

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ

25-IP-28-GE-WSP-A

Workshop on Service Innovation in the Food and Beverage Industry

ระหว่างวันที่ 30 กันยายน – 3 ตุลาคม 2568

ณ เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน

จัดทำโดย นางสาวสุพัตรา คำชาย

นักวิชาการส่งเสริมและพัฒนา สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)

วันที่ 17 ตุลาคม 2568

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) มาประยุกต์ใช้ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง ไปจนถึงการบริการผู้บริโภค เพื่อยกระดับคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ประสิทธิภาพการผลิต และความยั่งยืนในอุตสาหกรรม

เทคโนโลยีดังกล่าวยังมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยช่วยเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และยกระดับประสบการณ์ของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น การใช้ระบบแชทบอทและผู้ช่วยเสมือนในการให้บริการลูกค้า การนำหุ่นยนต์มาให้บริการในร้านอาหาร รวมทั้งการใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อพัฒนาการบริการให้ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ แนวโน้มด้านความยั่งยืนและจริยธรรมทางธุรกิจยังกลายเป็นประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมความโปร่งใสของแหล่งวัตถุดิบ และการลดการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต ซึ่งล้วนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนและแนวทางการเปลี่ยนผ่านสู่ “Smart Transformation” ตามวิสัยทัศน์ APO Vision 2025

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการจัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อแนะนำวิธีการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปรับปรุงการบริหารจัดการบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ความปลอดภัยของอาหาร และความพึงพอใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งลดต้นทุนการดำเนินงาน
- เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวทางปฏิบัติที่ดี (Good Practices) และแบบอย่างความสำเร็จ (Best Models) ระหว่างประเทศสมาชิก APO
- เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ากับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ทั้งนี้ ในการอบรมได้มีกลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบาย ผู้บริหารสมาคม นักวิชาการ เจ้าของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ

จากเข้าร่วมโครงการ 25-IP-28-GE-WSP-A: Workshop on Service Innovation in the Food and Beverage Industry ขององค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย มีหัวข้อการอบรม ดังนี้

1. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบอัตโนมัติ (ICT and Automation) ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
2. รูปแบบธุรกิจในอนาคตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงการลดต้นทุน
3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับโอกาสและความท้าทายของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลในประเทศสมาชิก APO

กิจกรรมวันที่ 1 ของการเข้าร่วมฝึกอบรมได้มีการบรรยายในหัวข้อต่างๆดังนี้

1. นวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Service Innovation in the Food and Beverage Industry)

บรรยายโดย Dr. Sunil Pareek Professor, Department of Agriculture & Environmental Sciences National Institute of Food Technology Entrepreneurship & Management India

1.1 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (F&B) ในยุคปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงขึ้น ต้องการความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย การบริการแบบเฉพาะบุคคล และประสบการณ์ที่แตกต่างจากเดิม ธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวด้วยนวัตกรรมจะสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

1.2 ความสำคัญของนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการช่วยสร้างความแตกต่างของแบรนด์ เนื่องจากสินค้าอาหารสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่ประสบการณ์การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันของ Starbucks หรือระบบติดตามการจัดส่งของ Domino's ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้โดดเด่น อีกทั้งเทคโนโลยีอย่างหุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบครัวกลาง (Cloud Kitchen) ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และลดของเสียในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

แนวโน้มระดับโลก (Global Trends) โดยอุตสาหกรรมนี้กำลังขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและดิจิทัลเป็นหลัก เช่น

- การสั่งอาหารออนไลน์และระบบจัดส่ง (Digital Ordering & Delivery Platforms) ผ่านแอปพลิเคชันอย่าง Uber Eats, Swiggy, Zomato ซึ่งเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจากนั่งรับประทานในร้านไปสู่การสั่งกลับบ้าน
- แชทบอทและผู้ช่วยเสมือน (AI Chatbots & Virtual Assistants) เช่น DOM ของ Domino's ที่ให้ข้อมูลการสั่งอาหารแบบเรียลไทม์และแนะนำเมนูอัตโนมัติ
- ครัวกลาง (Cloud Kitchens) เช่น Rebel Foods ที่ใช้พื้นที่ครัวเดียวทำแบรนด์อาหารหลายยี่ห้อ ลดต้นทุนและขยายตลาดได้รวดเร็ว
- ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19
- การปรับแต่งเมนูเฉพาะบุคคล (Personalized Menus) ด้วย AI วิเคราะห์พฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อเสนอเมนูเฉพาะ

- ประสบการณ์การรับประทานแบบเสมือนจริง (AR/VR Dining Experience) ที่ช่วยให้ลูกค้าเห็นภาพอาหารก่อนสั่งและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ

1.3 บทบาทของเทคโนโลยี (Role of Technology)

เทคโนโลยีอย่าง AI, IoT, หุ่นยนต์ และบล็อกเชน มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนของธุรกิจ ตั้งแต่การคาดการณ์ยอดขาย การบริหารสต็อก การปรุงอาหาร ไปจนถึงการตรวจสอบคุณภาพอาหารแบบเรียลไทม์ ตัวอย่างเช่น ร้าน McDonald's ใช้ IoT ควบคุมอุณหภูมิอุปกรณ์ทำอาหาร และ Starbucks ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อแนะนำเครื่องดื่มที่เหมาะสม

โดยผู้บรรยายได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Studies) ดังนี้

- Starbucks ใช้นวัตกรรมด้านบริการผ่านแอปพลิเคชันที่รวมระบบสมาชิก การสั่งล่วงหน้า และการชำระเงินแบบอัตโนมัติ สร้างความสะดวกและความภักดีต่อแบรนด์
- Domino's Pizza ใช้ระบบติดตามสถานะการจัดส่งแบบเรียลไทม์และแชทบอทเพื่อลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความโปร่งใส

- Zomato และ Swiggy พัฒนาโมเดลครัวกลาง (Cloud Kitchen) เพื่อให้ร้านอาหารขยายตลาดโดยไม่ต้องลงทุนสูงในพื้นที่จริง

1.4 ความท้าทาย (Challenges)

แม้ว่านวัตกรรมบริการจะนำมาซึ่งประโยชน์มากมาย แต่ยังมีอุปสรรค เช่น ต้นทุนการลงทุนที่สูง การต่อต้านจากพนักงาน ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคล และความยากในการสร้างสมดุลระหว่างมาตรฐานบริการกับความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

บทสรุป

นวัตกรรมบริการถือเป็นหัวใจสำคัญของการเติบโตในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างเทคโนโลยี ประสบการณ์ลูกค้า และบริบททางวัฒนธรรม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มผลผลิตภาพ ความพึงพอใจของลูกค้า และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว แม้จะมีความท้าทาย แต่โอกาสที่เกิดจากนวัตกรรมเหล่านี้มีมากกว่าความเสี่ยงอย่างชัดเจน

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของนวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Business Environment of Service Innovation in the F&B Industry)

บรรยายโดย Mr. Kei Hasegawa Partner / Office Manager (Hong Kong and Taiwan) Management Service Division, YCP Hong Kong Limited Hong Kong

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Industry) กำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม และสิ่งแวดล้อมทั่วโลก หลังยุคโควิด-19 ตลาดเริ่มฟื้นตัวและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิกกลายเป็น “ศูนย์กลางการเติบโตหลัก” ของโลก ธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นและพร้อมปรับตัวจึงสามารถครองส่วนแบ่งตลาดและเป็นผู้นำในอนาคตได้

2.1. ภาพรวมของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Overview)

