



# สร้างมูลค่าเพิ่ม

## โอกาสในอุตสาหกรรมอาหาร

กฤษชัย อรรถมณี

Lean and Productivity Consultant / Trainer  
Kritchai.a@gmail.com

อุตสาหกรรมอาหารตามแนวทาง **ครัวของโลก** เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญกับประเทศเกษตรกรรมอย่างเรา ที่ยังคงมีประชากรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรมาก

เม็ดเงินคาดการณ์ปี 2023 คือส่งออก 1.55 ล้านล้านบาท โตขึ้น 5.5% ส่วนแบ่งตลาดส่งออกโลกของเราอยู่ที่ 2.47% เพิ่มขึ้นจาก 2.25% ทำให้เราขึ้นเป็น **ผู้ส่งออกอันดับ 12 ของโลก** จากอันดับ 15 ในปีก่อน

เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน **การยกระดับผลิตภาพ (Productivity)** ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง คือปัจจัยสำคัญ เพื่อเป็นกระดานสปริงของการเติบโตของธุรกิจต่อไปครับ

### พลวัตภาพ

หลักการของผลิตภาพคือการมอง **Input => Process => Output** หรือพยากรณ์หรือปัจจัยการผลิตใส่เข้าไปในกระบวนการเพื่อสร้างผลผลิตที่เป็นสินค้า (Goods) และบริการ (Service)

ยกตัวอย่างอุตสาหกรรมปลากระป๋อง **ผลิตภาพการใช้ปลา** บอกเราว่า ทุก ๆ หนึ่งกิโลกรัมของปลาวัตถุดิบ สามารถผลิตเป็นปลากระป๋องได้จำนวนเท่าใด

มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรม เกิดจาก 2 ปัจจัย คือ Input และ Output ดังนั้น 2 แนวทางที่ทำได้ คือ **'ลดความสูญเสีย/ต้นทุน (Waste/Cost Reduction)'** และ **'สร้างมูลค่า (Value Creation)'**

### ลดความสูญเสีย/ต้นทุน

วิธีลดต้นทุนคือ **การใช้ Input ให้น้อยลง** ด้วยการหาว่ามีความสูญเสียอยู่ที่ใดบ้าง

ปลาทุกตัว ทุกกิโลฯ ไม่ได้ถูกบรรจุเข้าไปเป็นปลากระป๋อง เป็นการสูญเสีย **'วัตถุดิบ'** เช่น ขนาดไม่ได้ตามกำหนด เก็บไว้นานเกินไป วางทับกันจนซ้ำ เป็นปลาที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน

นอกจากนั้นยังต้องมีการตัดส่วนที่ไม่ต้องการออก เช่น ก้าง ใสปลา กระป๋องที่โรงงานผลิตจำนวนมาก เป็นของที่ไม่ได้คุณภาพ ไม่สามารถนำเข้าไปใช้ในกระบวนการบรรจุต่อไปได้ **เกิดต้นทุนเพิ่มที่ไม่จำเป็น** กับการทำลายหรือการ Recycle

ความสูญเสียยังเกิดขึ้นในระหว่าง **กระบวนการผลิต การขนส่ง** รวมไปถึงการผลิตที่เกินความต้องการลูกค้า ทำให้ต้องมาลดราคาขายเพื่อระบาย Stock

เมื่อขยายขอบเขตมุมมองมากขึ้นตาม **แนวคิดระบบ Lean** จะทำให้เราเห็นความสูญเสียในอีกหลายมิติ

ทรัพยากรสำคัญที่สุดขององค์กรคือ **'คน'** คือ เวลาที่เสียไป โดยเปล่าประโยชน์ และในแง่ศักยภาพ ที่พนักงานไม่ได้ทำงานเต็มกำลังความสามารถของตนเอง

ความสูญเสียเช่นนี้เกิดกับทั้ง **แรงงานทางตรง** ในสายการผลิตและ **สายงานสนับสนุนอื่น ๆ** เช่น แผนกซ่อมบำรุง แผนกวิศวกรรม แผนกคลังสินค้า แผนกควบคุมคุณภาพ วางแผนการผลิต จัดซื้อ

ทรัพยากรสำคัญถัดไปคือ **'เครื่องจักร'** ที่มักจะมองแต่เรื่องเครื่องจักรเสีย ซึ่งเป็นมุมมองอย่างแคบของความสูญเสียจากเครื่องจักร

หากปรับมุมมองใหม่เป็น **ต้นทุนการเสียโอกาส** จะมีอีกหลายเรื่องที่ถูกมองข้ามไป เช่น การเสียเวลาปรับตั้งปรับแต่ง, การสูญเสียขณะ เปิด-ปิด-พักเครื่อง, ความเร็วตกทำให้ได้งานน้อยกว่ามาตรฐาน

