

ABSTRACT

Project Code : PDF/11/2542

Project Title : New Product Development Competencies in the Thai Food Industry

Investigators : 1) Dr. Prisana Suwannaporn

Department of Food Science and Technology

Faculty of Agro-Industry Kasetsart University Bangkok, Thailand

2) Dr. Mark Speece

Marketing and International Business Division

Nanyang Business School Nanyang Technological University Singapore 639798

E-mail Address : fagipss@nontri.ku.ac.th

Project Period : 1 July 1999 – 30 June 2000 (1 year)

Objective :

- 1) To assess factors affect NPD competencies in the Thai food industry.
- 2) To rational the NPD competencies factors of local and MNCs food industry in Thailand.
- 3) To present recommendation for NPD implementation aiming to increase NPD competencies in local food manufacturing to compete more efficiently in local market.

Abstract : New product development (NPD) in food processing industries is often one element which determines whether companies are able to remain competitive in rapidly changing consumer markets. Current research suggests that well managed NPD should be organized as a continuous learning process. . It should have strong information linkage across functions and outside the company to suppliers and customers. Qualitative analysis using in depth interview with three majors NPD related functions which are marketing, R&D and manufacturing are directed in order to investigate the NPD competency factors,. Twenty local and MNCs food companies in Thailand which have good potential in commercializing new products are interviewed. Data are analyzed and NPD competency factors are defined. We examine NPD in Thailand's food processing industry to determine how much it conforms (or not) to current thinking. Generally, only some multinationals and a few larger Thai companies make some attempt to integrate information from a wide knowledge base into their NPD. Even the ones that do it well by Thai standards still have some problems. Existing models of NPD are not very explicit on how information flows should be structured. From our examination of NPD in Thailand, we propose a model based on the continuous learning process in NPD. It suggests how to accumulate and integrate learning (about customers, technology, and NPD itself) across key internal functions (marketing, R&D, and manufacturing).

Keywords : new product development, continuous learning, R&D management, Thailand

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: PDF/11/2542

ชื่อโครงการ: การศึกษาความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย : ดร.ปริศนา สุวรรณภรณ์

ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร

คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

e-mail fagipss@nontri.ku.ac.th

ชื่อนักวิจัยที่ปรึกษา : รศ.ดร.มาร์ก วิลเลียม สปีซ

Marketing and International Business Division

Nanyang Business School Nanyang Technological University Singapore 639798

ระยะเวลาโครงการ : 1 กค. 2542 – 30 มิย. 2543 (1 ปี)

วัตถุประสงค์โครงการ :

1. เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทไทยและบริษัทข้ามชาติ
3. เพื่อเสนอแนะข้อควรปฏิบัติในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบริษัทผลิตอาหารของคนไทยเพื่อสามารถแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติในตลาดในประเทศได้

บทคัดย่อ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นหัวข้อที่มักถูกใช้ในการพิจารณาว่าบริษัทจะสามารถแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้หรือไม่ งานวิจัยปัจจุบันเสนอแนะว่าการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจะต้องเป็นองค์กรที่มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และควรจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างแต่ละแผนกในบริษัทและหน่วยงานต่างๆ ภายนอกบริษัทโดยเฉพาะผู้ขาย (Supplier) และ ลูกค้า การวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกใน 3 แผนกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือแผนกการตลาด, แผนกวิจัยและพัฒนา และแผนกผลิต เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย เราได้สัมภาษณ์ 20 บริษัทผู้ผลิตอาหารทั้งบริษัทของคนไทย และบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อพิจารณาว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในบริษัทผลิตอาหารเป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้หรือไม่ ผลการวิจัยแสดงว่าโดยปกติแล้วบริษัทข้ามชาติ และบริษัทไทยขนาดใหญ่บางบริษัท มีความพยายามที่จะนำความรู้ และข้อมูลข่าวสารเข้าใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบ (model) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันยังไม่ชัดเจนในแง่การนำเอาข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยเราได้เสนอ รูปแบบของกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งแสดงถึงกระบวนการในการรวบรวมและสะสมความรู้เกี่ยวกับลูกค้า, เทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในบริษัท ได้แก่ แผนกการตลาด, แผนกวิจัยและพัฒนาและแผนกผลิต

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง, การจัดการการวิจัยและพัฒนา, ประเทศไทย