ตลาดบริการอาหารทั่วโลกมีมูลค่าเกิน 3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 4-5% ต่อปี การฟื้นตัวมาจากการผ่อนคลายมาตรการโควิด การเพิ่มรายได้ของผู้บริโภคในเอเชีย และความต้องการบริการที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ธุรกิจประเภท “บริการจำกัด” เช่น ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและบริการเดลิเวอรีเติบโตสูงที่สุด ในขณะที่ยุโรปและอเมริกาเผชิญความท้าทายจากเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่สูง

2.2. ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ (Key Environmental Factors)

สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มได้รับอิทธิพลจากหลายด้าน ได้แก่

- เศรษฐกิจ เงินเฟ้อและต้นทุนวัตถุดิบสูงกดดันกำไร แต่รายได้ที่เพิ่มขึ้นในเอเชียกระตุ้นความต้องการบริโภค
- เทคโนโลยี การใช้ AI หุ่นยนต์ และระบบดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ
- สังคม ผู้บริโภคต้องการบริการแบบเฉพาะบุคคลและคำนึงถึงสุขภาพมากขึ้น
- กฎหมายและสิ่งแวดล้อม มีข้อบังคับด้านความปลอดภัยอาหาร ความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน และความยั่งยืนของบรรจุภัณฑ์

2.3. ปัจจัยผลักดันนวัตกรรม (Drivers of Innovation)

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น

- เนื้อสัตว์เพาะเลี้ยง (Cultivated Meat): ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองตลาดที่ใส่ใจจริยธรรม
- บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (Eco-Processing): ใช้วัสดุรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ ลดของเสียและการปล่อยคาร์บอน
- การติดตามแบบเรียลไทม์ (Real-Time Traceability): ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนและ IoT เพื่อสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในห่วงโซ่อุปทาน

2.4. การเปลี่ยนแปลงธุรกิจด้วยนวัตกรรมบริการ (Business Transformation)

ธุรกิจบริการอาหาร (Retail/Service) อยู่แนวหน้าในการนำนวัตกรรมมาใช้ เช่น

- หุ่นยนต์ในร้านอาหาร (Robotics): ใช้ทำอาหาร เสิร์ฟ หรือทำความสะอาด เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความรวดเร็ว
- การพยากรณ์ยอดขายด้วย AI (Sales Forecasting): วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดตารางพนักงานและควบคุมสต็อกได้แม่นยำ เช่น Domino's และ KFC ใช้ระบบอัจฉริยะช่วยวางแผน
- การตลาดเชิงพื้นที่ (Geofencing Marketing): ส่งโปรโมชั่นอัตโนมัติเมื่อผู้บริโภคอยู่ใกล้ร้าน เช่น Starbucks และ McDonald's ใช้กระตุ้นยอดขายในช่วงเวลาสำคัญ

2.5. แนวโน้มอนาคต (Future Outlook)

อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจะขับเคลื่อนด้วย “ความยั่งยืน เทคโนโลยี และประสบการณ์ลูกค้า” ธุรกิจต้องลงทุนใน AI ทุนยูนิต และระบบข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยืดหยุ่น พร้อมเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า นอกจากนี้ แนวโน้ม “Silver Economy” และการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นจะเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างมูลค่าใหม่ให้ธุรกิจ

บทสรุป

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในยุคปัจจุบันเต็มไปด้วยความท้าทายและโอกาส ธุรกิจที่สามารถผสมผสานนวัตกรรม เทคโนโลยี และความยั่งยืนเข้าด้วยกัน จะเป็นผู้นำในการสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่าและเติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต

3.ปรัชญา “Shan-Shin” — ความเป็นเลิศด้านการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มด้วยเทคโนโลยี (The Shan-Shin Philosophy: Tech-Enabled Excellence in F&B Operations and Management)

บรรยายโดย Ms. New New Tsai Co-founder of Shan Shin Catering Co., Ltd RO

ปรัชญา “Shan-Shin” ของกลุ่มบริษัท Shan-Shin จากไต้หวัน มุ่งเน้นการผสมผสาน “เทคโนโลยี” เข้ากับ “ศิลปะแห่งการบริหารจัดการร้านอาหาร” เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารไต้หวันสู่ระดับโลก พร้อมยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (F&B) ให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล

3.1. วิสัยทัศน์และพันธกิจของ Shan-Shin Group

Shan-Shin มีเป้าหมายเพื่อ “ส่งต่อวัฒนธรรมอาหารของไต้หวันให้คนทั่วโลกรู้จักและลิ้มรส” ผ่านการพัฒนาธุรกิจที่ผสมผสานความเชี่ยวชาญด้านอาหาร การบริหารจัดการ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยบริษัทดำเนินงานครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ การฝึกอบรมบุคลากร การสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) การสื่อสารองค์กร และที่ปรึกษาด้านธุรกิจอาหาร

3.2. การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการจัดการ (Tech-Enabled Operations)

Shan-Shin มุ่งใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อจัดการปัญหาเชิงโครงสร้างในธุรกิจอาหาร เช่น ระบบจัดตารางพนักงาน ระบบสั่งวัตถุดิบ และการประเมินประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีแนวคิดหลักดังนี้

- ระบบจัดตารางงานอัจฉริยะ (Smart Scheduling Platform – FRONE)

เปลี่ยนจากการจัดตารางงานแบบกระดาษและการประสานงานด้วยมือ มาเป็นระบบอัตโนมัติที่รวดเร็วและแม่นยำ พนักงานสามารถส่งคำขอลาหรือเลือกเวลาทำงานผ่านระบบออนไลน์ ช่วยลดภาระงานฝ่ายบุคคล เพิ่มความโปร่งใส และลดต้นทุนแรงงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

- แพลตฟอร์มสั่งซื้อวัตถุดิบ (CocoMart)

แพลตฟอร์มเชื่อมต่อระหว่างร้านอาหารและซัพพลายเออร์ในรูปแบบ “One-stop Service” ที่ช่วยลดความซับซ้อนจากการสั่งซื้อผ่านหลายช่องทาง เช่น LINE หรือเอกสารกระดาษ ระบบนี้ช่วยจัดการคำสั่งซื้อจำนวนมากได้ในทีเดียว เพิ่มความเร็ว ความถูกต้อง และความสามารถในการตรวจสอบย้อนหลัง

- ระบบรีวิวและข้อมูลลูกค้า (CRM & Feedback System)

- มีการติดตามผลตอบรับของลูกค้าผ่านรีวิวออนไลน์รายวัน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และปรับปรุงคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง

3.3. การพัฒนานุคลากร (Staff Development)

Shan-Shin ให้ความสำคัญกับ “คน” เท่ากับ “เทคโนโลยี” โดยใช้ระบบการฝึกอบรมและการเก็บคะแนน (Employee Training Credit Record) เพื่อติดตามความก้าวหน้าและผลการเรียนรู้ของพนักงาน รวมถึงการพูดคุยแบบมีส่วนร่วมระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมายขององค์กร และรักษานุคลากรคุณภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

3.4. ปรัชญาแห่งการปรับตัว (Shan-Shin Mindset)

องค์กรเชื่อว่าคลื่นเทคโนโลยี (เช่น AI) เปรียบเสมือน “คลื่นยักษ์” ที่จะกลืนผู้ที่ไม่พร้อม แต่จะกลายเป็น “โอกาส” สำหรับผู้ที่เรียนรู้และปรับตัวได้ทัน Shan-Shin จึงตั้งเป้า “ขับเคลื่อนนวัตกรรม” แทนที่จะเป็นเหยื่อของมัน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพการทำงานและความเป็นมนุษย์ในบริการ

