

## การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าส่งสินค้าประจำวัน (กรณีศึกษาพื้นที่ภาคกลาง)

ภิราภรณ์ ก้อนคำ<sup>1</sup> ศักดิ์ชาย รักการ<sup>2</sup> และ วีระพัฒน์ กฤตชนาทิพย์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10250

<sup>2</sup>คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10250

<sup>3</sup>หัวหน้าโครงการศึกษาโครงการพัฒนาการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าส่ง – ปลีก กระทรวงพาณิชย์

E-mail: neckbu@gmail.com

### บทคัดย่อ

บทความนี้เกี่ยวกับ การศึกษาการสำรวจและการรวบรวมของกระบวนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีกและการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกของบริษัทต้นแบบพื้นที่ภาคกลาง ได้แก่จังหวัดสมุทรสงคราม การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านบริหารจัดการโลจิสติกส์ ได้วิเคราะห์ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการร้านค้าส่ง กำหนดแผนพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรบุคลากรและระบบโลจิสติกส์ โดยใช้แบบประเมินด้วยตนเอง (Self Assessment) สำหรับกระบวนการทางธุรกิจ และครอบคลุมภาพรวมของระบบโซ่อุปทานของกิจการค้าส่งฯ และกิจกรรมความสัมพันธ์ของโลจิสติกส์ขาเข้าและขาออกของกิจการพร้อมทั้งการสำรวจพื้นที่เพื่อประเมินสภาพการณ์และผลกระทบของธุรกิจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ดำเนินการ ผลของการวิเคราะห์ทำให้ทราบถึง จุดอ่อนขององค์กรที่ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการของธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกด้านต้นทุนและ การตอบสนองความต้องการผู้บริโภค นอกจากนี้ผลลัพธ์การพัฒนาการบริหารจัดการนี้ทำให้พบว่า มูลค่าสต็อกของสินค้าคงคลังลดลงเฉลี่ยประมาณ 7 ล้านบาทต่อเดือนหรือประมาณ 10% มูลค่าการขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 1 ล้านบาทต่อเดือนหรือประมาณ 3% ต้นทุนเงินสดที่ประเมินจากการจ่าย ดอกเบี้ยกู้เงินระยะสั้น เพื่อใช้สต็อกสินค้าเฉลี่ยประมาณเดือนละ 7 ล้านบาทต่อเดือน ของเสียรวมทั้งสินค้าคืนจากการ

จัดเก็บ และการเคลื่อนย้ายลดลงเฉลี่ยเดือนละ 1 แสนบาทต่อเดือน และการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้พนักงานทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้วางแผน บริหารคำสั่งซื้อ และวางแผนคลังสินค้าและการขายประมาณ 3 หมื่นบาทต่อเดือน นอกจากนี้สามารถประเมินเป็นมูลค่าประโยชน์ (Benefit) จากการบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายใน (Internal Logistics) เฉลี่ยประมาณ 8.20 ล้านบาทต่อเดือนหรืออย่างน้อยประมาณปีละ 98.40 ล้านบาท

คำสำคัญ: ระบบโลจิสติกส์, ธุรกิจการค้าส่ง-ค้าปลีก, แบบประเมินด้วยตนเอง

### 1. บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่าในการแข่งขันในทางธุรกิจจะมีปัจจัยความสำเร็จหลักอยู่ 2 ประการกล่าวคือ ความสามารถในการแข่งขันในเชิงราคาและความสามารถในการแข่งขันเชิงคุณภาพ สำหรับการแข่งขันในเชิงราคาบริษัทต่างๆพยายามลดต้นทุนในการขายให้น้อยที่สุดเพื่อที่จะสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคที่ดีที่สุด โดยส่วนของโรงงานการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตให้มีของเสียให้น้อยที่สุด และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามพบว่าต้นทุนของสินค้ามีบทบาทในความสามารถในการแข่งขันคือต้นทุนสินค้าในส่วนของโลจิสติกส์