างพันธมิตรในโซ่อุปทาน โดยเฉพาะกับผู้จัดส่งวัตถุดิบในด้านความต้องการของลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ผันแปรและการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และร่วมกันตัดสินใจกับลูกค้าในประเทศเรื่องระดับสินค้าคงคลัง กับลูกค้าต่างประเทศในด้านคำสั่งซื้อที่ผิดพลาดและโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการจัดหาวัตถุดิบ จัดเก็บวัตุดิบและสินค้าคงคลัง รวมถึงลดเวลาในการส่งมอบสินค้า ส่วนแนวทางการสร้างคุณค่าการจัดส่งสินค้าผ่านทางท่าเรือนั้น ผู้ผลิตขนาดเล็กควรรวมตัวกันเพื่อวางแผนการจองระวางตู้สินค้าล่วงหน้าเพื่อป้องกันปัญหาการแย่งใช้งานตู้คอนเทนเนอร์ในช่วงที่มีการส่งออกผลไม้มาก ในส่วนของแนวทางการสร้างคุณค่าของตลาดอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งในประเทศจีนใน 3 เมืองสำคัญต้องให้ความสำคัญ รสชาติผลิตภัณฑ์ถูกปากผู้บริโภคชาวจีนในแต่ละเมือง ฉลากที่ใช้ต้องมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายประกันคุณภาพ ราคาต้องสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์วางตำแหน่งเป็นสินค้าระดับพรีเมี่ยม วางตำแหน่งเป็นระดับพรีเมี่ยม และจำหน่ายในร้านค้าปลีกจำพวกซุปเปอร์มาเก็ตระดับพรีเมี่ยม และสามารถประมาณขนาดตลาดในปักกิ่งได้ 0.77 ล้านคน เซี่ยงไฮ้ 0.29 ล้านคน และกวางโจว 0.26 ล้านคน คิดเป็นปริมาณการบริโภค 18,000 ตัน 6,900 ตัน และ 6,300 ตันตามลำดับ

โซ่อุปทานอาหารฮาลาลได้ข้อสรุปว่าผู้ผลิตอาหารฮาลาลกรณีศึกษาหากมีการดำเนินการขอเครื่องหมายรับรองตราฮาลาลบนผลิตภัณฑ์จะได้รับประโยชน์โดยเป็นการเพิ่มยอดขายประมาณร้อยละ 20-30 และในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบควรจัดหาผ่านผู้รวบรวมที่มีความชำนาญซึ่งจะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ และจะส่งผลต่อการลดต้นทุนการผลิต ต้นทุนโลจิสติกส์ และลดเวลาการดำเนินการอีกทั้งทำให้เกิดการเชื่อมโยงพันธมิตรในโซ่อุปทานมากขึ้น

Abstract

Value creation in frozen ready meal supply chain research plan composed of 4 projects namely (1) Supply chain management of ready meal industry, (2) The study of value chain of Halal products for improving entrepreneur competitiveness, (3) Container management for export ready meal distribution, and (4) Marketing and consumer research in China for value chain creation in Thai food industry. These 4 projects were analyzed and summarized into approaches and guidelines for value creation into 2 supply chains : Frozen ready meal and Halal food chains. The frozen ready meal supply chain covered analysis of jasmine rice chain as an important raw material in ready meal products, ready meal manufacturers, referred container fleet management, and demand management of frozen ready meals in Beijing, Shanghai, and Guangzhou in China. In case of Halal food supply chain, analysis included overview of Halal industry and operations management in firms' case study.

Analysis of frozen ready meal supply chain indicated that farmers in jasmine rice chain lacked knowledge in rice plantation so the government should assist them in production and logistics cost structure analysis, recommendation on plantation pattern, water and fertilizer use and management, post harvest and GAP to reduce overall costs. Small and independent collectors and co-op millers not taking part in the rice pledging program cannot survive under this program and destroy the jasmine rice supply chain. The survivals switched themselves to act as a rice pledging point for those millers under government pledging contracts. In the section of ready meal manufacturers, including integrated and non integrated firms, it was revealed that both firms type should share information within firm and with the first tier partners in the chain (suppliers and customers). The firms should share customer demands with the suppliers in order to increase responsiveness to fluctuation in customer's demand and efficiency in inventory management. Co-decision making with local customers in inventory level and correction of wrong orders and promotion program with international customers were necessitate to increase the agility in raw material sourcing, inventory turnovers, and fasten up the delivery time. Furthermore, to improve the delivery frozen ready meal products to China, small and medium size manufacturers should together plan to reserve the container in advance especially during the season of fruit export to secure the referred containers and reduce the logistics costs. Guidelines in value creation in frozen ready meal market in 3 big cities in China included emphasis on the taste suitable for Chinese consumers in each city, inclusion of product details and quality certification or standard on the label, product price worth the quality, position the products as premium and use of premium retailers. Market size estimated in each city was as follows 0.77 millions in Beijing, 0.29 millions in Shanghai, and

0.26 millions in Guangzhou with the consumption volume of 18,000 tons, 6,900 tons and 6,300 tons in each city, respectively.

Analysis of Halal food chain pointed out that if Halal manufacturers' case study posted the Halal certificates in the product, their sales may increase 20-30%. It was recommended to source their raw materials from suppliers that had experiences in Halal so that they would secure the qualified and consistent materials and lead to their production and logistics cost reduction as well as operations time reduction and support the partnership in the chain.