บทสรุป

ปรัชญา Shan-Shin แสดงให้เห็นถึงแนวทางการบริหารธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มยุคใหม่ ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพการบริการไปพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน การนำแนวคิดนี้ไปใช้จะช่วยให้อุตสาหกรรม F&B สามารถปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงของยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน และยังคงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมของอาหารไว้อย่างงดงาม

ภาพประกอบการเข้าร่วมฝึกอบรมโครงการ APO หลักสูตร 25-IP-28-GE-WSP-A : Workshop on Service Innovation in the Food and Beverage Industry ณ เมืองไทเป ไต้หวัน

กิจกรรมวันที่ 1



กิจกรรมวันที่ 2

1. ยกตัวอย่างกรณีศึกษาโอกาสและความท้าทายของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในประเทศสมาชิก APO (ญี่ปุ่น)
บรรยายโดย Mr. Kei Hasegawa Partner / Office Manager (Hong Kong and Taiwan) Management Service Division, YCP Hong Kong Limited Hong Kong

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของญี่ปุ่นกำลังเผชิญทั้ง “ความท้าทายเชิงโครงสร้าง” และ “โอกาสจากเทคโนโลยีดิจิทัล” ในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ท่ามกลางแรงกดดันจากจำนวนประชากรที่ลดลง ต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานที่สูงขึ้น และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

1.1. สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารญี่ปุ่น

ตลาดอาหารญี่ปุ่นมีแนวโน้ม “หดตัว” เนื่องจากประชากรลดลงและเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้จำนวนผู้บริโภคและแรงงานลดลงพร้อมกัน ธุรกิจจำนวนมากประสบปัญหาขาดแคลนพนักงาน ขณะที่ราคาวัตถุดิบ อาหาร พลังงาน และค่าแรงเพิ่มสูงขึ้น แต่ผู้บริโภคยังคง “ต่อต้านการขึ้นราคา” เพราะเคยชินกับภาวะเงินฝืดที่ยาวนาน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (Inbound Tourism) กลับมาเติบโตสูง ทำให้เกิดโอกาสใหม่ในการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง

1.2. แนวโน้มการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digitalization Trends)

ธุรกิจอาหารในญี่ปุ่นเร่งใช้เทคโนโลยีเพื่อรับมือกับปัญหาขาดแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่การวางแผนเมนู การจัดซื้อ การทำครัว ไปจนถึงการบริการลูกค้า เทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้ เช่น

- AI ในการพยากรณ์ยอดขายและการจัดการสต็อก

- ระบบสั่งอาหารผ่าน QR Code และชำระเงินอัตโนมัติแบบไร้แคชเชียร์
- หุ่นยนต์ช่วยงานในครัวและการล้างจาน
- แพลตฟอร์มการสั่งซื้อวัตถุดิบแบบออนไลน์ (E-procurement)
- ระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Data-driven Menu Engineering & CRM)

1.3. กรณีศึกษา (Case Studies)

กรณีที่ 1: Toridoll (Marugame Udon)

ใช้บริการ “AI Demand Forecasting” ของ Fujitsu เพื่อพยากรณ์ความต้องการลูกค้าในแต่ละสาขา ช่วยลดของเสียจากการเตรียมอาหารเกิน ลดต้นทุนแรงงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยใช้ข้อมูลจาก POS สภาพอากาศ และโปรโมชั่นมาประมวลผลด้วย AI ปัจจุบันขยายใช้ในกว่า 800 สาขาทั่วประเทศ

กรณีที่ 2: Sagami (Juwari Soba Nidaimé Chosuke)

นำระบบ “AI Recognition + Cashierless Self-Checkout” มาใช้ในร้านอาหารแบบบริการตนเอง โดยลูกค้าเพียงวางอาหารบนถาด ระบบกล้องและเซนเซอร์จะตรวจจับและคิดราคาทันที ลดความต้องการพนักงานแคชเชียร์ และลดเวลารอคิว เหมาะกับร้านอาหารในพื้นที่คนพลุกพล่านหรือช่วงเวลาทำการยาวนาน

กรณีที่ 3: Yoshinoya

ร่วมมือกับบริษัท FingerVision พัฒนา “หุ่นยนต์ล้างจานอัจฉริยะ” ที่ใช้กล้องและเซนเซอร์สัมผัส ตรวจจับจานในน้ำมันและน้ำซุ้ได้โดยไม่ต้องใช้แรงคน ช่วยลดภาระงานซ้ำซาก เพิ่มความปลอดภัย และเพิ่มผลผลิตแรงงานกว่า 100% จากการทดลองใช้งานในร้านสาขาที่สถานีรถไฟ JR Kanda

1.4. โอกาสและความท้าทายของการใช้เทคโนโลยี (Opportunities & Challenges)

โอกาสของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในอุตสาหกรรม F&B ของญี่ปุ่นคือการ “เพิ่มผลผลิตแรงงาน ลดต้นทุน และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า” แต่ก็มี ความท้าทายหลายด้าน เช่น

- ต้นทุนติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์สูง
- ความแตกต่างของพื้นที่ร้านและระบบหลังบ้านที่ซับซ้อน
- การยอมรับของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นกับเทคโนโลยี
- ความจำเป็นในการปรับมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยให้เข้ากับระบบอัตโนมัติ

บทสรุป

กรณีศึกษาจากญี่ปุ่นสะท้อนให้เห็นว่า “ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน” ไม่ใช่เพียงแนวโน้ม แต่เป็น “ความจำเป็น” ของอุตสาหกรรมอาหารในยุคแรงงานขาดแคลน เทคโนโลยี AI หุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติสามารถช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันยังต้องพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมกับผู้คน วัฒนธรรม และโครงสร้างของแต่ละประเทศ เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนและสมดุล

2. โมเดลธุรกิจแห่งอนาคตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของผู้บริโภค และลดต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Future Models to Improve Productivity and Consumer Satisfaction and Reduce Operating Costs)

บรรยายโดย Dr. Sunil Pareek Professor, Department of Agriculture & Environmental Sciences
National Institute of Food Technology Entrepreneurship & Management India

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (F&B Industry) กำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่จากรูปแบบการดำเนินงานแบบดั้งเดิมสู่ยุค “ดิจิทัลและยั่งยืน” เพื่อรับมือกับความท้าทายด้านต้นทุนแรงงานที่สูงขึ้น ความต้องการของผู้บริโภคที่ซับซ้อน และการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาสร้างความแตกต่าง

2.1. ความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง

- ธุรกิจ F&B กำลังเผชิญปัญหาหลักสามด้าน ได้แก่
- กำไรต่ำจากการแข่งขันด้านราคาและต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น
- ต้นทุนการดำเนินงานสูง จากการขาดแคลนแรงงานและค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน
- ความคาดหวังของลูกค้าเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านความรวดเร็ว ความสะอาด และความเป็นส่วนตัว

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมี “Future Models” ที่รวมเทคโนโลยีเข้ากับกลยุทธ์การบริหารจัดการ เพื่อยกระดับผลผลิตภาพและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า

2.2. โมเดลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (Productivity Models)

- ระบบอัตโนมัติในครัวและคลังสินค้า (Automation) ใช้เครื่องจักรอัจฉริยะและเซนเซอร์ IoT เพื่อลดความผิดพลาด เพิ่มความเร็ว และตรวจสอบคุณภาพแบบเรียลไทม์ เช่น McDonald's ใช้ AI ควบคุมการทำงานของเครื่องต้มและเตรียมอาหารอัตโนมัติ