**'พลังงาน'** เป็นอีกปัจจัยที่จะทวีความสำคัญขึ้น จากปรากฏการณ์โลกเดือดในปัจจุบัน ทำให้ต้องใส่ใจกับกระแส 'โลกสีเขียว' ทั้งการลดการใช้พลังงาน ลดการสร้างก๊าซเรือนกระจก และเลือกแหล่งพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าด้วย



## สร้างมูลค่าด้วยเทคโนโลยี

อีกกลยุทธ์คือการทำให้ Output (ผลิตภัณฑ์/บริการ) มีมูลค่ามากขึ้น โดยทรัพยากรเท่าเดิม หรือมีการลงทุนก็ได้ โดยเราได้ Output กลับมาคุ้มค่ากว่า เกิดขึ้นได้ทั้งจาก **'จำนวน'** ที่มากขึ้น หรือ **'คุณค่า'** ที่มากขึ้น

โอกาสสำคัญในโลกปัจจุบันคือ ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของ **เทคโนโลยี** สวนทางกับต้นทุนที่มีแนวโน้มถูกลงเรื่อย ๆ **จุดคุ้มทุน** ในการใช้เทคโนโลยีจึงง่ายขึ้น

ธุรกิจต้องหา **จุดสมดุล** เพื่อออกแบบกระบวนการว่า ควรทำโดยแรงงาน (Manual), ทำโดยระบบการผลิตอัตโนมัติ, หุ่นยนต์

หรือใช้เป็นลูกผสม (Semi-Automation)

ข้อได้เปรียบของเครื่องจักรเมื่อเทียบกับแรงงานคือ การลดความเสี่ยงการปนเปื้อน **ทำงานได้ 24 ชั่วโมง** ด้วยการบำรุงรักษาที่เหมาะสม ในขณะที่คนทำงานกะเดียว ขาดลามาสายได้

แต่สิ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างจากเครื่องจักรคือ ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนา ปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแนวคิด **Kaizen**

กระบวนการสร้างมูลค่าโดยเทคโนโลยีนี้ ครอบคลุม **กระบวนการทางกายภาพ** ตั้งแต่ การรับวัตถุดิบ การแปรรูป การบรรจุหีบห่อ การขนย้ายภายในโรงงาน การจัดการคลังสินค้าทั้งขาเข้าและขาออก จนถึงการส่งมอบ

ยังมีเทคโนโลยี **การจัดการระบบข้อมูล** การจัดเก็บ วิเคราะห์ ประมวลผล แสดงผล ผ่านระบบ IT ในองค์กร ผ่านจอมอนิเตอร์เป็น Dash Board หรือ ส่งไปยังโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์สื่อสารอื่น

**เทคโนโลยี** ที่เป็นโอกาสในปัจจุบัน เช่น ระบบหุ่นยนต์การผลิตอัตโนมัติ, Internet of Things (IoT) และ Sensor วัดค่าต่าง ๆ ทำให้ได้ข้อมูลแบบ Real Time, RFID Tag เพื่อติดตามสถานะตลอดทั้ง Supply Chain, ระบบ AI เพื่อตรวจสอบคุณภาพ, ระบบ Cloud แทนการลงทุน IT ด้วยตนเอง, Block Chain เพื่อตรวจสอบย้อนกลับ, การพิมพ์ 3 มิติ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ารายบุคคล

การสร้างคุณค่า ทำได้จาก **Function** คุณลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ หรือมาจาก **Perception** ความรู้สึก การรับรู้ ของผู้บริโภคที่เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกก็ได้

**โอกาสของการพัฒนาคุณค่าใหม่ ๆ ให้ผลิตภัณฑ์** เช่น เทคโนโลยีบรรจุหีบห่อ, อาหารตาม Lifestyle ผู้บริโภค, อาหารเพื่อผู้สูงอายุ เพื่อสุขภาพ, อาหารเป็นยา, อาหารเป็นของขวัญ, เนื้อสัตว์ Plant Based

ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหาร ต้องมาจากการปรับปรุง **ผลิตภาพ** อย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่ทำได้ทั้งสองขา คือการลดความสูญเสีย และสร้างมูลค่าที่มากขึ้น

แนวทางทำได้ด้วยการจัดการ **ทรัพยากร กระบวนการ ข้อมูล** ที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ และ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าครับ



ข้อมูลอ้างอิง : <https://www.infoquest.co.th/2023/353842>