

การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าส่งสินค้าประจำวัน (กรณีศึกษาพื้นที่ภาคใต้)

ศักดิ์ชาย รักการ^{1*} ภิราภรณ์ ก้อนคำ¹ และ วีระพัฒน์ กฤตชนาทิพย์²

¹คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10250

²หัวหน้าโครงการศึกษา โครงการพัฒนาการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าส่ง – ปลึก กระทรวงพาณิชย์

E-mail: sakchai_rakkam@hotmail.com*

บทคัดย่อ

บทความนี้ได้ทำการวิจัยโดยการศึกษา สํารวจ รวบรวม กระบวนการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก และการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ใน **บริษัทต้นแบบพื้นที่ภาคใต้ จังหวัดระนอง** โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านบริหารจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งได้วิเคราะห์ครอบคลุมถึง การบริหารจัดการร้านค้าส่ง กำหนดแผนพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร บุคลากรและระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้แบบประเมินด้วยตนเอง (Self Assessment) สำหรับกระบวนการทางธุรกิจ โดยครอบคลุมภาพรวมของระบบโซ่อุปทานของกิจการค้าส่งฯ และกิจกรรมความสัมพันธ์ของโลจิสติกส์ ขาเข้าและขาออก ของกิจการ พร้อมทั้งการสำรวจพื้นที่ เพื่อประเมินสภาพการณ์และ ผลกระทบของธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ดำเนินการ ผลของการวิเคราะห์ทำให้ทราบถึงจุดอ่อนขององค์กรที่จะดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพการจัดการของธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก ด้านต้นทุนและการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ผลลัพธ์ของการพัฒนาการบริหารจัดการโลจิสติกส์ธุรกิจค้าส่งภายในองค์กร จะพบว่า กิจการมีมูลค่าสต็อกของสินค้าคงคลังลดลงเฉลี่ยประมาณ 15 ล้านบาทต่อเดือน หรือลดลงประมาณ 20% โดยมีมูลค่าการขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 3 ล้านบาทต่อเดือน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 6%, มีต้นทุนเงินสดที่ประเมินจากดอกเบี้ยจ่ายจากการกู้เงินระยะสั้นเพื่อสต็อกสินค้าเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1.5 ล้านบาทต่อเดือน มีของเสียรวมทั้งสิ้นค้ำคืน

จากการจัดเก็บและการเคลื่อนย้าย ลดลงเฉลี่ยเดือนละ 2 แสนบาทต่อเดือน และมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้พนักงานทำ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน การการบริหารค้าส่งซื้อ การวางแผนคลังสินค้าและการขาย ประมาณ 3 หมื่นบาทต่อเดือน ประเมินเป็นมูลค่าประโยชน์ (Benefit) จากการบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายใน (Internal Logistics) เฉลี่ยประมาณ 18.11 ล้านบาทต่อเดือน หรือประมาณปีละ 217.32 ล้านบาทเป็นอย่างน้อย

คำสำคัญ: ระบบโลจิสติกส์, ธุรกิจการค้าส่ง-ค้าปลีก, แบบประเมินตนเอง

1. บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่าในการแข่งขันในทางธุรกิจจะมีปัจจัยความสำเร็จหลักอยู่ 2 ประการกล่าวคือ ความสามารถในการแข่งขันเชิงราคาและความสามารถในการแข่งขันเชิงคุณภาพ สำหรับการแข่งขันในเชิงราคา บริษัทต่างๆพยายามลดต้นทุนในการขายให้น้อยที่สุดเพื่อที่จะสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคที่ดีที่สุด โดยส่วนของโรงงานการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตให้มีของเสียน้อยที่สุด และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามพบว่าต้นทุนของสินค้าที่มีบทบาทในความสามารถในการแข่งขันคือต้นทุนสินค้าในส่วน ของโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ คือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การออกแบบและการสนับสนุนการปฏิบัติการด้านการจัดหา การจัดซื้อ สินค้าคงคลัง การจัดเก็บ การกระจาย