- หุ่นยนต์บริการและส่งอาหาร (Robotics) หุ่นยนต์ช่วยเสิร์ฟอาหารและโดรนจัดส่ง เช่น Domino's ทดลองใช้ "DRU – Domino's Robotic Unit" และการส่งพิซซ่าด้วยรถไร้คนขับ

- AI เพื่อการบริหารแรงงาน (Workforce Optimization) ระบบ AI ทำนายช่วงเวลาที่ถูกค้ำแน่นและจัดตารางพนักงานอัตโนมัติ เช่น Starbucks ใช้ "Deep Brew AI" เพื่อบริหารบาร์สต๊าฟอย่างมีประสิทธิภาพ

- ครัวกลางระบบคลาวด์ (Cloud Kitchens) ครัวเดียวสามารถให้บริการหลายแบรนด์ ลดค่าเช่าพื้นที่และแรงงาน เช่น Rebel Foods ประเทศอินเดียมีครัวกลางกว่า 450 แห่ง

- ระบบบริหารสต็อกแบบ Lean ด้วย AI วิเคราะห์ความต้องการลูกค้าเพื่อลดของเสียจากการผลิตเกิน เช่น Domino's ใช้ AI ทำนายยอดขายและควบคุมวัตถุดิบอย่างแม่นยำ

2.3. โมเดลเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction Models)

- การปรับบริการเฉพาะบุคคลด้วย AI (Hyper-Personalization) ใช้ข้อมูลพฤติกรรมและความชอบของลูกค้า แนะนำเมนูเฉพาะ เช่น Starbucks แนะนำเครื่องดื่มที่ถูกค้ำดื่มเป็นประจำผ่านแอป

- ประสบการณ์แบบ Omnichannel ลูกค้าสามารถสั่งอาหารได้ทุกช่องทาง ทั้งในร้าน แอป เว็บไซต์ หรือผู้ช่วยเสียง เช่น Domino's "AnyWare"

- โปรแกรมสมาชิกและระบบสะสมแต้ม (Subscription & Loyalty) เช่น Starbucks Rewards และ Zomato Gold ช่วยสร้างความภักดีและรายได้ประจำ

- ประสบการณ์ดิจิทัลแบบสมจริง (AR/VR Dining) ลูกค้าสามารถเห็นเมนูแบบ 3D ก่อนสั่ง หรือรับประทานอาหารในบรรยากาศเสมือนจริง เช่น Pizza Hut ทดลองใช้เมนู AR

- การออกแบบที่นั่งอัจฉริยะ (Smart Seating) ใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิ แสง และเสียง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการรับประทานอาหารเฉพาะบุคคล

2.4. โมเดลเพื่อลดต้นทุน (Cost Reduction Models)

- Cloud Kitchens: ลดค่าเช่าและแรงงาน

- AI Demand Forecasting: วางแผนวัตถุดิบและแรงงานแม่นยำ ลดของเสีย

- พลังงานประหยัด (Energy Efficiency): ใช้อุปกรณ์ IoT ตรวจสอบการใช้พลังงาน

- การลดของเสีย (Waste Reduction): ใช้บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะและแอปพลิเคชันขายอาหารส่วนเกิน เช่น "Too Good To Go"

- เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy): นำเศษอาหารกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น Starbucks แปรรูปกากกาแฟเป็นปุ๋ยและเชื้อเพลิงชีวภาพ

2.5. เทคโนโลยีแห่งอนาคต (Future Technologies)

- AI Chefs: ปรุงอาหารอัตโนมัติและสร้างสูตรใหม่
- Blockchain: ตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบเพื่อความโปร่งใส
- Smart Packaging: บรรจุภัณฑ์ที่ตรวจจับความสดและแสดงข้อมูลผ่าน QR Code
- 3D/4D Printing Food: สร้างอาหารเฉพาะบุคคลและตกแต่งจานแบบเปลี่ยนรูปได้
- Drone Delivery: ขนส่งรวดเร็วและลดต้นทุนแรงงาน

บทสรุป

อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจะถูกขับเคลื่อนด้วย เทคโนโลยีอัจฉริยะ (AI, IoT, Robotics) และ แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) โมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะต้องสามารถ "เพิ่มประสิทธิภาพ – ลดต้นทุน – และ สร้างประสบการณ์ลูกค้าอย่างมีคุณค่า" ไปพร้อมกัน การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็น ความจำเป็น สำหรับการ อยู่รอดและเติบโตในอนาคต

3. โอกาสและความท้าทายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (F&B)

บรรยายโดย Dr. Tsong-Zen Liu Full Professor & Dean of School of Hospitality Management, National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism (NKUHT) ROC

ได้มีการบรรยายภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digitalization) ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยวิเคราะห์ตั้งแต่องค์ประกอบพื้นฐาน แนวโน้มของโลก ไปจนถึงโอกาสและความท้าทายในกระบวนการทำงานต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการไปจนถึงระดับการตัดสินใจของผู้บริหาร

3.1. ภาพรวมและแนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry)

อุตสาหกรรมบริการ รวมถึงร้านอาหาร ได้พ้นตัวจากความท้าทายของโรคระบาดแล้ว แต่การแข่งขันต่อไปได้จำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ แนวโน้มสำคัญที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี 2025 ได้แก่

3.1.1 การจัดการบุคลากร (Talent Management) การให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะพนักงาน

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI): การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อปฏิบัติการบริการ

3.1.2 การใช้ข้อมูล (Big Data) การตลาดและการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalization)

3.1.3 ความยั่งยืน (Sustainability) การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสามารถแบ่งตามกระบวนการทำงานได้ 3 ระดับ ซึ่งแต่ละระดับมีโอกาสและความท้าทายที่แตกต่างกัน

- กระบวนการบริการอาหาร (Food Servicing Process) มุ่งสู่คอมพิวเตอร์และลดต้นทุน
 - โอกาส เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น Touchscreen, Voice-Activated, AR/VR ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการบริการ
 - ความท้าทาย ทักษะทางดิจิทัล (Digital Literacy) ของพนักงาน ประสบการณ์การใช้งานของลูกค้า คุณภาพของสัญญาณ WiFi และความเสถียรของอุปกรณ์ใหม่ ๆ
- กระบวนการจัดการการปฏิบัติงาน (Operation Management Process) มุ่งสู่ดิจิทัลและเพิ่มประสิทธิภาพ
 - โอกาส การพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นไปอย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด ช่วยให้การจัดการเมนู สต็อก โต๊ะ และลูกค้าเป็นไปอย่างอัตโนมัติและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - ความท้าทาย ต้นทุนการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่สูง ความซับซ้อนในการเชื่อมต่อฐานข้อมูลที่แตกต่างกัน และการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)
- กระบวนการวิเคราะห์และการตัดสินใจ (Analysis and Decision-Making) มุ่งสู่ระบบผู้เชี่ยวชาญและ AI
 - โอกาส เครื่องมือ AI ใหม่ ๆ ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น Machine Learning, Power BI, และ Robotics ซึ่งสามารถช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ให้คำแนะนำแก่ผู้บริหาร และช่วยในการตัดสินใจเพื่อสร้างผลกำไรสูงสุด
 - ความท้าทาย ต้นทุนที่สูงมาก การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยี และความยากลำบากในการทำให้เจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงเข้าใจและเห็นความสำคัญของการลงทุนในเทคโนโลยีดังกล่าว

บทสรุป

การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม องค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งในด้านต้นทุน ทักษะของบุคลากร และการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร อย่างไรก็ตาม โอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นมีมหาศาล การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้อย่างเหมาะสมในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การบริการหน้าร้านไปจนถึงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ จะเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนในอนาคต

4. การนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศ (Country Paper Presentations)

ได้มีการนำเสนอข้อมูลนวัตกรรมบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้

4.1. สถานการณ์ปัจจุบัน

4.2. ความท้าทาย

4.3. โอกาสและทิศทางในอนาคต

โดยประเทศไทยได้มีการนำเสนอข้อมูลดังนี้

- ภาพรวมและสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มไทย

ประเทศไทยมีชื่อเสียงและศักยภาพสูงในการเป็นผู้ผลิตอาหารมาอย่างยาวนาน โดยมีรากฐานที่แข็งแกร่งจากภาคเกษตรกรรมและการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อการบริโภคภายในประเทศ แต่ยังเป็นภาคส่วนหลักในการส่งออก นอกจากนี้ อาหารยังเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชาติ

- สถานการณ์ปัจจุบันชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มที่สำคัญหลายประการ

- ความต้องการที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคทั่วโลกมีความต้องการอาหารที่ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ และยั่งยืนมากขึ้น
- การเติบโตของภาคบริการ ภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น การท่องเที่ยวและร้านอาหาร มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

- นโยบายภาครัฐสนับสนุน มีการผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและการจัดการขยะอย่างจริงจัง
- ความจำเป็นของนวัตกรรม นวัตกรรมด้านบริการกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

- ความท้าทาย (Challenges) อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ดังนี้

- การแข่งขันสูง ทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดโลกมีการแข่งขันที่รุนแรง
- ความคาดหวังของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงขึ้นต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมถึงต้องการบริการที่ปรับให้เข้ากับความต้องการส่วนบุคคล
- การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล มีความจำเป็นเร่งด่วนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจ และยังขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะด้านนี้

- ผลกระทบหลังโควิด-19 ปัญหาห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงักและการขาดแคลนแรงงานยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ
- ข้อจำกัดด้านเงินทุน ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ขาดเงินทุนและเทคโนโลยีในการนำร่องหรือขยายขนาดการผลิต

- โอกาส (Opportunities) ท่ามกลางความท้าทาย ยังมีโอกาสอีกมากที่สามารถผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมได้แก่

- บริการอัจฉริยะ (Smart Services) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น ระบบสั่งอาหารดิจิทัล การใช้ AI สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า และการชำระเงินแบบไร้เงินสด

- บริการที่ยั่งยืน (Sustainable Services) การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดขยะอาหาร (Food Waste) และแนวคิด "จากฟาร์มถึงโต๊ะอาหาร" (Farm-to-Table)

- การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added Services) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) และการสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารเชิงวัฒนธรรม

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น พัฒนาอาหารพร้อมรับประทานและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ สำรวจและพัฒนาอาหารทางเลือกใหม่ ๆ และใช้เทคโนโลยีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย

- ทิศทางในอนาคตและบทสรุป

เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันในระดับโลกได้ แนวทางในอนาคตควรให้ความสำคัญกับ

- การบูรณาการเทคโนโลยี ผสมผสานภาคเกษตรกรรมเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

- นวัตกรรมด้านบริการเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขัน
- ความร่วมมือที่แข็งแกร่ง โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้พัฒนาเทคโนโลยี

บทสรุป ประเทศไทยมีทั้งความท้าทายและโอกาสในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งและการมุ่งเน้นนวัตกรรมบริการ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ยั่งยืนและมีนวัตกรรมในระดับโลกได้

กิจกรรมวันที่ 2 การนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศ (Country Paper Presentations)



กิจกรรมวันที่ 3

การเยี่ยมชมสถานประกอบการ (Site Visit 1)

ณ บริษัท Young Qin International Co., Ltd. (Super Qin Group)

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

บริษัท Young Qin International Enterprise Co., Ltd. เป็นบริษัทย่อยในเครือ Super Qin Group ซึ่งมีหน้าที่หลักในการพัฒนาแบรนด์และขยายตลาดในต่างประเทศ บริษัทมีแบรนด์อาหารและเครื่องดื่ม (F&B) ที่มีชื่อเสียงหลายแบรนด์ เช่น My Warm Day, Fried Chicken Master (ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม) และ REAL Café เป็นต้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 บริษัทได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศจีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการทรัพยากรแบรนด์ การลงทุนด้านเทคโนโลยี AI และการพัฒนานวัตกรรมบริการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล

- จุดเด่นและแนวทางการดำเนินธุรกิจ

หนึ่งในแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดของบริษัทคือ My Warm Day ซึ่งเป็นร้านอาหารเช้าแบบดั้งเดิมของไต้หวัน การเยี่ยมชมครั้งนี้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้เรื่องราวการเติบโตของแบรนด์และมองย้อนถึงวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวไต้หวันในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา ตลอดจนเข้าใจแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคและการพัฒนาแบรนด์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคใหม่

- วิสัยทัศน์สู่อนาคต

นอกจากนี้ บริษัท Young Qin ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไต้หวันเข้ากับภาวะผู้นำที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (People-Centric Leadership) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการที่มีความเป็นมิตรและยั่งยืน บริษัทมุ่งสร้างระบบนิเวศด้านการรับประทานอาหาร (Dining Ecosystem) ที่มีความยืดหยุ่น พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และสามารถขยายธุรกิจสู่ตลาดโลกอย่างมั่นคงและมีศักยภาพ

- การเรียนรู้ที่ได้รับจากการเยี่ยมชม

ข้าพเจ้าได้รับความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ของกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของไต้หวัน ผ่านการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัลและการบริหารแบรนด์แบบหลายกลุ่ม (Multi-brand Strategy) บริษัท

Young Qin ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบสั่งอาหารอัจฉริยะ (Smart Ordering System) และ การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ยกย่องประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการเล่าเรื่องราวของแบรนด์ (Brand Storytelling) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและจดจำได้ในระยะยาว

การเยี่ยมชมสถานประกอบการ (Site Visit 2)

ณ บริษัท Taiwan Head Brewers Brewing Company

การเยี่ยมชมครั้งนี้เป็นการเดินทางไปศึกษาดูงานยังบริษัท Taiwan Head Brewers International Co., Ltd. ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองซานจง (Sanchong) เมืองนิวไทเป (New Taipei City) ไต้หวัน บริษัทนี้ถือเป็นโรงเบียร์คราฟต์แห่งแรกของไต้หวันที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบครบวงจร โดยมีทั้งส่วนการผลิต การเรียนรู้ และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมในสถานที่เดียวกัน โรงเบียร์แห่งนี้มีสายการผลิตเบียร์ครบวงจรที่ใช้ระบบเทคโนโลยีการต้มเบียร์มาตรฐานสูงจากประเทศเยอรมนี (GEA systems)

โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ตามฤดูกาลและวัฒนธรรมของไต้หวัน แนวคิดนี้ได้ช่วยสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและความยั่งยืนในการผลิตสินค้า จนทำให้บริษัทได้รับรางวัลจากสถาบันเบียร์ระดับโลกมากกว่า 80 รางวัลภายในระยะเวลาเพียง 6 ปี เช่น World Beer Cup, World Beer Awards และ European Beer Star เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา เช่น นักออกแบบและนักวาดภาพประกอบ เพื่อพัฒนาแนวคิดและดีไซน์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดยหนึ่งในผลงานที่โดดเด่นคือ “เบียร์ตาม 24 ฤดูสุริยวิถี” (24 Solar Terms Beer) ที่ออกแบบบิ๊มตามฤดูกาลและภูมิทัศน์ของไต้หวัน แนวคิดนี้ได้รับความนิยมและสามารถขายได้มากกว่า 10,000 ขวด ซึ่งถือเป็นตัวอย่างของการสร้างสรรค์สินค้าด้วยการเชื่อมโยงเรื่องราวทางวัฒนธรรมเข้ากับนวัตกรรมทางธุรกิจ

