

เอกสารโครงการนวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา ประจำปี 2569 (ปีที่ 22) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม ฟาร์มแฮสปีนสู่สู่คู่ค้า (Farmhouse B2B Strategic Partner Model)

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product ☐ Production ☐ System & Process ☒ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ ESG : Environment, Social & Governance
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท เพอร์ซิเดนซ์ เบเกอร์รี่ จำกัด (มหาชน)

ผู้สร้างนวัตกรรม

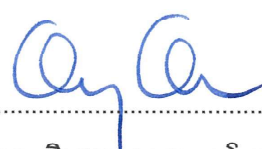
- | | | |
|-------------------------|---------|--|
| 1) นายสมคิด งามหอม | ตำแหน่ง | ผู้จัดการส่วนระบบขนส่ง ฝ่ายโลจิสติกส์ |
| 2) นางสาวฉวีวรรณ ใจร้อน | ตำแหน่ง | ผู้ช่วยผู้จัดการส่วน Retail Shop ฝ่ายการตลาด |
| 3) นายวิศิรินทร์ บุณนาค | ตำแหน่ง | ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก Store Sales Deli Shop ฝ่ายการตลาด |

สถานที่ติดต่อ เลขที่ 1 ซอยเสรีไทย 87 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ถนนเสรีไทย แขวง/เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 02-5481200 มือถือ 084-528-7268

(นายณฐเบศร์ สิงห์สถิตย์ : ผู้ประสานงานโครงการหลัก)

E-mail narubase.sin@pbplc.co.th

ลงชื่อ  ผู้อนุมัติ
(นายอภิเศรษฐ์ ธรรมมโนมัย)
กรรมการผู้อำนวยการ
...../...../.....

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....
☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☐ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
☒ รางวัลอื่นๆ (ระบุ) : โครงการ Farmhouse ACTIVE ESG DNA Awards

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
.....
☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
☒ นำมาใช้จริง ตั้งแต่ เดือนเมษายน 2568 ☐ วางตลาด ตั้งแต่.....

บทคัดย่อ

ในอุตสาหกรรมเบเกอรี่ “ความสดใหม่” คือหัวใจสำคัญของคุณค่าผลิตภัณฑ์ ขนมปังฟาร์มเฮาส์ ในฐานะแบรนด์ชั้นนำของประเทศ ภายใต้การดำเนินงานของ Farmhouse ได้พัฒนาระบบการผลิตและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมร้านค้ากว่าแสนจุดทั่วประเทศทุกวัน เพื่อคงคุณภาพและความสดใหม่ถึงมือผู้บริโภค

แนวคิดดังกล่าวถูกต่อยอดสู่การให้บริการในรูปแบบ B2B กับ Toyota Motor Thailand ซึ่งเป็นองค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการระดับสากล โดยเฉพาะแนวคิด Toyota Production System (TPS) ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และการลดความสูญเสีย การดูแลสวัสดิการด้านอาหารของพนักงาน จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสนับสนุนประสิทธิผลการทำงานขององค์กร โครงการนี้ปรับเปลี่ยนแนวคิดจาก “การจำหน่ายสินค้า” ไปสู่ “การส่งมอบ Food Solution แบบครบวงจร” โดยพัฒนาเป็น Food Solution Innovation Model ที่มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ่านการจัดชุดเมนูที่จับคู่ผลิตภัณฑ์ขนมปังกับนมหรือเครื่องดื่ม เพื่อให้ได้โภชนาการที่เหมาะสม สะดวก รวดเร็ว และคุ้มค่า
2. ระบบขนส่งและการบริการเชิงรุก จัดส่งตรงถึงโรงงานตามรอบเวลาการทำงาน เพื่อคงความสดใหม่สูงสุด
3. การบริหารจัดการแบบ Zero Waste ผลิตและกระจายสินค้าตามคำสั่งซื้อจริง ลดของเสีย และไม่มีสินค้าคืน (Zero Return) ตลอดโครงการ
4. การสร้างความสัมพันธ์เชิงพันธมิตร มุ่งเน้นการบริการด้วยความใส่ใจ เพื่อพัฒนาโอกาสความร่วมมือระยะยาว

ผลการดำเนินงานสะท้อนความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยยอดขายเฉลี่ยเติบโต 21% ต่อเดือน และปิดยอดขายรวมปี 2568 ที่ 12.2 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต 16% พร้อมผลลัพธ์ Zero Return ตลอดทั้งโครงการ แสดงถึงประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการ ความเชื่อมั่นของลูกค้า และศักยภาพในการขยายตลาด B2B อย่างยั่งยืน โครงการนี้จึงเป็นตัวอย่างของการ “ส่งความสดใหม่ บริการด้วยใจ” ผ่านการผสมผสานมาตรฐานคุณภาพระดับสากล ระบบโลจิสติกส์ที่แม่นยำ และแนวคิดการบริการเชิงพันธมิตร เพื่อยกระดับสวัสดิการพนักงานและสร้างคุณค่าร่วมทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ความสดใหม่, Food Solution, มาตรฐานสากล, Zero Waste, ความร่วมมือเชิงพันธมิตร