

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ต้องการใช้ยุทธศาสตร์เพื่อสร้างงานวิจัย (Strategic Innovation) นำสู่การสร้างผลกระทบการเปลี่ยนแปลงให้กลุ่มโลจิสติกส์เกษตร ภายใต้แนวคิดการเริ่มจากการระบุคุณค่า (Value Proposition) เพื่อนำสู่การออกแบบโซ่คุณค่าในลักษณะ Business platform คือการใช้คุณค่าร่วม (Value proposition) ทำให้เกิดการทำงานและการใช้นวัตกรรมเสริมกันเกิดเป็นจำนวนของผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก เนื่องจากความสามารถในการเชื่อมโยงบนดิจิทัล จากนั้นทำการระบุกลุ่มนวัตกรรมที่สามารถแก้ปัญหาเพื่อให้ Business platform ดังกล่าวสามารถเติบโตและยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงเริ่มจากการใช้ กลุ่มพืชสวนเป็นตัวตั้ง (Area based) เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่อยู่บนความได้เปรียบของประเทศไทย บนความหลากหลายทางชีวภาพ ทำการศึกษาประมวลปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกในมิติ นโยบาย สภาพเศรษฐกิจการเปลี่ยนแปลงของลักษณะทางสังคม เทคโนโลยี ความต้องการลูกค้าจากวิถีชีวิตและสถานะการแข่งขัน เพื่อประเมินเป็นโอกาสหรือความท้าทาย รวมทั้งการประมวลสถานะความแข็งแกร่งภายในของโซ่อุปทาน เพื่อประเมินเป็นจุดแข็งและข้อจำกัด นำไปสู่แนวทางการขับเคลื่อนโซ่อุปทาน ซึ่งสรุปเป็นเป้าที่ต้องมุ่งทำให้สำเร็จเกิดเป็น 3 ประเด็นคือ 1. ช่วงการออกแบบสร้างความเชื่อมโยงแบบ Business platform และการจัดการปัญหาเร่งด่วนปัจจุบัน โดยเฉพาะประเด็นเรื่องคุณภาพมาตรฐานของสินค้า วัตถุดิบ ในกระบวนการบริการส่งมอบ 2. การกำหนดยุทธศาสตร์ประเด็นแบรนด์และนวัตกรรมที่สนับสนุนการแก้ปัญหาและเกิดการเพิ่มมูลค่าจากการแก้ปัญหาที่เกิดภายใน Platform 3. การสร้างโครงสร้างศูนย์ข้อมูลรองรับการวิเคราะห์ เพื่อเป็นข้อเท็จจริงในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย รวมทั้งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อระบุโอกาสในการสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานตอบสนองต่อความต้องการแบบมุ่งประเด็น ซึ่งเป้าประเด็นทั้ง 3 เรื่องจะถูกใช้เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการสร้างงานวิจัย เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านอีก 3-5 ปีต่อจากนี้

Abstract

This research aims to design strategic innovation milestones using the strategic think approach in order to recommend the research direction for Argo-logistic sector. The key goal is identify the value proposition then design agro-logistic value chain based on business platform. The innovation portfolio then be summarized as solution for business platform consequently such platform can be growth and sustained.

Horticulture commodity (fruit, vegetable, herb and flower) is used as strategic area based due to the biodiversity advantage of Thailand. The research reviewed the external factors of Policy, Economic, Social, Technology, Customer and Competition scenario then classified as opportunity and threat. The internal factors from the current horticultural value chain also reviewed then grouped as strength and weakness. All these reviews were mapped and defended as strategic innovation milestone of 3 major issues. 1) Identify value proposition, there design business platform and implement supply chain quality and standard system for both product and service level. 2) Strategically design the innovation portfolio in order to support as the solution on business platform. Consequently, the platform can be growth and sustained. 3) Develop Data Center for analytics and decision support for policy drive and opportunity for value creation in chain.

The study of this research will be used as a guideline for the next 3-5 years for innovation development in order to make the new turning point for agro-logistic value chain.