สำหรับการเยี่ยมชมครั้งนี้ ชาวเจ้าได้เรียนรู้กระบวนการผลิตเบียร์ตั้งแต่การคัดเลือกและเตรียมวัตถุดิบ การหมัก ไปจนถึงขั้นตอนการบรรจุขวด อีกทั้งยังได้เข้าใจถึงแนวคิดเบื้องหลังการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและกลยุทธ์ในการสร้างนวัตกรรมของบริษัท เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งแนวทางนี้เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์และช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

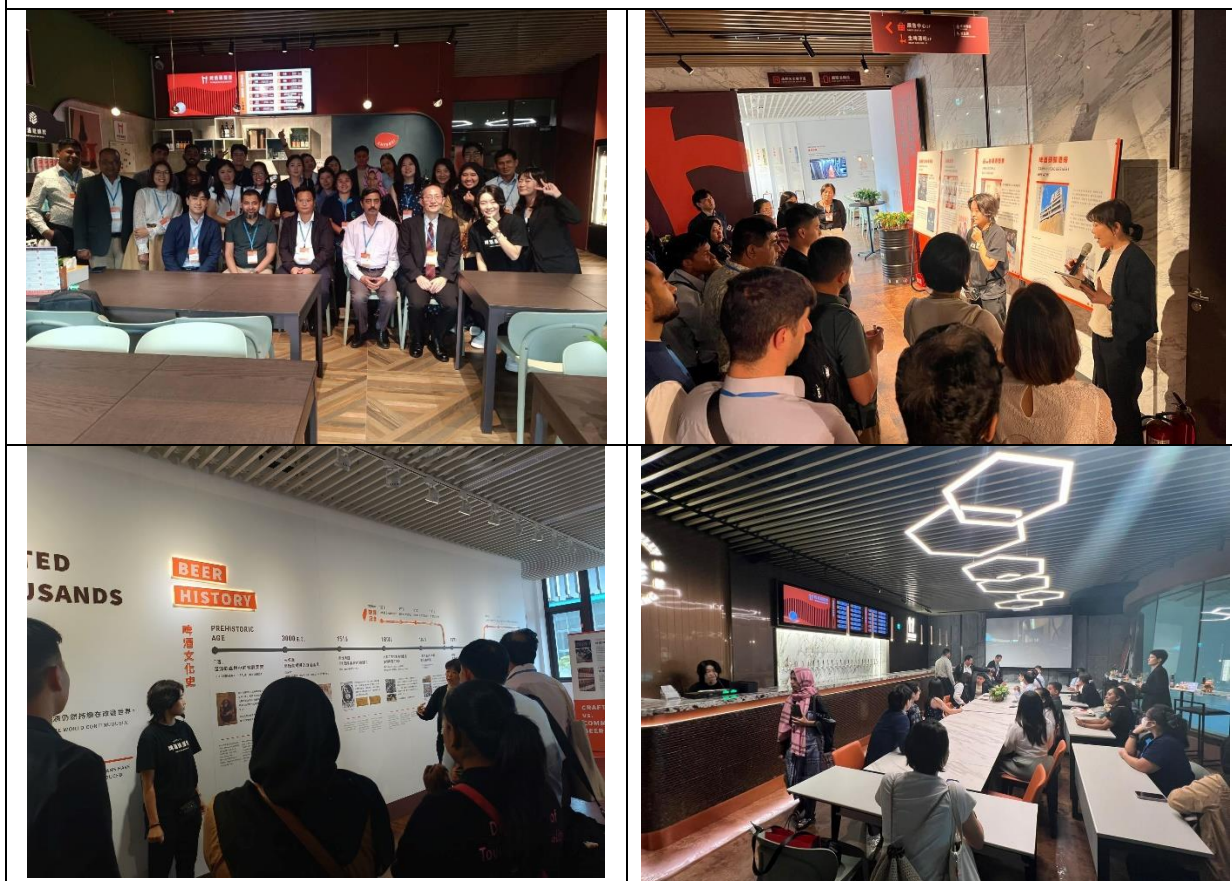
ภาพประกอบการปฏิบัติงานฝึกอบรม

กิจกรรมวันที่ 3 การเยี่ยมชมสถานประกอบการ (Site Visit 1)

3.1 ณ บริษัท Young Qin International Co., Ltd. (Super Qin Group)



3.2 ณ บริษัท Taiwan Head Brewers Brewing Company



กิจกรรมวันที่ 4

ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มร่วมกันระบุนโอกาส ความท้าทาย และแนวทางแก้ไขที่เป็นไปได้ ที่มีความคล้ายคลึงกันระหว่างประเทศของผู้เข้าร่วม

จากการแบ่งกลุ่มได้มีการระดมความคิดเห็นและนำเสนอ ดังนี้

สรุปการอภิปรายกลุ่มที่ 1

จากการนำเสนอของกลุ่มที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากบังกลาเทศ ไทย ฟิจิ มองโกเลีย และไต้หวัน

• ความท้าทายหลัก

ประเด็นท้าทายที่สำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมบริการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มคือ ต้นทุนแรงงานที่สูง และการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งเป็นปัญหาร่วมกันในหลายประเทศ ได้แก่ ฟิจิ บังกลาเทศ ไทย มองโกเลีย และไต้หวัน โดยมีรายละเอียดแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

- ฟิจิ ต้องการพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม แต่บุคลากรจำนวนมากย้ายไปทำงานต่างประเทศ
- บังกลาเทศ แม้ค่าแรงจะถูกกว่า แต่ก็ยังประสบปัญหาจากชั่วโมงการทำงานที่ยาวนานและขาดประสิทธิภาพ
- ไทย ภาคบริการและการโรงแรมประสบปัญหาพนักงานลาออกสูง
- มองโกเลีย มีแรงงานน้อย โดยเฉพาะในร้านอาหารในเมือง
- ไต้หวัน เผชิญกับต้นทุนแรงงานที่เพิ่มขึ้นและความต้องการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น
- แนวทางแก้ไขที่ได้เรียนรู้จากการประชุม

การใช้เทคโนโลยีเป็นทางออกสำคัญ เช่น ระบบ POS, การสั่งอาหารผ่าน QR code หุ่นยนต์ การพยากรณ์ด้วย AI และตู้บริการตนเอง (self-service kiosks) ซึ่งจะช่วยให้

- ลดการพึ่งพาพนักงานจำนวนมาก
- ปรับปรุงความเร็วและความแม่นยำในการบริการ
- ลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว
- เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

แนวทางการดำเนินการในอนาคต

ไม่ว่าจะในประเทศใด นวัตกรรมบริการดิจิทัล (เช่น การสั่งอาหารด้วยตนเอง ครี้อัจฉริยะ และระบบ AI) ถือเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการลดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์และควบคุมต้นทุน

สรุปการอภิปรายกลุ่มที่ 2

จากการนำเสนอของกลุ่มที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากอินเดีย ไทย บังกลาเทศ ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน และสิงคโปร์

1. ความท้าทายหลักที่ประเทศต่าง ๆ เผชิญ

กลุ่มนี้ได้สรุปปัญหาสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็น 6 ด้านหลัก และระบุความท้าทายเฉพาะสำหรับประเทศบังกลาเทศ ไต้หวัน และไทย

