

บทคัดย่อ

ภายใต้ตลาดธุรกิจในยุคปัจจุบันที่สภาวะการแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริโภคมีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการที่ราคาถูกในคุณภาพที่ดีที่สุด ในขณะที่ข้อมูลและปัจจัยต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การบริหารโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการส่งผ่านของข้อมูลและสินค้าหรือบริการจากแหล่งกำเนิดวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายแบบบูรณาการ โดยมีการร่วมมือกันระหว่างสมาชิกที่อยู่ในโซ่อุปทาน เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมและถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันได้มีการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบูรณาการโซ่อุปทานมากมาย ครอบคลุมถึงหลักการ กรอบแนวคิด ผลประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่างๆ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความพยายามที่จะพัฒนาหลักการบริหารโซ่อุปทานให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจในโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งก็รวมถึงงานวิจัยฉบับนี้ที่จัดทำขึ้นเพื่อทดสอบสมมติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบูรณาการโซ่อุปทานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศไทย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วย SPSS พร้อมทั้งนำเสนอด้วยกราฟวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ขนาดกลางและใหญ่ในประเทศไทยจำนวน 109 ราย พบว่า การบูรณาการโซ่อุปทานซึ่งประกอบด้วยการทำงานเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์, การทำงานเชื่อมโยงภายในโรงงาน และการทำงานเชื่อมโยงกับลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพสินค้า, การจัดส่ง, ต้นทุนการผลิต และความยืดหยุ่นในการผลิต แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ โดยการทำงานเชื่อมโยงภายในโรงงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพสินค้า, การจัดส่ง และความยืดหยุ่นในการผลิต ในขณะที่การทำงานเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนการผลิต

ผลจากการวิจัยนี้ นอกจากจะทำให้ทราบว่า การบูรณาการโซ่อุปทาน เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจซึ่งความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในแต่ละด้านแล้ว ยังทำให้ตระหนักได้ว่าการบูรณาการโซ่อุปทานจะเกิดประสิทธิผลสูงสุดได้ก็ต่อเมื่อมีความเข้าใจกลยุทธ์ในการบริหารจัดการโซ่อุปทานอย่างถ่องแท้ และเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ รวมทั้งให้ความสำคัญในเรื่องการบูรณาการภายใน ควบคู่ไปกับการบูรณาการภายนอกกับซัพพลายเออร์และลูกค้า