• สรุปความท้าทายโดยรวม

- การแข่งขันในตลาด มีธุรกิจ MSMEs จำนวนมากที่มีงบประมาณจำกัด และจำเป็นต้องปรับตัวสู่ดิจิทัล
- การขาดแคลนบุคลากรและทักษะ โดยเฉพาะตำแหน่งงานด้านการทำอาหาร และการหาแรงงาน

ที่เหมาะสมกับคำตอบแทน

- การเปลี่ยนผ่านสู่ช่องทางออนไลน์ มีความยากลำบากในการเพิ่มยอดขายและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์

- ต้นทุนการผลิตสูง วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น และห่วงโซ่อุปทาน (วัตถุดิบ) รวมถึงระบบโลจิสติกส์ (ห้องเย็น) ยังไม่พัฒนาดีพอ

- ความยั่งยืน การปล่อยคาร์บอนสูง โดยเฉพาะการใช้พลาสติกที่เพิ่มขึ้นตามกระแสนิยมการจัดส่งอาหาร
- การสร้างมาตรฐาน ขาดองค์กรกลางในอุตสาหกรรมและการกำหนดมาตรฐานร่วมกันระหว่างบริษัท

• ความท้าทายเฉพาะของแต่ละประเทศ

- บังกลาเทศ ทรัพยากรทางการเงินมีจำกัด ขาดความรู้ทางเทคนิค แรงงานไม่มีทักษะ และข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- ไต้หวัน การเข้าถึงเทคโนโลยีมีจำกัดและต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและต้นทุนการผลิตที่สูง

- ไทย มีช่องว่างด้านแรงงานฝีมือ ต้นทุนการดำเนินงานสูง และเทคโนโลยีต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากธุรกิจ SMEs ยังเข้าถึงเทคโนโลยีและแหล่งทุนได้จำกัด

2. สิ่งที่ได้เรียนรู้จากหลักสูตร

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

- ลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดหาวัตถุดิบโดยตรงจากผู้ผลิต และการประหยัดจากขนาด
- สร้างการจัดซื้อที่สม่ำเสมอและมั่นคง และการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง
- เนื่องจากค่าแรงและค่าเช่าลดได้ยาก ควรหันมาให้ความสำคัญกับต้นทุนคงที่แทน

การใช้เทคโนโลยีและโซลูชัน

- นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดการพึ่งพาแรงงาน
- ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลและ AI ในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน

3. แนวทางการส่งเสริมนวัตกรรมบริการในอนาคต

- จัดงานแสดงสินค้าอาหาร เพื่อช่วยสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และพัฒนาช่องทางการขายใหม่ ๆ ผ่านการพบปะคู่ค้า

- สร้างกรอบการฝึกอบรมพนักงานที่ครอบคลุม กำหนดมาตรฐานการฝึกอบรม สร้างขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOPs) และจัดทำแหล่งข้อมูลการฝึกอบรมที่เข้าถึงได้ง่าย

- สร้างเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง พัฒนา SOPs และนโยบายเพื่อรักษาความสม่ำเสมอของวัตถุดิบ และสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐบาล (G2G) เพื่อให้มีวัตถุดิบเพียงพอ

- พัฒนานโยบายและมาตรฐานที่เข้มแข็ง ใช้ระบบตรวจสอบเพื่อประกันคุณภาพ ควบคุมมาตรฐานคุณภาพอาหาร และปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหาร

สรุปการอภิปรายกลุ่มที่ 3

จากการนำเสนอของกลุ่มที่ 3 ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากอินเดีย ฟิลิปปีนส์ กัมพูชา ไต้หวัน ตุรกี และ สิงคโปร์

ประเด็นท้าทายและแนวทางแก้ไข

ได้ระบุความท้าทายหลัก 5 ประการ พร้อมเสนอแนวทางแก้ไขและแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. ต้นทุนที่สูงขึ้น

- ต้นทุนอาหารที่สูงขึ้น (Rising food cost)

แนวทางแก้ไข จัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น ลดขยะอาหาร เพิ่มความหลากหลายของซัพพลายเออร์ และปรับเปลี่ยนคู่มือการปฏิบัติงานโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน เสริมสร้างการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รักษาราคาค่าต้นทุนให้คงที่ระหว่างซัพพลายเออร์กับครัวกลาง และประยุกต์ใช้ AI ในการออกแบบเมนู

- ต้นทุนแรงงานที่สูงขึ้น (Rising labor cost)

แนวทางแก้ไข ลงทุนในระบบอัตโนมัติ (Automation)

แนวทางการดำเนินงาน นำระบบอัตโนมัติมาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น หุ่นยนต์เชฟ หรือระบบอัตโนมัติสำหรับส่วนหน้าและส่วนหลังของร้าน และทำการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจเพื่อประเมินกระบวนการ

- ต้นทุนค่าเช่าที่สูงขึ้น (Rising rent cost)

แนวทางแก้ไข ลดการพึ่งพาพื้นที่ขนาดใหญ่ และออกแบบพื้นที่ใหม่

แนวทางการดำเนินงาน ใช้รูปแบบครัวกลาง (Cloud kitchens) และการจ้างบริการจากภายนอก (Outsourcing)

2. การขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ (Shortage of skilled workforce)

แนวทางแก้ไข ค้นหาบุคลากรที่มีความสามารถในอุตสาหกรรม

แนวทางการดำเนินงาน สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา จัดทำหลักสูตรพิเศษที่รับประกันการจ้างงานและความก้าวหน้าในอาชีพ และมุ่งเน้นไปที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Alpha generations)

3. การปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับต่ำ (Lower adoption to technology/innovation)

แนวทางแก้ไข ทำให้เทคโนโลยีง่ายต่อการใช้งานและเป็นมิตรกับผู้ใช้งานมากขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน พัฒนาเทคโนโลยีที่ส่งการด้วยเสียงและแอปพลิเคชันที่รองรับหลายภาษา

4. โครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ (Logistical infrastructure)

แนวทางแก้ไข เพิ่มประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่

แนวทางการดำเนินงาน บูรณาการเทคโนโลยีระหว่างแหล่งวัตถุดิบท้องถิ่น ซัพพลายเออร์ และผู้ให้บริการโลจิสติกส์

5. การดำเนินงานที่ยั่งยืน (Unsustainable operations)

แนวทางแก้ไข มุ่งสู่แนวทางที่เป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutral) หรือการปล่อยคาร์บอนติดลบ (Carbon negative)

แนวทางการดำเนินงาน ลดขยะให้เป็นศูนย์ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ ห่วงโซ่อุปทาน จนถึงการปฏิบัติงาน และใช้การตลาดแบบกำหนดพื้นที่ (Geo-fencing marketing)

สรุปการอภิปรายกลุ่มที่ 4

จากการนำเสนอของกลุ่มที่ 4 ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากมาเลเซีย ศรีลังกา กัมพูชา ไต้หวัน และเวียดนาม

ประเด็นท้าทายและแนวทางแก้ไข

ประเด็นท้าทายและแนวทางแก้ไขที่แนะนำสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

1. ปัญหาด้านแรงงาน (Labor)

ความท้าทาย การขาดแคลนแรงงาน พนักงานลาออกบ่อย ค่าจ้างต่ำ การหาและรักษานักงานเชฟและบริการเป็นเรื่องยาก ชั่วโมงการทำงานยาวนาน และพนักงานจำนวนมากขาดการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ

แนวทางแก้ไข

- ใช้ระบบอัตโนมัติและบริการที่ขับเคลื่อนด้วย AI เพื่อเสริมการทำงานของมนุษย์ ซึ่งอาจช่วยลดต้นทุนได้ถึง 30% พร้อมเพิ่มความปลอดภัยและความเร็ว

- ประเมินทักษะและประสบการณ์ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าพวกเขาเหมาะสมกับงานและได้รับการสนับสนุนที่ดี

- สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี โดยมีค่าจ้าง สวัสดิการ และโอกาสเติบโตที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานไว้

2. ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นและความไม่มั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน (Rising Ingredient Costs & Supply Chain Instability)

ความท้าทาย ราคาวัตถุดิบผันผวน และต้องพึ่งพาการนำเข้าและโลจิสติกส์ที่ไม่แน่นอน

แนวทางแก้ไข ใช้เทคโนโลยี Blockchain และ IoT ในการติดตามสินค้าตลอดกระบวนการ และเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันของลูกค้าเพื่อการมองเห็นแบบเรียลไทม์ ซึ่งสามารถลดข้อผิดพลาดในการพยากรณ์ได้ถึง 50%

3. แรงกดดันในการปรับตัวสู่ดิจิทัล (Pressure to Digitalisation)

ความท้าทาย ผู้ประกอบการแบบดั้งเดิมขาดความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัล และมีภาระค่าคอมมิชชันสูงจากแพลตฟอร์มของบุคคลที่สาม

แนวทางแก้ไข นำระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพยากรณ์ (predictive analytics) และเครื่องมือดิจิทัลที่ปลอดภัยมาใช้ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและการปรับบริการให้เหมาะกับแต่ละบุคคล พร้อมทั้งจัดการฝึกอบรมเพื่อลดอุปสรรคในการปรับใช้เทคโนโลยี

4. การมีร้านอาหารที่คล้ายกันมากเกินไปและการแข่งขันที่รุนแรง (Too many similar restaurants and tough competition)

ความท้าทาย ร้านอาหารจำนวนมากแย่งชิงลูกค้ากลุ่มเดียวกัน และส่วนใหญ่มีรูปแบบและความรู้สึกคล้ายกัน ทำให้ยากที่จะโดดเด่น

แนวทางแก้ไข จัดการรีวิวออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ (เช่น บน Google, Yelp, TripAdvisor) และใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์สำหรับการแชร์ในโซเชียลมีเดีย

5. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Changing Consumer Behavior)

ความท้าทาย ความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพ ยั่งยืน และมีคุณค่าสูงมีมากขึ้น รวมถึงความนิยมในการซื้อกลับบ้านและบริการเดลิเวอรี่ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

แนวทางแก้ไข สร้างโปรแกรมสมาชิกเพื่อสร้างความภักดีของลูกค้า

6. ความยั่งยืนและการพยากรณ์ในระยะยาว (Long-Term Sustainability & Forecasting)

ความท้าทาย ธุรกิจ F&B ส่วนใหญ่มุ่งเน้นแค่การอยู่รอดในระยะสั้น ขาดการพยากรณ์ข้อมูลในอดีต การวิเคราะห์แนวโน้ม และการวางแผนนวัตกรรม รวมถึงไม่มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดในอนาคต

แนวทางแก้ไข

- ใช้เครื่องมือพยากรณ์ทางการเงินและการจัดทำงบประมาณ

- วิเคราะห์แนวโน้มตลาดและผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ

- นำแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนมาใช้ (เช่น บรรลุเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ) เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต

ภาพประกอบการปฏิบัติงานฝึกอบรมโครงการ APO หลักสูตร 25-IP-28-GE-WSP-A : Workshop on Service Innovation in the Food and Beverage Industry ณ เมืองไทเป ไต้หวัน

กิจกรรมวันที่ 4 ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มร่วมกันระบุ โอกาส ความท้าทาย และแนวทางแก้ไขที่เป็นไปได้ ที่มีความคล้ายคลึงกันระหว่างประเทศของผู้เข้าร่วม





ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

- ได้รับความรู้และความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับแนวคิด นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI, IoT, Robotics และ Data Analytics ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
- ได้เห็นแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจากกรณีศึกษาของประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น ญี่ปุ่นและไต้หวัน ทำให้สามารถนำแนวคิดมาปรับใช้กับการทำงานจริงได้
- ได้พัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ การมองภาพรวมของระบบการบริหารจัดการ และการเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับบริการอย่างสร้างสรรค์
- ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมจากประเทศสมาชิก APO ซึ่งช่วยเปิดมุมมองด้านการบริหารจัดการธุรกิจบริการในระดับสากล

2.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

- สามารถนำความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรมบริการ มาปรับใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานของหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการดำเนินงาน
- สนับสนุนให้หน่วยงานนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เช่น ระบบฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า หรือระบบบริหารจัดการออนไลน์ เพื่อให้การบริการมีความรวดเร็วและโปร่งใสมากขึ้น
- เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรภายในหน่วยงาน โดยถ่ายทอดองค์ความรู้จากการอบรมให้กับทีมงาน เพื่อร่วมกันพัฒนาแนวทางการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของเกษตรกรหรือผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้น
- เพิ่มศักยภาพของหน่วยงานในการขับเคลื่อนโครงการพัฒนาอาชีพ การตลาด และการจัดการผลผลิตของเกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้แนวคิด “นวัตกรรมบริการ” เป็นกลไกหลัก

2.3 ประโยชน์ต่อสายงานหรือวิชาชีพ

- สำหรับสายงานด้านการพัฒนาเกษตร การตลาด และบริหารจัดการโครงการภาครัฐ ความรู้จากการอบรมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริการให้กับเกษตรกรและชุมชน เช่น การจัดตั้ง “ศูนย์บริการทางการเกษตร (Agri Service Provider)” ที่ใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการข้อมูลผลผลิตและตลาด
- ส่งเสริมให้เกิดแนวคิดการทำงานแบบ “Smart Service & Sustainable Business” ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารให้แข่งขันได้ในระดับภูมิภาค
- เป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนา “นวัตกรรมบริการขององค์กรภาครัฐ” เพื่อสร้างประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสาธารณะ เช่น ระบบให้คำปรึกษาออนไลน์ ระบบติดตามการพัฒนาชุมชน หรือการนำข้อมูลดิจิทัลมาใช้วิเคราะห์แนวโน้มตลาดสินค้าเกษตร

2.4 กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ

- จัดทำรายงานสรุปผลการเข้าร่วมโครงการ เสนอต่อผู้บริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)
- ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้รับให้กับสถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการชุมชน โดยถ่ายทอดองค์ความรู้แนวคิด Service Innovation และการประยุกต์ใช้ในงานบริการเกษตร เพื่อให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้จริงในระดับชุมชน มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ สามารถพัฒนาแนวคิดหรือแผนโครงการบริการในพื้นที่ได้

2.5 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

- ดำเนินโครงการนำร่อง “Smart Agri Service Model” เพื่อประยุกต์แนวคิด Service Innovation ในการให้บริการเกษตรกรในพื้นที่สูง โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบฐานข้อมูลเกษตรกรออนไลน์ การเชื่อมโยงข้อมูลผลผลิตกับตลาด และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผลผลิต
- ส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันเกษตรกรและภาคเอกชน ในการพัฒนาโมเดลการบริการด้านการตลาดและการแปรรูปผลผลิตเกษตร โดยเฉพาะสินค้าผักและผลไม้ปลอดภัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายช่องทางตลาดภายใต้แนวคิด “Smart Agriculture & Green Food Value Chain”
- จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “Service Innovation for Sustainable Agribusiness” ให้กับบุคลากรภายในหน่วยงาน และเกษตรกรต้นแบบ เพื่อถ่ายทอดความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมบริการในการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และสร้างคุณภาพสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด