การศึกษาความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS ACTIVITIES AND LOGISTICS MANAGEMENT SYSTEM DEVELOPMENT A CASE STUDY OF BOO TUENG GROUP CO., LTD.

ตรีโรจ สีขาว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การศึกษาความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

ตรีโรจ สีขาว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการโลจิสติกส์
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด A Study of the Relationship between Logistics Activities and Logistics Management System Development: A Case Study of Boo Tueng Group Co., Ltd.
ชื่อ - นามสกุล	นายตรีโรจ สีขาว
วิชาเอก	การจัดการโลจิสติกส์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2563

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ จันทรประภาเลิศ, D.B.A.)

..... กรรมการ

(อาจารย์ธัญวรัตน์ สุวรรณะ, ปร.ด.)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถรพี ตันโช, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2563

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ การศึกษาความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับระบบการจัดการโลจิสติกส์ในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

ชื่อ - นามสกุล นายตรีโรจ สีขาว
วิชาเอก การจัดการโลจิสติกส์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, ปร.ด.
ปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กิจกรรมโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด 2) ด้านระบบการจัดการโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์และระบบด้านการจัดการโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านกิจกรรมการจัดหากับกิจกรรมการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการกระจายสินค้า กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านกิจกรรมการรับและการเก็บรักษากับกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลังมีความสัมพันธ์กับระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการบริหารการจัดการสินค้าคงคลัง ระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการจัดการสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการจัดหา การจัดซื้อ การรับเข้าและการเก็บรักษา และการจัดการวัตถุดิบคงคลัง

คำสำคัญ: โลจิสติกส์ กิจกรรมโลจิสติกส์ ระบบการจัดการโลจิสติกส์

Independent Study Title	A Study of the Relationship between Logistics Activities and Logistics Management System Development A Case Study of Boo Tueng Group Co., Ltd.
Name - Surname	Mr. Trirot Srikao
Major Subject	Logistic Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Kanokporn Chaiprasit, Ph.D.
Academic Year	2020

ABSTRACT

The study was conducted to investigate 1. To study logistics activities of Boo Tueng Group co., ltd., 2. To study logistic management system of Boo Tueng Group co., ltd., 3. To study Relation between logistics activities and logistic management system of Boo Tueng Group co., ltd.

The sample group to use in this research are 10 managers of Boo Tueng Group co., ltd., used Interviewing method to collect data, the data were analyzed using qualitative analysis by using content analysis using purposive sampling by collecting data from in-depth interviews.

Logistics activities regarding procurement activities and purchasing activities are related to the logistics management system for product distribution. Logistics activities in relation to receiving and storage activities and inventory management activities are related to the logistics management system for inventory management. Logistics management systems in information management relate to logistics activities in procurement, purchasing, receiving, storage and inventory management

Keyword: Logistic, Logistic activities, Logistic management system

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และเอาใจใส่ของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความกรุณา คำแนะนำ การติดตามอย่างสม่ำเสมอ การตรวจตราแก้ไขเนื้อหา อีกทั้งกำลังใจจากความรู้สึกนอกเหนือจากเรื่องการเรียนที่ส่งให้ตลอดการค้นคว้าอิสระจนออกมาสมบูรณ์แบบ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คนที่เรารัก และญาติพี่น้องในตระกูลที่ให้การสนับสนุนและคำแนะนำในการมาศึกษาต่อระดับปริญญาโท ขอขอบคุณผู้จัดการแผนก หัวหน้าทีม ทีมงานที่บริษัท ที่สนับสนุนและเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างศึกษาต่อระดับปริญญาโท และขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ในชั้นเรียนทุกคนของข้าพเจ้า ที่ได้ให้กำลังใจเสมอมาตลอดระยะเวลาในการทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่บัณฑิตที่อนุเคราะห์และช่วยดำเนินการการค้นคว้าอิสระให้ไปทันถึงฝั่ง สุดท้ายนี้ ทางผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และสามารถต่อยอดงานวิจัยสำหรับท่านที่สนใจเพื่อนำไปใช้ในการประกอบความรู้ในอนาคต

ตรีโรจ สีขาว

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย..... (3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... (4)
กิตติกรรมประกาศ..... (5)
สารบัญ..... (6)
สารบัญภาพ..... (8)
บทที่ 1 บทนำ..... 9
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 9
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... 11
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 11
1.4 ขอบเขตการวิจัย..... 11
1.5 นิยามศัพท์..... 12
1.6 กรอบแนวความคิด..... 12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 13
2.1 แนวคิดโลจิสติกส์..... 13
2.2 แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์..... 19
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 24
บทที่ 3 วิธีดำเนินวิจัย..... 27
3.1 ขอบเขตเนื้อหา..... 27
3.2 ขอบเขตประชากร..... 27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล..... 28
3.4 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล..... 28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 29
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์..... 29
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระบบการจัดการโลจิสติกส์..... 36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 39

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพส่วนกิจกรรมโลจิสติกส์..... 39

5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพส่วนด้านระบบการจัดการโลจิสติกส์..... 40

5.3 อภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ..... 40

5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย..... 41

5.5 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต..... 42

บรรณานุกรม..... 43

ภาคผนวก..... 44

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย..... 45

ประวัติผู้เขียน..... 47

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 12

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันทางด้านภาคธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงต้องแสวงหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร การพัฒนาศักยภาพทางโลจิสติกส์ (Logistics) จึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร ความสัมพันธ์ การจัดการ การดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองภาคอุตสาหกรรม และความต้องการของลูกค้า เป็นการสร้างคุณค่า (Value) โดยการนำสินค้าจากต้นทางที่เป็นแหล่งกำเนิดไปสู่สถานที่ ซึ่งมีความต้องการด้วยรูปแบบการขนส่งด้านต่าง ๆ โอกาส เวลา คุณภาพ ปริมาณที่ถูกต้องไม่เสียหาย และที่สำคัญต้นทุนในการดำเนินการจะต้องสามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้ ดังนั้นการขาดความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคแล้วจะเป็นเรื่องยากที่จะพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (Logistics System) ขององค์กรได้ เวลาที่เราคิดถึงเรื่องของขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ส่วนใหญ่ก็จะมุ่งเน้นกันในเชิงของการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ แต่จริง ๆ แล้ว โลจิสติกส์ (Logistics) เป็นการบริการ (Service) อย่างหนึ่ง ซึ่งถ้ามีความสัมพันธ์ที่ดีจะกลายเป็นจุดที่เพิ่มและมีมูลค่ามาก ๆ ช่วยทำให้กระบวนการทางธุรกิจสามารถไหลลื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และเป็นสิ่งที่ควบคุมได้จากทางผู้ผลิต ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเจริญเติบโตขององค์กรโดยตรง ก็คือปัจจัยในด้านต้นทุน เนื่องจากต้นทุนนั้นจะสร้างกำไรให้ได้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับการจัดการกิจกรรม ที่เกิดขึ้นภายในบริษัททั้งหมด เพราะกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในบริษัทนั้น ทางบริษัทสามารถที่จะควบคุมได้ ซึ่งถ้าเราจะควบคุมหรือลดต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนที่มากเกินไป เราจำเป็นต้องมีการนำกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics) เข้ามาช่วย (สุพัตรา เอื้อเสริมกิจกุล, 2549)

แต่ถึงอย่างไรก็ตามการที่จะควบคุมต้นทุนให้เป็นไปตามที่ต้องการในระยะยาวคงที่คงตัวไปตลอดนั้นค่อนข้างที่เป็นไปได้ยากหรือแทบจะเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากธุรกิจมักจะมีปัญหาที่ต้องประสบพบเจอทั้งปัญหาเดิม ๆ และปัญหาใหม่ ๆ อยู่เสมอ อาทิ ปัญหาขาดสินค้าคงคลังอันเนื่องมาจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นกะทันหันในช่วงสั้น ๆ ความล่าช้า ขาดตอนในการขนส่งอันเนื่องมาจากปัจจัยภายในและภายนอกของบริษัท ธุรกิจจึงต้องคิดและค้นหาเครื่องมือที่จะเข้ามาช่วยสร้างและเพิ่มความ

ได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจและก็พบว่าเครื่องมือในการบริหารจัดการที่กำลังเป็นที่สนใจของธุรกิจทั้งหลาย ได้แก่ การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) ซึ่งจะเป็นตัวช่วยในการวางแผน สนับสนุน การควบคุมการไหลของกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ องค์ประกอบที่กิจกรรมโลจิสติกส์เข้าไปมีบทบาทนั้น จะเริ่มต้นจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers) ไปสู่การผลิต (Manufacturing) ผ่านไปยังผู้กระจายสินค้า (Distributors) ซึ่งไปยังลูกค้า (Customers) ในวงจรกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (Added Values) เมื่อมีการเคลื่อนย้ายจากกระบวนการหนึ่งไปสู่อีกกระบวนการหนึ่ง ดังนั้นระบบการจัดการโลจิสติกส์จึงเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ของวัตถุและข้อมูล มีการสร้างมูลค่าเพิ่มเข้าไปในวัตถุที่เคลื่อนที่ ซึ่งการแข่งขันในโลกปัจจุบัน โลจิสติกส์จะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการรองรับการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน และได้กลายเป็นกิจกรรมสำคัญในด้านการสนับสนุนการขายเสมือนเป็นสินค้าและบริการในโลกการค้ายุคปัจจุบัน (สาธิต พะเนียงทอง, 2548)

บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด เป็นธุรกิจประเภทร้านอาหารก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2559 แต่ในปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านอาหารมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงมาก แม้ว่าจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ที่เป็นความต้องการพื้นฐานแต่เพราะปัจจุบันมีทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้เลือกสรรอย่างมากมาย จึงทำให้ตลาดของธุรกิจอาหารมีส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) มากขึ้น ผลประกอบการหรือผลกำไรก็ขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่ค่อยนิ่ง ไม่แน่นอน เพราะมีความต้องการขาย (Supply) มากกว่าความต้องการซื้อ (Demand) การที่จะเพิ่มกำไรของธุรกิจประเภทนี้ไม่ใช่ขยายธุรกิจขยายสาขาให้เพิ่มมากขึ้นเพียงอย่างเดียวแต่คือการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งธุรกิจอาหารเป็นประเภทบุฟเฟต์ชาบู วัตถุดิบต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่มือผู้บริโภคผ่านสาขาต่าง ๆ จำเป็นต้องรู้หรือคาดการณ์ถึงจำนวนความต้องการ ปริมาณต่อรอบให้ใกล้เคียงมากที่สุด เพื่อที่จะสามารถกำหนดและควบคุมการจัดซื้อ การคงคลัง การเก็บรักษา และการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบให้เป็นไปตามเป้าหมายและลดการสูญเปล่าของต้นทุนให้น้อยที่สุดและสามารถแข่งขันกับธุรกิจ ประเภทร้านอาหารอื่น ๆ ในระดับเดียวกันที่อยู่ในตลาดได้

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงการจัดการโลจิสติกส์และกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจประเภทร้านอาหารของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ว่ามีกิจกรรมอะไรบ้างที่เกิดขึ้นในระบบโลจิสติกส์รวมไปถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการลดและควบคุมต้นทุนอีกทั้งสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานและพัฒนากิจกรรมระบบโลจิสติกส์ที่จะเกิดขึ้นใน บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษากิจกรรมโลจิสติกส์ด้านระบบการจัดการโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์และระบบด้านการจัดการโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาระบบจัดการโลจิสติกส์ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงและปรับใช้อย่างเหมาะสม และตรงตามความต้องการของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

1.3.2 เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโลจิสติกส์

1.3.3 เพื่อนำไปสู่แนวทางการวางแผน และพัฒนาปรับปรุงศักยภาพของระบบการจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตตัวแปรต้น

1.4.1.1 กิจกรรมโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย กิจกรรมการจัดหา กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการรับและการเก็บรักษา และกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง

1.4.1.2 ระบบการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย ด้านการกระจายสินค้า และด้านการจัดการสารสนเทศ

1.4.2 ขอบเขตตัวแปรตาม

ศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ อุปสรรค ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนาธุรกิจ

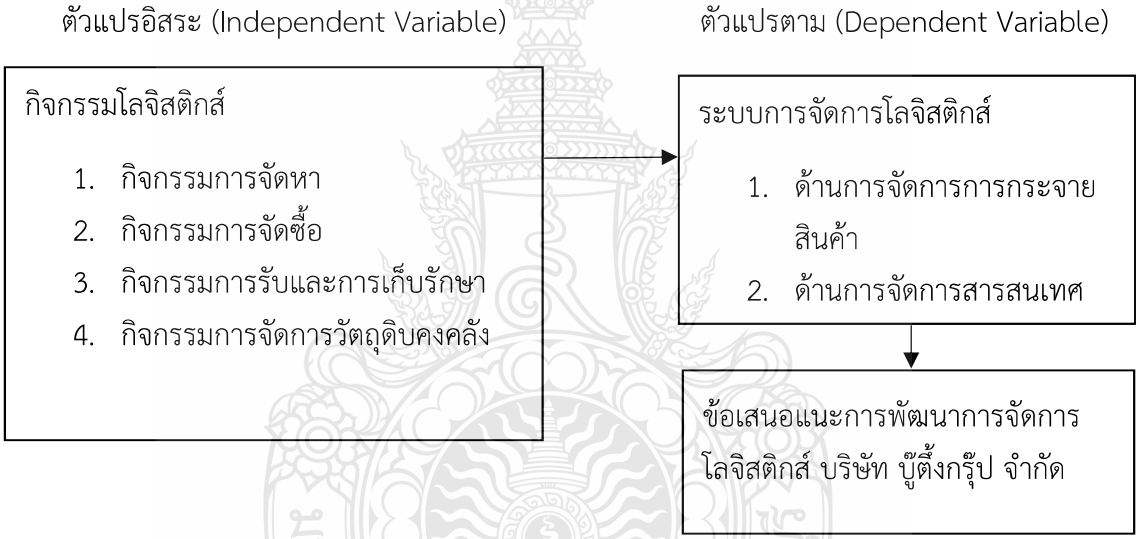
1.5 นิยามศัพท์

โลจิสติกส์ หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่จุดกำเนิด ผ่านกระบวนการแปรรูปหรือผลิต ควบคุมประสิทธิภาพการไหลเวียนสินค้า/บริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การจัดการคลังสินค้า บริหารต้นทุน การขนส่งจนกลายเป็นสินค้าที่พร้อมส่งถึงมือลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตลอดกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้านั้น ๆ ให้ได้ตามความต้องการของตลาด โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของต้นทุนและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

กิจกรรมโลจิสติกส์ หมายถึง ส่วนหลัก 2 ส่วน คือการจัดการวัตถุดิบ (Material Management หรือ Physical Supply) ซึ่งเป็นระบบสินค้าและข้อมูลที่ไหลเข้ามายังบริษัทเพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตสินค้า และการจัดการกระจายสินค้า (Physical Distribution Management) ที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ผลิตทำและสินค้าจะไหลออกจากบริษัทไปยังลูกค้า โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก 3 ฝ่าย คือ ผู้จัดส่งสินค้า ผู้ผลิต และลูกค้า

ระบบการจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง ระบบบริหารการสั่งซื้อ การจัดลำเลียงสินค้า การเคลื่อนย้ายการจัดเตรียมวัตถุดิบ และการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้าระหว่างการผลิต หรือเป็นกระบวนการในการจัดการวางแผนเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.6 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ได้นำทฤษฎีและแนวคิดที่ เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดโลจิสติกส์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดโลจิสติกส์

2.1.1 ความหมายของโลจิสติกส์ (Council of Supply Chain Management Professional, 2006) ได้ให้ความหมายของการจัดการโลจิสติกส์ (Logistic Management) ไว้ดังนี้ การจัดการโลจิสติกส์ คือส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานซึ่งเป็นกระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และการควบคุมการไหลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการเก็บสินค้าบริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นในการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของการบริโภค เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistic Management) คือ การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการจัดซื้อ จัดหาการเคลื่อนย้าย และจัดเก็บวัตถุดิบ ชิ้นส่วน และสินค้าคงคลัง (ซึ่งเกี่ยวข้องกับการไหลของข้อมูล) ตลอดทุกหน่วยขององค์กรโดยผ่านช่องทางทางการตลาดเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (Christopher, 1998)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistic Management) หมายถึง กระบวนการวางแผนการปฏิบัติการและการควบคุม การเคลื่อนย้าย และการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Oak Brook, 2001)

เมื่อพิจารณานิยามที่ได้จากนักวิจัยและแหล่งที่มาต่าง ๆ เหล่านี้พบว่า ความคล้ายคลึงของการนิยามการจัดการโลจิสติกส์มุ่งเน้นไปที่เรื่องของกระบวนการในการวางแผน การควบคุมการไหลของ

วัตถุดิบและข้อมูลจากจุดแรกถึงจุดสุดท้าย โดยที่การจัดการจะอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินการ ทั้งนี้กล่าวโดยสรุป โลจิสติกส์ คือ การออกแบบและการจัดการระบบการควบคุม การเคลื่อนย้ายหรือการไหลของสินค้าและข้อมูลจากต้นทางมายังบริษัท และออกจากบริษัทไปยังลูกค้าอย่างมี ประสิทธิภาพหรือประสิทธิผล หรือการเคลื่อนย้ายพัสดุและข้อมูลตั้งแต่วัตถุดิบไปจนเป็นสินค้าสำเร็จรูปจากต้นทางไปยังปลายทางจนถึงมือผู้บริโภค โดยมีการประสานงานแต่ละขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะเห็นได้ว่าโลจิสติกส์นั้นจะครอบคลุมกิจกรรมและกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งหมดทุกระดับและขั้นตอนการปฏิบัติการโดยวิธีการเชิงระบบซึ่งบริษัทจะทำการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ของระบบสินค้าภายในบริษัทด้วยกัน แทนที่จะแยกปฏิบัติแต่ละกิจกรรมอย่างที่เคยทำมาและยอมรับการติดต่อและประสานงานระหว่างบริษัทและองค์กรภายนอกความสำคัญของโลจิสติกส์

(ไชยยศ ไชยมั่นคง และ มยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง, 2553) โลจิสติกส์สนับสนุนการผลิต (Logistics Supports Production) คือ การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าจะผลิตตามการพยากรณ์อุปสงค์และสถานะสินค้าคงคลัง ฝ่ายผลิตต้องใช้ข้อมูลพยากรณ์มาวางแผนและจัดทำตารางการผลิต แผนและตารางการผลิตจะระบุความต้องการวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตสินค้า ฝ่ายจัดซื้อใช้ข้อมูลจากฝ่ายผลิตมาวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบตามปริมาณและวันเวลาที่ต้องการใช้ การจัดหาวัตถุดิบเป็นกิจกรรมหนึ่งของโลจิสติกส์ขาเข้า โดยสนับสนุนการผลิตซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมการจัดหาหรือจัดซื้อวัตถุดิบ การขนส่ง วัตถุดิบคงคลัง และการเก็บรักษา การจัดการโลจิสติกส์ขาเข้าที่สำคัญคือ การจัดหาที่มีคุณภาพและต้นทุนต่ำ วัตถุดิบจะต้องมีเพียงพอตามความต้องการแต่ไม่เป็นภาระด้านต้นทุน

2.1.2 โลจิสติกส์สนับสนุนการตลาด (Logistics Supports Marketing) เป็นการนำสินค้าไปยังลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง สินค้าคงคลัง คลังสินค้าและอื่น ๆ กิจกรรมดังกล่าวเป็นการสนับสนุนส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

2.1.2.1 ราคา (Price) โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับด้านราคาหลายประการ ประการแรก คือ การจัดซื้อวัตถุดิบ การเลือกแหล่งซื้อที่มีต้นทุนต่ำย่อมมีผลต่อราคาสินค้า ประการที่ 2 การขนส่งสามารถลดต้นทุนด้วยการเลือกรูปแบบการขนส่งที่เหมาะสม ประการที่ 3 การจัดการสินค้าคงคลังที่เหมาะสมทำให้ต้นทุนลดลงเช่นกัน ต้นทุนทั้งหมดนั้นสามารถตั้งราคาสินค้าที่ต่ำได้ ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันและสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสินค้าของบริษัทได้

2.1.2.2 ผลิตภัณฑ์ (Product) คุณภาพผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ผลิต โลจิสติกส์ช่วยให้การจัดหาวัตถุดิบได้คุณภาพที่ดี ซึ่งส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ขนาด รูปร่าง น้ำหนัก มีผลต่อโลจิสติกส์ในด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อการออกแบบให้เหมาะสมที่สามารถช่วยให้การจัดเก็บ การเคลื่อนย้าย หรือการขนส่งมีประสิทธิภาพ

2.1.2.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของแถม การชิงโชค ซึ่งเป็นช่วงที่มีปริมาณการขายสูง จึงต้องจัดเตรียมสินค้าคงคลังในพื้นที่ที่มีการส่งเสริมการขายเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

2.1.2.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ การมีสินค้าพร้อมส่งมอบรวดเร็ว และเชื่อถือได้ ดังนั้นจะต้องมีการวางแผนและปฏิบัติการด้านการประมวลคำสั่งซื้อ การคลังสินค้า สินค้าคงคลังและการขนส่งให้มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้าสามารถหาซื้อสินค้าในเวลาและสถานที่ที่ต้องการได้ บริษัทไม่เสียโอกาสที่จะขายสินค้าทำให้เพิ่มส่วนแบ่งตลาดและลูกค้าพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์เพิ่มคุณค่า (Value-Added Role of Logistics) ในทางเศรษฐศาสตร์แบ่งอรรถประโยชน์ออกเป็น (Utility) หรือการเพิ่มคุณค่า (Value Added) สินค้า ดังนี้

1) อรรถประโยชน์ทางรูปแบบของสินค้า (Form Utility) กิจกรรมการผลิตเป็นการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป การแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าเป็นการเพิ่มคุณค่าและอรรถประโยชน์ เช่น การแยกผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วยเล็ก (Breaking Bulk) การปรุงแต่งผลิตภัณฑ์ เช่น การผสม (Mixing) การเปลี่ยนรูปผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น การเปลี่ยนขนาด การจัดส่ง การทำให้สินค้าพร้อมขาย

2) อรรถประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility) คือ การจัดให้มีผลิตภัณฑ์เพื่อซื้อหาหรือบริโภค ณ ที่ที่มีความต้องการ โลจิสติกส์ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตหรือแหล่งที่มีสินค้าไปยังที่ที่มีความต้องการด้วยการขนส่ง

3) อรรถประโยชน์ทางเวลา (Time Utility) คือ การจัดให้มีสินค้าในเวลาที่ลูกค้าต้องการ การมีสินค้าคงคลังและมีการขนส่งเพื่อให้สามารถเคลื่อนย้ายสินค้าไป ณ จุดที่มีอุปสงค์อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการพยายามลดวงจรสั่งซื้อ (Order Cycletime) หรือเวลานำส่ง (Lead Time) เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า

4) อรรถประโยชน์ทางด้านการเป็นเจ้าของ (Possession Utility) คือ การที่ลูกค้าได้เป็นเจ้าของสินค้า กล่าวคือเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา การให้สินเชื่อ การให้ส่วนลดหรือบริการ โลจิสติกส์มีบทบาทในการนำสินค้าไป ณ สถานที่และในเวลาที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อหาสินค้าได้

โลจิสติกส์ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Logistics Improves Competitiveness) โลจิสติกส์สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แนวทางการตลาดที่สำคัญคือ การมีสินค้าที่ลูกค้าต้องการและส่งมอบสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่เหนือกว่าคู่แข่ง ความได้เปรียบการแข่งขันเกิดจากปัจจัยหลายอย่าง อาทิ คุณภาพ ราคาและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นต้น การจัดการโลจิสติกส์ขาเข้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้แหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาต่ำและการส่งมอบที่สม่ำเสมอ ซึ่งทำให้สามารถผลิตและมีสินค้าพร้อมส่งมอบลูกค้า ส่วนการจัดการโลจิสติกส์ขาออกก็สามารถสร้างความได้เปรียบด้วยการลดต้นทุนสินค้าคงคลังและค่าขนส่ง

โลจิสติกส์เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Logistics Increase Customer Satisfaction) ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย “5 Right” ได้แก่ Right Product, Right Place, Right Time, Right Condition และ Right Cost โลจิสติกส์เป็นระบบในการนำสินค้าที่มีคนต้องการ (Right Product) ไปยังที่ที่มีความต้องการ (Right Place) ในเวลาที่ต้องการ (Right Time) ในสภาพที่สมบูรณ์ (Right Condition) และด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (Right Cost) ลูกค้าต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วและถูกต้องสมบูรณ์

2.1.3 กิจกรรมโลจิสติกส์

(ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2551) กล่าวว่า ระบบโลจิสติกส์ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ การจัดการวัตถุดิบ (Material Management หรือ Physical Supply) ซึ่งเป็นระบบสินค้าและข้อมูลที่ไหลเข้ามายังบริษัทหรือโรงงานเพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตสินค้าและการจัดการกระจายสินค้า (Physical Distribution Management) ที่เกิดขึ้น เมื่อผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าเสร็จแล้วสินค้าจะไหลออกจากบริษัทหรือโรงงานไปยังลูกค้า ในระบบโลจิสติกส์ยังมีผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก 3 ฝ่าย คือ ผู้จัดส่งสินค้า ผู้ผลิต และลูกค้า โดยทุกฝ่ายมีการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะทำให้สินค้าหรือบริการสามารถไหลหรือเคลื่อนย้ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้แต่ละฝ่ายจะต้องทำหน้าที่ของตนอย่างมีความรับผิดชอบและมีการประสานงานอย่างเป็นระบบ เช่น ผู้จัดส่งสินค้าทำการจัดส่งสินค้าตามคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ผู้ผลิต ควรผลิตสินค้าโดยมีต้นทุนที่ต่ำแต่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการและทำการส่งมอบสินค้าตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น

2.1.4 การจัดการวัตถุดิบ (Material Management หรือ Physical Supply) ประกอบด้วย

2.1.4.1 การจัดหา (Sourcing) คือ กระบวนการและขั้นตอนที่นำมาใช้เพื่อจัดหาทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้นการจัดหาจึงมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและคุณภาพของการให้บริการ การจัดหาวัตถุดิบจึงต้องวางแผนอย่างรอบคอบและดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกผู้ผลิตหรือผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ ความมั่นใจด้านแหล่งจัดหาและต้นทุนของวัตถุดิบ เป็นต้น การจัดหาจะเป็นกระบวนการที่จัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการ

2.1.4.2 การจัดซื้อ (Purchasing) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยแนวทางการจัดซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบ จะพิจารณาที่มูลค่าและประเภทของสินค้า ทั้งนี้เทคนิคการจัดซื้อที่นิยมใช้ทั่วไปมีหลายรูปแบบ เช่น เทคนิค ABC Analysis โดยสินค้าที่มีมูลค่าการจัดซื้อสูงจะต้องมีการควบคุมอย่างใกล้ชิด คือ กลุ่ม A ซึ่งมีมูลค่าสินค้าคงคลังถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าสินค้าคงคลังรวมกลุ่มที่มีการซื้อระดับกลางหรือกลุ่ม B ซึ่งมีมูลค่าสินค้าคงคลังรวมร้อยละ 15 ขณะที่กลุ่ม C มีมูลค่าสินค้าคงคลังรวมร้อยละ 5 และเทคนิคการจัดการระบบการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just-In-Time :JIT)

2.1.4.3 การขนส่งขาเข้า (Inbound Transportation) รูปแบบของการขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ ทางท่อ และทางอากาศ การขนส่งแต่ละแบบมีข้อดีข้อเสียที่

แตกต่างกัน ทั้งนี้จึงควรพิจารณาว่าการขนส่งแบบใดที่จะเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ควบคู่กับต้นทุนการขนส่งที่เหมาะสม

2.1.4.4 การรับ และการเก็บรักษาวัตถุดิบ (Receiving & Storage) เป็นกระบวนการตรวจรับวัตถุดิบ ทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ และทำการจัดเก็บในสถานที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องพิจารณาด้านปริมาณ และความถี่ของการใช้งานวัตถุดิบนั้น ๆ

2.1.4.5 การจัดการวัตถุดิบคงคลัง (Raw Material Inventory) คือ การบริหารจัดการให้มีวัตถุดิบคงคลังที่เพียงพอ เพื่อให้การผลิตดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง การจัดเก็บสินค้าจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น แหล่งวัตถุดิบ ปริมาณการใช้ และวิธีการขนส่ง เป็นต้น

2.1.5 การจัดการกระจายสินค้า (Physical distribution) ประกอบด้วย

2.1.5.1 การประมวลคำสั่งซื้อ (Order Processing) การจัดการคำสั่งซื้อเป็นจุดแรกที่ลูกค้าสามารถสอบถาม และทำการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งการสั่งซื้อสามารถทำได้หลายทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อีเมล โทรสาร หรือการส่งเอกสารผ่านระบบอีดีไอ (Electronic Data Interchange: EDI) โดยคำสั่งซื้อเป็นข้อมูลสำคัญเพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตหรือพยากรณ์ความต้องการในอนาคตได้

2.1.5.2 การจัดการสินค้าคงคลัง (Finished Goods Inventory Management) คือ การเชื่อมโยงการ วางแผนเข้ากับการปฏิบัติการ บทบาทของการจัดการสินค้าคงคลังคือ การวางแผนความต้องการสินค้าที่จะเก็บสต๊อกไว้ และการจัดการสินค้าที่สต๊อกไว้ การจัดการส่งสินค้าให้กับลูกค้า รวมถึงการเติมเต็มสินค้าคงคลังที่ลดลงในปริมาณที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการ

2.1.5.3 การจัดการคลังสินค้า (Warehousing Management) คลังสินค้า (Warehousing) เป็นสถานที่จัดเก็บสินค้าก่อนที่จะส่งมอบไปให้ลูกค้า โดยมีหน้าที่ในการรวบรวมสินค้าต่าง ๆ เพื่อส่งให้ลูกค้า คลังสินค้าอาจจะใช้เป็นสถานที่ผสมหรือปรุงแต่งสินค้าและยังมีหน้าที่ในการสนับสนุนกิจกรรมด้านการผลิตและการตลาด โดยคลังสินค้าอาจมีหลายรูปแบบ เช่น ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) หรือการจัดส่งแบบ Cross Docking เป็นต้น

2.1.5.4 การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ (Material Handling) เป็นส่วนหนึ่งของบริหารคลังสินค้าซึ่งเคลื่อนย้ายในระยะสั้น เช่น เคลื่อนย้ายเข้าคลัง เคลื่อนย้ายภายในคลัง และออกจากคลังสินค้าโดยมีจุดประสงค์เพื่อความปลอดภัย ประสิทธิภาพ และลดความเสียหายของสินค้า ความรวดเร็ว ความถูกต้อง เป็นต้น

2.1.5.5 การบรรจุหีบห่อ (Packaging) มีความสำคัญต่อระบบโลจิสติกส์ด้านค่าใช้จ่ายและความปลอดภัยในตัวสินค้า นอกจากนี้การบรรจุหีบห่อจะต้องมีการสื่อสารหรือการให้ข้อมูล เช่น ผู้ผลิต คุณสมบัติ ชนิดของผลิตภัณฑ์ หมายเลขสินค้าซึ่งใช้ในการติดตามสินค้า เป็นต้น อีกทั้งมีบทบาทในเรื่องของวิธีการเคลื่อนย้ายและความเสียหายที่อาจเกิดกับสินค้า เช่น สินค้าที่แตกหักง่าย การวางซ้อนกัน เป็นต้น ทั้งนี้สามารถแบ่งการบรรจุหีบห่อออกเป็น 2 แบบ คือ การบรรจุหีบห่อเพื่อการขาย (Consumer Packaging) ซึ่งเป็นเรื่องของการตลาด และการบรรจุหีบห่อทางอุตสาหกรรม (Industrial Packaging) ซึ่งเป็นเรื่องระบบโลจิสติกส์

2.1.5.6 การขนส่งขาออก (Outbound Transportation) เป็นการจัดส่งให้กับลูกค้าโดยตรงหรือเก็บไว้ตามคลังสินค้า หรือศูนย์กระจายสินค้า วิธีการขนส่งแบ่งออกได้เป็น 3 วิธี คือ มียานพาหนะขนส่งของตนเอง บริษัทมีสัญญากับบริษัทขนส่งเพื่อขนส่งสินค้าทั้งหมดให้กับบริษัทและใช้บริการขนส่งสาธารณะ ทั้งนี้แล้วแต่รูปแบบของการขนส่ง

2.1.5.7 การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติเพื่อให้กระบวนการตอบสนองคำสั่งซื้อ สินค้าของลูกค้าประสบผลสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขึ้นอยู่กับว่าสามารถให้บริการลูกค้าได้หรือไม่ ทั้งนี้เป้าหมายของลูกค้าคือ ความพึงพอใจในสินค้าและบริการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงจากอัตราดอกเบี้ยและต้นทุนด้านพลังงานเพิ่มสูงขึ้นในช่วงทศวรรษ 1970 โลจิสติกส์จึงได้รับความสนใจยิ่งจากการที่โลจิสติกส์เป็นต้นทุนในการดำเนินงานที่สำคัญตัวหนึ่งต้นทุนจากโลจิสติกส์ในหลายแนวทาง ดังนี้

(กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ, 2544) ประการแรก การแข่งขันระดับโลกจากต่างประเทศที่มากขึ้นเป็นเหตุให้องค์กรต่าง ๆ ต้องปรับตัวเพื่อสร้างความแตกต่างทั้งในตัวองค์กรเองและตัวสินค้า โลจิสติกส์จะเป็นตัวตัดสินเนื่องจากองค์กรภายในประเทศจะต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือและมีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อตลาดที่อยู่ใกล้เคียงมากกว่าคู่แข่งขันที่อยู่ไกลออกไปในต่างประเทศ ประการที่สอง องค์กรที่มีการซื้อขายระหว่างประเทศจะพบว่าโซ่อุปทาน (Supply Chain) ระหว่างองค์กรกับคู่ค้าจะมีความยาวเพิ่มขึ้นมีต้นทุนสูงขึ้นและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นการบริหารโลจิสติกส์ที่ยอดเยี่ยมจึงมีความจำเป็นเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันอย่างเต็มที่ทั่วโลก ประการที่สาม ที่ทำให้โลจิสติกส์มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นก็คือ การให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ได้แก่

1. เทคโนโลยีสารสนเทศสถานการณ์ในปัจจุบันนี้เป็นช่วงเวลาของเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งช่วยให้องค์กรต่าง ๆ สามารถติดตามธุรกรรมที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสั่งซื้อ การจัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบเมื่อนำมารวมกับการทำแบบจำลองด้านคุณภาพ (Quantitative Model) ด้วยคอมพิวเตอร์ทำให้สารสนเทศมีความสามารถในการจัดการกระบวนการไหลของข้อมูลและสินค้าที่ประหยัดสูงสุดรวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายที่ดีที่สุดได้ปัจจัยอื่น ๆ ที่ทำให้โลจิสติกส์ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นการยอมรับในแนวคิดเชิงระบบ (System Approach) และแนวคิดต้นทุนรวมอิทธิพลของโลจิสติกส์ต่อผลกำไรและความเป็นจริงที่ว่าโลจิสติกส์สามารถนำมาใช้เป็นอาวุธในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อแข่งขันในอนาคต

2. อำนาจของช่องทางการจัดจำหน่ายการเปลี่ยนขั้นอำนาจจากผู้ผลิตไปยังผู้ค้าปลีกผู้ค้าส่งและผู้แทนจำหน่ายได้สร้างผลกระทบอย่างมากต่อโลจิสติกส์เมื่อการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้จัดส่งสินค้าวัตถุดิบและผู้ผลิตสินค้าซึ่งในที่สุดจะส่งผลให้เหลืออยู่แค่ผู้นำในตลาดเท่านั้นทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้มีการเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นในหลาย ๆ กรณีทำให้ผู้บริโภคมองผู้นำเหล่านี้ว่าเป็นสิ่งทดแทนในตราสินค้าอื่นนอกจากนี้ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าลดลงนั้นทำให้อำนาจของผู้ผลิตลดลงและทำให้อำนาจของผู้ค้าปลีกสูงขึ้น เนื่องจากการขายจะถูกกำหนดโดยสินค้าที่มีวางขายและไม่ได้มาจากตราสินค้าที่ผู้ผลิตเสนอ

องค์ประกอบของจัดการโลจิสติกส์

การจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนกระทั่งผลิตสินค้าเสร็จและส่งถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้ายหรือคือ การไหลเวียนของวัตถุดิบข้อมูลการจ่ายเงินและการบริการจากแหล่งวัตถุดิบจนถึงโรงงานคลังสินค้าและผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยรวมถึงองค์กรที่เกี่ยวข้องและกระบวนการซึ่งเริ่มจากการส่งมอบสินค้าข้อมูลและการบริการให้กับลูกค้ารวมไปถึงกระบวนการต่าง ๆ เช่น การจัดซื้อ (Procurement) การผลิต (Manufacturing) การควบคุมการส่งกำลังบำรุง (Logistics) การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control) การจัดจำหน่าย (Distribution) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การจัดเก็บ (Storage) และการขนส่ง (Transportation) เป็นต้น กระบวนการทั้งหมดนี้จะจัดระบบให้มีความสัมพันธ์และคล่องตัวนอกจากนี้การจัดการโลจิสติกส์ไม่ได้ครอบคลุมเฉพาะหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรเท่านั้นแต่ที่สำคัญจะสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ/สินค้า (Suppliers) บริษัทผู้ผลิต (Manufacturers) บริษัทผู้จัดจำหน่าย (Wholesalers) รวมทั้งลูกค้าบริษัท (Consumers) จึงเป็นการเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกันเป็นห่วงโซ่หรือเครือข่ายให้เกิดการประสานงานกันอย่างต่อเนื่องทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า/บริการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานนั้นจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้กับทุก ๆ หน่วยงานในระบบทราบและใช้งานทำให้หน่วยงานในแต่ละหน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิทยา สุหฤทดำรง, 2545)

ประโยชน์ของการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพก็คือ การดำเนินการให้ทุกองค์กรที่อยู่ในห่วงโซ่ต่างได้รับผลประโยชน์อย่างเท่ากันและไม่ควรผลักภาระต้นทุนไปให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทำให้ต้นทุนรวมขององค์กรลดลงเพิ่มผลผลิตในกระบวนการผลิตเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและช่วยลดเวลารวมทั้งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จากการดำเนินการการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานเป็นเรื่องของการใช้ความรู้ประยุกต์เพราะธุรกิจที่ต่างกันการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานก็ต่างกันด้วยตลอดจนการให้ความรู้และการกระจายความรู้ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงผู้ปฏิบัติงาน

การจัดการโลจิสติกส์ประกอบด้วยตัวชี้วัดที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า (Distribution Management) ในการจัดการโลจิสติกส์มีองค์ประกอบสำคัญซึ่งสนับสนุนกิจกรรมการตลาดส่วนผสมทางการตลาดคือ สินค้า (Product) ราคา

(Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) การออกแบบช่องทางการกระจายสินค้าในมุมมองด้านการตลาดคือ การออกแบบสถานที่ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงจะช่วยลดต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งระบบได้ดีการออกแบบเชิงกลยุทธ์ด้านช่องทางการกระจายสินค้า (Channel of Distribution) มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ การสร้างระดับการบริการให้ลูกค้าสูงที่สุดและลดต้นทุนการดำเนินงานร่วมของทั้งโซ่อุปทานให้ต่ำที่สุดโดยการออกแบบเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การออกแบบที่มีอิทธิพลสูงต่อการกำหนดนโยบายและนำไปสู่การวางแผนและดำเนินงานเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันตั้งแต่รูปแบบการกระจายสินค้าเมื่อออกแบบและกำหนดช่องทางการกระจายสินค้าอย่างได้เปรียบคู่แข่งขันแล้วการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด (สาธิต พะเนียงทอง, 2548)

2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) สินค้าคงคลังคือ วัสดุที่อยู่ในกระบวนทั้งหมดไม่ว่าจะอยู่ในสถานะใดหรือเพื่อวัตถุประสงค์ใดสินค้าคงคลังจะเป็นส่วนหนึ่งของการไหลเวียนของวัสดุในโซ่อุปทานการใช้เทคนิคการจัดการที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ ๆ ทำให้การจัดการสินค้าคงคลังในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะมีความซับซ้อนมากขึ้นมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากขึ้นแต่การจะนำการจัดการสินค้าคงคลังแบบร่วมสมัยไปปฏิบัตินั้นบริษัทจำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติที่เกี่ยวกับสินค้าคงคลังให้เป็นสากลเสียก่อนในอดีตการจัดการสินค้าคงคลังที่ดีเยี่ยม หมายถึง การลดปริมาณสินค้าคงคลังและเพื่อลดค่าใช้จ่ายของบริษัทซึ่งดูเหมือนจะเป็นสมการง่าย ๆ ที่มีประโยชน์เมื่อมองในระดับของหน่วยงานแต่ก็ทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสที่จะทำให้การจัดการสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อมองในภาพรวมของทั้งบริษัทหรือแม้กระทั่งภาพรวมของโซ่อุปทานการพยายามเพื่อให้สินค้าคงคลังมีปริมาณลดลงช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของค่าใช้จ่ายและการให้บริการในธุรกิจของบริษัทลดลงในบางสถานการณ์บริษัทอาจมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อจะทำให้ต้นทุนรวมของสินค้าเมื่อส่งถึงมือลูกค้ามีค่าต่ำที่สุด ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญและมีทักษะเพียงพอที่จะทำให้เกิดการหักล้างกันพอดีของผลเสียทางด้านโลจิสติกส์หรือโซ่อุปทาน

3. ด้านการจัดการการขนส่ง (Transportation Management) การขนส่งมีหน้าที่หลักในการเคลื่อนย้ายสินค้าภายในโซ่อุปทานการขนส่งได้กลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความสำเร็จสูงสุดของโซ่อุปทานโดยรวมการขนส่งได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการอำนวยความสะดวกทางด้านเวลาและสถานที่คือการสร้างความมั่นใจให้กับบริษัทได้ว่าจะมีสินค้าเพียงพอที่จะจัดจำหน่าย ณ สถานที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการการจัดการขนส่งมีจุดมุ่งหมายที่จะเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งกำเนิดสินค้าไปยังลูกค้าผู้ใช้สินค้าอย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีความสม่ำเสมอมากที่สุดความสามารถในการขนส่งจะสร้างความมั่นใจในด้านเวลาและสถานที่ด้วยต้นทุนที่ได้เปรียบคู่แข่งและเป็นปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันในตลาดของบริษัท

3.1 การจัดการขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังจากแหล่งผลิตที่จุดหนึ่งไปยังจุดมุ่งหมายปลายทางที่อีกจุดหนึ่งในโซ่อุปทานซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1) การเก็บรวบรวมสินค้าเริ่มจากการรับสินค้า แหล่งที่มาซึ่งอาจเป็นโรงงานผลิตสินค้าอาจจะมีหลากหลายเนื่องจากมีรูปแบบน้ำหนักขนาดและการบรรจุหีบห่อต่างกันโดยปกติการเก็บรวบรวมสินค้าจะถูกจัดการในเชิงภูมิภาคหลังจากมีการรวบรวมสินค้าแล้วสินค้าเหล่านี้จะถูกนำไปรวบรวมที่คลังสินค้าส่วนกลาง

2) การขนส่งจากจุดรวมสินค้าในภูมิภาคสินค้าจะถูกส่งไปที่จุดหมายปลายทางที่กำหนดเมื่อถึงจุดรวมสินค้าสินค้าเหล่านี้จะถูกแยกออกจากกันเพื่อดำเนินการจัดส่งต่อไป

3) การจัดส่งเป็นกิจกรรมที่ตรงกันข้ามกับการรวบรวมสินค้าซึ่งได้รับการจัดการเป็นสัดส่วนในเชิงภูมิภาคและถือว่าเป็นส่วนที่ต้องติดต่อโดยตรงกับลูกค้าปลายทาง

4) การรวมและแยกสินค้าสินค้าจะถูกรวบรวมก่อนที่จะบรรทุกลงบนยานพาหนะขนส่งสินค้าเหล่านี้อาจถูกรวบรวมในรูปของตู้สินค้าหรือการเปลี่ยนวิธีการขนส่งไปเป็นวิธีอื่นโดยไม่ต้องบรรจุหีบห่อใหม่

3.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการบริการขนส่ง ได้แก่

1) ชนิดของการขนส่ง (Transportation Type) เงื่อนไขพิเศษและเงื่อนไขทางเทคนิคของสินค้าก่อให้เกิดความต้องการด้านบริการที่แตกต่างกันออกไป

2) จุดหมายปลายทาง (Destination) โครงข่ายหรือตลาดที่บริษัทขนส่งให้บริการ

3) ระยะเวลาในการดำเนินการ (Throughput Time) คือ ความรวดเร็วในการขนส่งแต่ละวิธีซึ่งขึ้นอยู่กับความเร็วของพาหนะที่ใช้และความถี่ของการให้บริการ

4) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ความยืดหยุ่นของเวลาออกและเวลาถึง

3.3 โครงสร้างของระบบการขนส่ง สามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่มหลัก คือ

1) การขนส่งขาเข้า (Inbound Transportation) เป็นการขนส่งสินค้าเข้าสู่โรงงานผลิตสินค้าที่ขนส่งเข้ามามักเป็นวัตถุดิบส่วนประกอบและวัสดุประกอบการผลิตในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่การขนส่งขาเข้าจะดำเนินการโดยผู้ขายวัตถุดิบเหล่านั้นอาจมีบางส่วนที่ผู้ซื้อดำเนินการเองขึ้นอยู่กับข้อตกลงต้นทุนการขนส่งขาเข้าเป็นปัจจัยสำคัญเท่ากับต้นทุนการขนส่งขาออกที่จะต้องพิจารณาเพื่อการกำหนดทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าในระบบโลจิสติกส์ทั้งระบบ

2) การขนส่งขาออก (Outbound Transportation) เป็นการขนส่งสินค้าขาออกจากโรงงานผลิตเมื่อโรงงานผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายแล้วจะต้องขนส่งไปยังลูกค้าซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคโดยตรงตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ผลิตในขั้นตอนต่อไปการขนส่งทั้งหมดนี้จัดอยู่ในการขนส่งขาออกจากโรงงานส่วนมากแล้วในภาคอุตสาหกรรมจะเป็นภาระของผู้ผลิตเองแต่ผู้ผลิตอาจใช้บริษัทรับจ้างขนส่งการจะพิจารณาว่าการขนส่งส่วนใดเป็นขาเข้าหรือขาออกให้พิจารณาตามกิจกรรมของตนเองเป็นหลัก

3) การขนส่งระหว่างประเทศ (International Transportation) เป็นระบบของการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศระหว่างภูมิภาคของโลกระหว่างทวีปหรือระหว่างเศรษฐกิจต่าง ๆ ระบบการขนส่งแบบนี้เป็นการขนส่งที่เป็นการขนส่งในระยะทางไกล ๆ โดยอาศัยผู้ให้บริการในระดับสากล เช่น ทางเรือเดินสมุทร ทางอากาศยาน ทางรถไฟ เป็นต้น แต่ก็มีการขนส่งชายแดนที่เป็นประเทศหรือเขตเศรษฐกิจติดกันที่ยังคงใช้รถบรรทุกอยู่มากในระบบขนส่งนี้จะใช้เวลานานโดยจะเชื่อมโยงการขนส่งจะสิ้นสุดลงที่ท่าเรือด่านผ่านแดนท่าอากาศยานที่มีด่านศุลกากรการขนส่งระหว่างประเทศจะดำเนินการจากระบบเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

3.4 วิธีการขนส่งประกอบด้วย 5 วิธี คือ

1) การขนส่งทางรถยนต์ (Motor Transportation) ใช้รถยนต์บรรทุกสินค้าและขนส่งระหว่างตำแหน่งต่าง ๆ ที่มีแผ่นดินเชื่อมต่อกัน

2) การขนส่งทางราง (Rail Transportation) เป็นการขนส่งผ่านระบบรางที่มีอุปกรณ์หลักคือขบวนรถไฟระบบนี้มีข้อจำกัดในด้านสถานที่ตั้งของตำแหน่งสถานีที่มีเฉพาะท่าที่ภาครัฐของประเทศนั้น ๆ สร้างไว้เท่านั้นแต่เป็นระบบที่มีต้นทุนต่ำกว่าทางรถยนต์นิยมใช้กับสินค้าประเภทปูนซีเมนต์ ปิโตรเคมี ไม้แผ่น หินทราย หรือสินค้าทั่วไปที่ขนส่งทางไกลและวางแผนเวลาและปริมาณการขนส่งได้แน่นอนไม่ต้องการความเร็วสูง

3) การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation) เป็นการขนส่งที่ประหยัดที่สุดเพราะขนส่งได้ครั้งละมาก ๆ เครื่องดันกำลังของเรือมีอัตราการบริโภคเชื้อเพลิงต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับน้ำหนักบรรทุกจึงเป็นระบบการขนส่งหลักของการขนส่งระหว่างประเทศ

4) การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) ปัจจุบันเกือบทั้งหมดเป็นการขนส่งโดยเครื่องบินเป็นการขนส่งทั้ง ผู้โดยสารและสินค้าการขนส่งระยะทางไกลทางอากาศจะมีความเร็วสูงแต่ก็มีอัตราค่าขนส่งแพงที่สุดเมื่อเทียบกับการขนส่งระบบอื่น ๆ สำหรับปริมาณการขนส่งทางอากาศทั่วโลกเมื่อเทียบกับการขนส่งทั้งหมดในหน่วยตัน/ไมล์แล้วไม่เกินร้อยละ 2 เนื่องจากอัตราราคาที่สูงจึงทำให้ถูกใช้เฉพาะสินค้าราคาแพงที่มีน้ำหนักและปริมาตรน้อย

5) การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) เป็นการขนส่งซึ่งใช้กับของเหลวและมีการกำหนดสถานที่ตั้งของสถานที่ส่งและรับแน่นอนใช้ในการขนส่งปิโตรเลียม น้ำประปา น้ำทิ้ง ก๊าซธรรมชาติ การขนส่งก๊าซหุงต้มไปยังบ้านเรือนหรือการขนส่งที่สร้างขึ้นเฉพาะ

4. ด้านการจัดการสารสนเทศ (Information Management)

4.1 เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูลการประมวลผลการพิมพ์การสร้างรายงานการสื่อสารข้อมูลการสื่อสารระหว่างคนกับเครื่องจักรในระบบ เช่น การเชื่อมระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมเครื่องจักรกับระบบข้อมูลการบริหารเพื่อรวบรวมข้อมูลอัตราการผลิตแบบทันทีหรืออัตราการเสียของเครื่องจักร เป็นต้น การใช้อุปกรณ์ติดตามตำแหน่งรถบรรทุกและการใช้อุปกรณ์ติดตามตำแหน่งสินค้าแบบรายชิ้น

4.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ รูปแบบของธุรกิจที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์และระบบเครือข่ายเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการและบริหารองค์กรรูปแบบการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรแบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ระบบลูกค้าสัมพันธ์ การติดต่อกับแหล่งวัตถุดิบ การส่งข้อมูลและรับข้อมูล และการค้นหา

2.3 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

(สลิลาทิพย์ ทิพยไกรศร, 2553) ศึกษาโลจิสติกส์กับการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย เพื่อการศึกษาวัตถุประสงค์หลักของการจัดการโลจิสติกส์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่จำเป็นในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศไทยคือจะต้องพัฒนาและพยายามดำเนินงานที่มีต้นทุนต่ำ ขณะเดียวกันก็ต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้การจัดการด้านโลจิสติกส์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นที่การลดต้นทุนรวมถึงการตอบสนองที่ไม่คงที่ของลูกค้าโดยมีกิจกรรมที่สำคัญคือ กิจกรรมการจัดหา กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการเคลื่อนย้าย กิจกรรมการขนส่งทั้งวัตถุดิบและส่วนประกอบอื่น ๆ แต่การที่ผู้ประกอบการจะสามารถบริหารให้ต้นทุนลดลงได้ ผู้ประกอบการต้องรู้ต้นทุนของตัวเองทั้งหมดก่อนและจะต้องควบคุมต้นทุนได้ โดยเฉพาะต้นทุนการขนส่ง (Transportation Costs) ที่เป็นต้นทุนหลัก รองลงมาจะเป็นต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง (Inventory Carrying Costs) ต้นทุนการจัดการสินค้า (Warehousing Costs) ต้นทุนสินค้าตามปริมาณที่สั่งซื้อ หรือปริมาณการผลิต (Lot Quantity Costs) ซึ่งจะสามารถควบคุมต้นทุนอาจทำได้โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรมให้ทำงานไปในทิศทางเดียวกัน

(ชมพูนุท บูรพา, 2554) ศึกษาการพัฒนาโลจิสติกส์ค้าพืชไร่ของโพธิ์ศรีการเกษตร เพื่อศึกษาถึงกระบวนการทางกิจกรรมต่าง ๆ โลจิสติกส์ ว่ากิจกรรมเหล่านั้นสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนาธุรกิจในส่วนไหนได้บ้าง ผลการศึกษาพบว่า ระบบโลจิสติกส์ธุรกิจค้าพืชไร่ของศรีโพธิ์การเกษตรมีผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม คือ ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ธุรกิจค้าพืชไร่ของศรีโพธิ์การเกษตร และนายหน้า ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างมีบทบาทและมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมโลจิสติกส์ของศรีโพธิ์การเกษตร โดยทั้ง 3 กลุ่มนี้จะต้องทำงานให้สัมพันธ์กัน ในยุคก่อนที่ยังประกอบธุรกิจร่วมกัน ยังไม่มีการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางด้านโลจิสติกส์อย่างชัดเจน ยังดำเนินงานกันแบบชาวบ้านอาศัยความคุ้นเคยจึงยังพบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในเกือบทุกกิจกรรม แต่หลังจากที่ทำการวิจัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการจัดการ ก็ได้ทำการแนะนำเพื่อที่จะไปปรับใช้ในแต่ละขั้นตอนของธุรกิจค้าพืชไร่ของโพธิ์ศรีการเกษตรได้

(ปุญญภณ เทพประสิทธิ์, 2558) ศึกษาตัวแบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ว่าการจัดการโลจิสติกส์แต่ละด้านมีผลเกี่ยวข้องอย่างไรกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ ปัจจัยเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยทั้งหมดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการโลจิสติกส์

ย้อนกลับ ในส่วนของการจัดการโลจิสติกส์มีส่วนสำคัญตั้งแต่จุดเริ่มต้นโดยมีการวางแผนร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำกลับมาผลิตใหม่ ในส่วนของปัจจัยเทคโนโลยี เป็นส่วนสำคัญที่จะส่งผ่านข้อมูลทุกอย่างที่รูปแบบที่เกี่ยวของกับธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

(พชรรร เศรษฐยานนท์, 2554) ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของร้านดอกไม้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์กับผลประกอบการที่เป็นตัวเงินและได้ใช้ตัวเงินของร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาระบบการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการกิจการร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ประกอบกิจการร้านดอกไม้ให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่มาก ได้แก่ ด้านงานบริการ กิจกรรมที่อำนวยความสะดวกหลังการขาย ด้านการไหลของข้อมูลและกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ นำระบบสารสนเทศมาใช้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้ามายังผู้ประกอบการอย่างมีระบบ และยังให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การขนส่งสินค้าไปยังมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และกิจกรรมที่มีการบริหารสินค้าคงคลังโดยมีการหมุนเวียนตลอดเวลาจึงทำให้ไม่มีสินค้าคงคลัง

(เอกลักษณ์ กู้เกียรติวงศ์, 2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมน้ำมันพืช ว่าสภาพการจัดการโลจิสติกส์ของฝ่ายผลิตที่เกิดขึ้นจริงในบริษัทอุตสาหกรรมผลิตสินค้าประเภทน้ำมันพืช และเพื่อหาทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและแนวทางในการปรับปรุงการผลิต จากการศึกษาพบว่า การไหลของข้อมูลภายในบริษัทยังขาดความต่อเนื่อง ขาดประสบการณ์และความรวดเร็วในการดำเนินงาน ขาดการประสานงานที่ดี ส่งผลกระทบถึงกระบวนการที่สำคัญ 4 ด้าน คือ การวางแผน การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดส่ง ดังนั้นบริษัทควรที่จะต้องมีการพัฒนาในส่วนของข้อมูลและการประสานงานของส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในธุรกิจ

บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาเรื่องกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ได้ดำเนินการศึกษาตามวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยการกำหนดขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาดังรายละเอียด ต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

3.2 ขอบเขตประชากร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.4 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ธุรกิจอาหารของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

3.1.1 การจัดหาวัตถุดิบ (Material Management) ประกอบด้วย กิจกรรมการจัดหา (Sourcing) การจัดซื้อ (Purchasing) การรับและการเก็บรักษาสินค้า (Receiving & Storage) และการจัดการวัตถุดิบคงคลัง (Raw Material Inventory)

3.1.2 ระบบการจัดการโลจิสติกส์ประกอบไปด้วย ด้านการจัดการการกระจายสินค้า (Distribution Management) ด้านการจัดการสารสนเทศ (Information Management)

3.2 ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสัมภาษณ์ ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อยู่ในระบบโลจิสติกส์ธุรกิจอาหารของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด โดยมีสาขาที่เปิดอยู่ทั้งหมด 40 สาขาทั่วประเทศ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบ งานระหว่างทำ

สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง และกิจกรรมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญคือ ผู้บริหารบริษัททั้งหมด 10 คน ผู้วิจัยจะนัดทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลมาดำเนินการต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการค้นคว้าข้อมูล ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

3.3 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสัมภาษณ์ (ภาคผนวก ก) โดยจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) ซึ่งประกอบด้วย การสังเกตสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและศึกษาครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ของโลจิสติกส์ โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานประกอบการและผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์รวมถึงปัญหาและอุปสรรค

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ของระบบการจัดการโลจิสติกส์รวมถึงปัญหาและอุปสรรค

3.4 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และใช้วิธีการประมวลผลการศึกษาแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยการศึกษาเรื่อง กิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสัมภาษณ์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน 2 ด้าน ได้แก่ (1) กิจกรรมโลจิสติกส์ 4 กิจกรรม ประกอบไปด้วย กิจกรรมการจัดหา กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการรับและเก็บรักษา กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง และ (2) ระบบการจัดการโลจิสติกส์ 2 ระบบ ประกอบไปด้วย ด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสารสนเทศ ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้บริหาร บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด จำนวน 10 คน ซึ่งทั้ง 10 คน แบ่งกลุ่มกันบริหารเป็นโซนแต่ละโซนที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยจะมีโซนกรุงเทพและปริมณฑล อาทิ ปทุมธานี สมุทรปราการ โซนภาคกลางตอนเหนือ อาทิ อยุธยา ชัยนาท อ่างทอง ลพบุรี และโซนภาคกลางตะวันออก อาทิ จังหวัดชลบุรี ระยอง และสามารถสรุปผลการศึกษาที่สำคัญได้ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์

4.1.1 กิจกรรมการจัดหา

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนมากให้สัมภาษณ์ตรงกันว่าจะมีพนักงานมานำเสนอขายวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจถึงที่ โดยจะทำการนัดหมายวันและเวลาให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มาที่ร้าน เพื่อที่จะนำเสนอวัตถุดิบต่าง ๆ แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบที่เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน อาทิ ชนิดของหมูต่าง ๆ อาหารทะเลดูขนาดของวัตถุดิบ ไอศกรีมรสชาติต่าง ๆ และจะทำการชิมเพื่อประเมินคุณภาพโดยการตัดสินใจขึ้นอยู่กับราคาของวัตถุดิบจึงค่อยไปดูเรื่องของคุณภาพตามลำดับ ในส่วนของวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น อาหารทะเล ลูกชิ้น ผักต่าง ๆ ก็จะมีการติดต่อไปบ้างในช่วงแรก ๆ แต่ตอนนี้มีเจ้าที่พร้อมจะส่งประจำ ในส่วนของน้ำซุปและน้ำจิ้มที่เป็นเสมือนหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ทางบริษัทมีสูตรที่แน่นอนและมีการผลิตเอง ไม่ได้มีการจัดหาจากที่อื่นแต่อย่างใด

มีผู้ถูกสัมภาษณ์บางคนให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่าอาจจะต้องไปดูวัตถุดิบจากแหล่งอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการที่มีผู้ขายเข้ามาเสนอด้วยตัวเอง เผื่อว่าในกรณีที่วัตถุดิบขายดีขึ้นมาในช่วงเวลาขนาดนั้น อาจจะทำให้วัตถุดิบหลักขาดจึงต้องหาแหล่งที่รับวัตถุดิบเผื่อไว้

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “กิจกรรมการจัดหาในส่วนโซนสาขาที่ผมดูแล จะมีเจ้าที่ประมาณ 5 - 6 เจ้า ที่เราจะหาวัตถุดิบซึ่งก็อยู่ในพื้นที่ ๆ ใกล้เคียงสาขา อย่างวัตถุดิบทั่วไป ๆ หาได้ไม่ยากมีอยู่แล้ว”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “เราจะมีร้านที่ประจำในพื้นที่นั้น ๆ ครับ ก็ 5 ร้านได้ ของสด หมู ผัก อาหารทะเลต่าง ๆ หาจากในพื้นที่ทั้งนั้นครับ เราจะไม่มีอยู่ในส่วนกลาง เพราะยังไม่ถึงขั้นนั้นที่จะเก็บเยอะ ๆ ในส่วนกลาง”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “ของที่เราจัดหาโดยหลัก ๆ จะอยู่ในพื้นที่ครับ มี 4 - 6 ร้านที่เราจะสั่งและให้ส่งประจำ ๆ ก็จะเป็นพวกหมู ผัก อาหารทะเล ส่วนของอื่น ๆ พวกน้ำซุป เครื่องดื่ม ก็ส่วนกลางจะเป็นคนจัดหาเองครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “สาขาในโซนที่ผมดูแลก็มีเจ้าที่พร้อมส่งในพื้นที่อยู่หลายเจ้าครับ ประมาณ 4 เจ้า บางเจ้าก็เป็นสาขาที่ใช้บริการอยู่ในปทุมธานี เขาสามารถส่งให้สาขาโซนเราได้ด้วย เลยหาวัตถุดิบไม่ยากครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “ของต่าง ๆ ที่เป็นของสด หมู ผัก อาศัยหาในพื้นที่ ส่วนกลางไม่มีสต๊อกครับ เราเน้นของสดที่ส่งได้รวดเร็ว และพร้อมส่งให้เราได้ เราจะมีอย่างน้อย ๆ 3 - 4 เจ้าประจำที่อยู่ในการสั่ง เพื่อเอาไว้สำรองครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “ของสดต่าง ๆ เราจัดหาในพื้นที่ครับ เพราะในพื้นที่ก็มีของพร้อมส่งอยู่ และมีหลายเจ้าให้เลือกใช้ด้วย เราจะมีอยู่ในมือ 4 - 5 เจ้าครับ เอาไว้ดูของที่เผื่อขาด และเขาสามารถส่งได้ด้วย แต่นอกเหนือจากร้านประจำ เราก็มีร้านส่งอื่น ๆ เอาไว้เผื่อครับ กระจายความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “ธุรกิจเราของสดเป็นสิ่งสำคัญและต้องหาให้ได้ในพื้นที่ ก็มีเจ้าที่เราเสนอกันมาที่ก็มีส่งในสาขาก่อนหน้านี้ และเราก็ต้องหาในพื้นที่ด้วย โซนสาขาผมมีประมาณ 4 เจ้านะ ที่เราไปดีลไว้”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “ถ้าของสด เราหาในพื้นที่เป็นหลักครับ หมู ผัก ทะเล ทั้งหมดนี้หาในพื้นที่อย่างเดียว ไม่มีที่ส่วนกลางครับ ส่วนกลางจะจัดหาพวกของทานเล่น ของแช่สำเร็จรูป เครื่องปรุง น้ำจิ้ม น้ำซุป เครื่องดื่ม”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดหา “แยกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ นะครับ ของสดต่าง ๆ ผัก หมู อาหารทะเล หาได้จากในพื้นที่ สาขาจะมีร้านประจำที่อยู่ในพื้นที่ 4 - 5 ร้าน และเราก็จัดร้านส่งย่อย ๆ เผื่อไว้ เอาไว้เติมของด่วนครับ อีกกลุ่มเป็นพวกอาหารแช่สำเร็จรูป ไก่ป๊อป ของทอด เครื่องปรุง น้ำซุป เครื่องดื่ม จะเป็นส่วนกลางจัดหาครับ”

4.1.2 กิจกรรมการจัดซื้อ

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนมากให้สัมภาษณ์คล้ายคลึงกัน โดยหลังจากที่ผู้ขายนำวัตถุดิบมาเสนอขายจะดูเรื่องของราคาเป็นหลักในลำดับแรก ๆ เพราะถ้าเรทราคาไม่เป็นที่น่าพอใจ ถ้าหากคุยกันตรงนี้ไม่ผ่าน ก็จะไม่ตัดสินใจซื้อ แต่ถ้าคุยกันต่อได้ก็จะดูในเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบต่อไป และการจัดซื้อในแต่ละครั้งจะค่อนข้างมีปริมาณการสั่งค่อนข้างมาก และ ถี่ คือ 2 วันต่อการสั่ง 1 รอบ โดยการสั่งจะสั่งวัตถุดิบดังนี้ หมูส่วนต่าง ๆ รวมกัน 40 - 50 กิโลกรัม อาหารทะเลแต่ละอย่างต้องการไม่เท่ากันโดยต้องการวันต่อวันอย่างละ 3 - 5 กิโลกรัม ผักต่าง ๆ ต้องการไม่เท่ากันโดยต้องการวันต่อวัน ครั้งละ 15 - 60 กิโลกรัม ทั้งนี้ในส่วนของวัตถุดิบที่จะทำการจัดซื้อนอกจากจะพิจารณาในส่วนของเรื่องราคาแล้วจะพิจารณาไปถึงการจัดส่งอีกด้วย ว่าต้องสามารถจัดส่งได้ตามที่ทางผู้ถูกสัมภาษณ์ต้องการด้วย

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์บางคนก็มองเผื่อว่าจะต้องไปซื้อเองในกรณีที่วัตถุดิบไม่เพียงพอเนื่องจากสั่งไปไม่พอหรือมีผู้คนมาใช้บริการเป็นจำนวนมากเกินความคาดการณ์ในวันนั้น ไม่สามารถนำวัตถุดิบจากสาขาใกล้เคียงมาได้เนื่องจากสาขานั้นก็ต้องใช้ และผู้ขายได้ทำการส่งในรอบวันนั้นแล้ว

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “สำหรับพวกของสดที่จะซื้อ ดูราคาก่อนเลยครับ ร้านไหนให้ราคาดี ราคาที่ต่ำที่สุด ราคาที่เราต้องการ และร้านก็จะเอาเข้ามาให้เราได้ดูได้ลองชิมเลยนะ คือเรามองว่าของสดพวกนี้ไม่แตกต่างกันมาก ภาพรวมเราเลยดูราคาก่อนครับ ถ้าราคาสูง ก็ตัดไปเป็นตัวเลือกไว้ว่าร้านนี้เผื่อฉุกเฉิน และถ้าราคาเป็นไปตามที่เราต้องการ ก็มาดูคุณภาพ ดูเกรดที่มาตรฐานเรากำหนดไว้ คุณภาพต่างกันไม่มากมันอาจจะมีรายละเอียดเล็ก ๆ แต่ส่วนใหญ่ก็ผ่านกันหมด โซนสาขาเรามีตัวเลือกเยอะครับ เลยต้องเลือกที่ดีที่สุด อีกอย่างเราสั่งเยอะด้วยก็ต้องได้ราคาที่ดีในปริมาณที่เราสั่งเยอะ ตรงนั้นแหละครับที่พวกผมมองว่าเป็นการลดต้นทุนที่สร้างกำไร”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “หลังจากที่เราหาร้านได้แล้ว ก็มาดูราคาครับ ร้านไหนราคาดี ก็จะเลือกทำการซื้อร้านนั้นเป็นร้านประจำ แต่ร้านอื่น ๆ ก็เก็บไว้นะครับเราเอาไว้เป็นทางเลือกลึก ๆ แล้วธุรกิจแบบเราก็พึ่งพาอาศัยกัน แต่เราอาจจะมีการต่อรองได้มากกว่า ถ้าเราขายดี เขาก็รายได้ดีตามไปด้วย บางเจ้าก็โตมาพร้อม ๆ เรานะ ส่วนถ้าหมูเกรดพรีเมี่ยมหมายถึง หมูดำ ตรงนี้มีร้านใหญ่เป็นเจ้าเดียวที่ส่งให้เราแทบจะทุกสาขาของเราเลยก็ว่าได้ ตรงนี้ก็ไม่มีประเด็นครับทั้งเรื่องราคาและความต้องการ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ ก็เน้นราคากับพื้นที่ที่อยู่ใกล้ ๆ และการส่งราคาได้ดีแค่ไหน โซนเราจะมีแค่ช่วงแรก ๆ เท่านั้นที่ทำการซื้อล็อตใหญ่ ๆ เช่น ร้านนี้เราทำสัญญาซื้อ 1,000 กิโลกรัม ในราคาเท่านี้นะ ร้านโอเคมั้ย จะไม่มีทำสัญญาราคายาว ๆ ครับ เพราะเรามีหลายเจ้าในมือ เผื่อราคามันลดลง เราจะรู้สึกว่าเสียกำไรจากตรงนี้ไป แต่ส่วนใหญ่ราคาหนีไม่ต่างกันมาก และเราก็ยังซื้อในลักษณะที่จำนวนเท่านี้ ๆ และรองรับหน้าร้านหน้าสาขาได้อยู่ครับ ราคาตามพื้นที่อาจจะมีแตกต่างจากราคาตลาดไปบ้าง เรารับได้ครับ เข้าใจในส่วนของพื้นที่ตรงนั้น เพราะยังไงเราซื้อในปริมาณที่มากประจำ ๆ ก็จะได้ราคาอีกแบบนึง และร้านส่งอื่น ๆ ในพื้นที่ เราก็เก็บเอาไว้เป็นสำรองครับ แต่ถ้าถามถึงไม้สุดท้ายเลย คือห้างแม็คโครครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ดูราคาก่อนครับว่าโอเคไหม ถ้าราคาที่เราโอเค ก็ดูว่าเขาพร้อมส่งให้เราไหม มันจะมีร้านที่พร้อมส่งก็ซื้อเป็นประจำครับ เราต้องควบคุมได้ด้วยยิ่งดี ส่วนร้านอื่น ๆ เขาอาจจะไม่สะดวกส่งหรือส่งไม่ได้ตามที่เราต้องการ ก็ยังเก็บไว้นะครับ เป็นทางเลือก หมายถึง เอาไว้หากร้านประจำติดปัญหาอะไร ก็จะติดต่อร้านสำรองครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “หลังจากที่หาได้แล้ว เราก็มาเลือกร้านที่เราจะซื้อโดยเลือกจากราคาครับ ราคามาก่อน คุณภาพมาดูกันที่หลัง เพราะของสดต่าง ๆ คุณภาพจะหนีกันไม่มาก และราคาที่เป็นส่วนต่าง ถ้าได้ราคาดีก็จะเป็นการเพิ่มกำไรให้เราได้ครับ ผักก็ไม่ค่อยมีประเด็นครับ มีหลายเจ้ามาก”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ก็ดูจากราคานะ พอหาได้เราก็จะมาเทียบราคา เจ้าไหนที่เอาวัตถุดิบมาให้ลองก็จะพิจารณาเป็นพิเศษ แต่สุดท้ายก็วัดกันที่ราคาครับ ส่วนของอื่น ๆ จากส่วนกลางที่เป็นพวกของทั่วไป เครื่องปรุง อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อันนั้นส่วนกลางจะหาเจ้าให้สั่งเยอะ ๆ เน้นปริมาณเพื่อให้ราคาถูกครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ราคาอับดับแรกครับ มาถึงขั้นนี้ก็วัดกันที่ราคา หลังจากที่เรามีเจ้าในพื้นที่อยู่ในรายการสั่งซื้อแล้ว ก็มาดู ๆ ราคาเทียบกัน ร้านนี้ราคาดีนะ ร้านนี้ราคาแพงกว่าหน่อยแต่พร้อมส่ง ต้องมาเทียบกันครับ หลัก ๆ จะดูราคาที่ดีที่สุด และพร้อมส่งด้วย ร้านนั้นแหละครับที่เราจะเลือก และเราจะหาร้านลักษณะนี้ไว้ 3 - 4 ร้านครับ เอาไว้เผื่ออนาคตที่เราคาดไม่ถึง เช่น วัตถุดิบขาด ต้องการด่วน เหล่านั้นเอาไว้ป้องกันครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ของสดในพื้นที่นะ อย่างแรกที่น่าสนใจคือราคาของสินค้านะครับ คุณภาพค่อยตามมาเท่าที่ดู ๆ มาคุณภาพของแต่ละร้านไม่ต่างกันเท่าไหร่ แต่เรื่องของราคาจะมีความต่างกันอยู่ บางร้านถ้าซื้อจำนวนเยอะก็จะให้ราคาที่ดีครับ สาขาจะดูของสดและจัดการเรื่องของราคาเองส่วนของอื่น ๆ หมายถึง พวกเครื่องดื่ม ของแช่สำเร็จรูป อันนั้นส่วนกลางสำนักงานใหญ่เป็นคนจัดหามาเองครับ เขาจะหาที่มันได้ปริมาณเยอะ ๆ ราคาต้นทุนต่ำที่สุด และจะเก็บที่ห้องแช่ใหญ่ที่กรุงเทพเลย อันนั้นเก็บเองจะคุ้มกว่าครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “ถ้าหาร้านของสดในพื้นที่ได้แล้ว ก็มาเทียบราคาร้านในพื้นที่ของสาขา และดูว่าร้านมีบริการยังไงบ้าง เราจะปักธงไว้ว่าถ้าได้ราคาดีพร้อมส่งด้วย ร้านนั้นเราจะเลือกเป็นอันดับแรก ๆ แต่เราก็จะหาร้านสำรองไว้ด้วยนะครับ กันผิดพลาด ป้องกันความเสี่ยง บางร้านได้ราคาดี แต่ส่งไม่ได้ตามที่เราต้องการก็เอาไว้เป็นรอง ทางที่ดีที่สุดเราจะพยายามหาร้านที่พร้อมส่งและราคาที่รับได้ครับ อย่างอื่น ๆ ที่ไม่ใช้ของสดและไม่จำเป็นต้องหาจากพื้นที่ ส่วนกลางจะดูแลครับ พวกน้ำ ของแช่ต่าง ๆ ที่สำเร็จรูป อันนั้นส่วนกลางดูครับ เราดูแลของสด ผัก ของทะเล ครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการจัดซื้อ “หลังจากที่เราได้หาร้านของสดตามพื้นที่ใกล้เคียงสาขาแล้ว เราก็จะเอาเรื่องของราคามาคุยกันครับ ว่าร้านไหนราคาดี ร้านไหนยืดหยุ่นได้ หมายถึง ราคาโอเคและพร้อมส่งด้วย ก็จะเลือกเจ้านั้นครับ และก็ดูร้านส่งขนาดเล็ก

ซึ่งมักจะมีอยู่ในพื้นที่แบบใกล้ ๆ เลย ไม่ใช่ในตลาดนัดนะ จะเป็นร้านส่งที่ส่งในละแวกนั้น ๆ เอาไว้เผื่อเป็นทางเลือกครับ และส่วนมากร้านเราจะมีเจ้าประจำอยู่ครับ เพราะเราสั่งจำนวนมากด้วย ราคาก็ได้ดีขึ้นอีกนิดหน่อยครับ”

4.1.3 กิจกรรมการรับและการเก็บรักษา

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ตรงกัน โดยหลังจากที่วัตถุดิบเข้ามายังสาขาต่าง ๆ แต่ละสาขาของผู้ถูกสัมภาษณ์แล้ว วัตถุดิบหลัก อาทิ หมูชนิดต่าง ๆ อาหารทะเลต่าง ๆ ผักต่าง ๆ รวมไปถึงพวกลูกชิ้น จะถูกนำเข้าตู้แช่ที่ความคุมอุณหภูมิ ซึ่งวัตถุดิบแต่ละประเภทจะมีการควบคุมอุณหภูมิที่แตกต่างกัน อย่างวัตถุดิบประเภทหมูต่าง ๆ จะต้องใช้ตู้แช่ที่มีการเก็บรักษาอุณหภูมิที่ต่ำติดลบประมาณ -10 องศาเซลเซียส ส่วนอย่างอื่น ๆ จะเก็บรักษาอุณหภูมิอยู่ที่ 0 - 1 องศาเซลเซียส ในส่วนของน้ำซุปและน้ำจิ้ม จะเก็บอยู่บนชั้นวางในอุณหภูมิของห้องได้ปกติ

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “หลังจากที่ร้านมาส่งก็จะดูคุณภาพสินค้าว่าโอเคไหม ดูตรงไหนที่ผิดแปลกไปหรือไม่ และจำนวนมาครบไหม อย่างของสด ของแช่ เราก็เก็บไว้ในตู้แช่ครับ ก็มีตู้แช่หมู ตู้แช่ผัก ตู้แช่ของสำเร็จรูป แต่ละชนิดก็จะควบคุมอุณหภูมิแตกต่างกันออกไป ส่วนบนชั้นวางข้างนอกจะเก็บเป็นพวก น้ำจิ้ม น้ำซุป เครื่องปรุงต่าง ๆ เครื่องดื่ม”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “ของสดก็เก็บในห้องแช่ครับ ห้องแช่ที่คนเข้าไปได้นะ โซนสาขาที่ผมดูแลดูแล้วใช้เป็นห้องแช่จะคุ้มกว่าครับ แต่ไม่ใหญ่มาก ส่วนผักก็มีตู้แช่สำหรับผักครับ และของอื่น ๆ น้ำซุป น้ำจิ้ม น้ำดื่ม ก็มีเก็บไว้อีกห้องที่เป็นห้องปกติครับ ส่วนตอนรับเราก็นับตามจำนวนที่สั่งไป ไม่ค่อยจะมีปัญหาอะไรครับ อาจจะมีบ้างนิด ๆ หน่อย ๆ ที่รายการตกหล่นไป แต่ก็ยังไม่มีผลกระทบต่างสาขาครับ”

ผู้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “หลังจากที่เราสั่งออเดอร์ของไป พอทางร้านมาส่งเราก็จะนับจำนวนว่าครบไหม มีอะไรตกหล่นไปไหม และของสดเราจะแยกเก็บในตู้แช่ตามประเภทต่าง ๆ ตู้แช่หมู ตู้แช่ผัก ส่วนอื่น ๆ เก็บไว้ตามชั้นที่เราจัดไว้ครับ น้ำซอส น้ำดื่ม ผงปรุงรสต่าง ๆ พวกนั้นอยู่ในห้องได้ตามปกติครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “พอของสดต่าง ๆ มาถึงที่ร้าน เราก็จะดูว่าตรงกันกับที่เราสั่งไปไหม เช็คให้ชัวร์ทุกชนิด เพราะถ้าพลาดแล้วพลาดเลยครับ ไปเรียกร้องทีหลังไม่ได้ เสร็จแล้วก็ดูภาพรวมว่าวัตถุดิบมีปัญหาอะไรไหม คุณภาพลักษณะโอเคไหม ถ้าโอเคก็ไปเก็บในตู้แช่ครับ ตามของแต่ละตู้เลย เพราะจะมีแบ่งจากอะไรต้องไปแช่ตู้ไหน ส่วนของที่มาจากส่วนกลางไม่ค่อยจะมีปัญหาอะไรครับ เพราะทางนั้นก็ค่อนข้างชัวร์ ถ้าตกหล่นก็มันนิด ๆ หน่อย ๆ ส่วนใหญ่น้อยมากที่จะพลาด ของจากส่วนกลางเก็บไว้ห้องปกติได้ครับ บนชั้นตามที่กำหนด ส่วนใหญ่จะหมุนเวียนตลอดครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “การรับเข้าวัตถุดิบ ก่อนอื่นเราจะเช็คจำนวน และคุณภาพที่ตอนมาส่งให้เรียบร้อยครับ สำคัญคือที่สั่งไป

พยายามห้ามขาด รวมถึงตอนเช็คด้วย แล้วจึงค่อยเอาไปแช่ แยกแช่ตามประเภทครับ หมู ผัก อาหารทะเล ส่วนของที่มาจากส่วนกลางก็เช็คเหมือนกันครับ และก็นำไปวางที่ชั้นวางของในห้องปกติได้เลย แต่จัดแยกแต่ละอย่างให้เป็นระเบียบง่ายต่อการหยิบใช้ครับ และความสะอาดด้วยเพราะเป็นของกิน”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “วัตถุดิบที่มาถึงที่ร้านทุกชนิด ต้องเช็คให้เรียบร้อยก่อนลงรับครับ ตรงตามจำนวนและถูกต้องไหม ของหรือวัตถุดิบมีอะไรเสียหายไหม ก่อนที่จะแยกไปเก็บตามส่วนต่าง ๆ ถ้าของสดก็ไปตู้แช่เย็น ถ้าของทั่วไป พวกน้ำซุป น้ำจิ้ม น้ำดื่ม ก็ไว้ในห้องเก็บได้ปกติครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “ตรวจสอบความถูกต้องตามของชนิดต่าง ๆ ครับ ก่อนที่จะลงรับต้องดูในครบถ้วนของแต่ละอย่างถูกต้องสมบูรณ์ทุกอย่าง หลังจากนั้นค่อยเอาไปเก็บหลังร้านของเรา ในห้องเก็บของประเภทต่าง ๆ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “ของต่าง ๆ ที่สั่งไป พอมาถึงสาขาของเรา ก็จะให้พนักงานตรวจเช็คความถูกต้องเรียบร้อย ของสินค้าต่าง ๆ ก่อน ดูเสร็จแล้วค่อยรับของเอาไปไว้ในสาขาครับ ก็จะแยกประเภทไปตามของที่มา ของสด ผัก ของทะเล ของแช่แข็ง ก็จะแยกไปตู้แช่ เครื่องดื่ม เครื่องปรุง น้ำซุป หรืออะไรที่มาจากส่วนกลางก็เก็บไว้ให้ห้องปกติครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “ก็ของสด หมูที่สั่งในพื้นที่ก่อนจะรับ ก็เน้นเช็คของให้ครบครับ เช็คชนิดที่สั่งไป มาตรงกันไหม ถูกต้องไหม คุณภาพผ่านไหม ตรงนี้ทางสาขาจะเป็นคนตรวจเอง ถ้าไม่ติดประเด็นอะไรก็รับเข้ามาไว้ที่คลังร้าน ของสดไปตู้แช่ควบคุมอุณหภูมิต่าง ๆ ของทั่วไปก็ไว้ในห้องปกติได้ครับ ของก็หมุนเวียนตลอด ก็จะพยายามไม่สั่งมาเผื่อเยอะครับ เพราะเราเช็คกันทุกคืนอยู่แล้วว่าขาดเหลืออะไรบ้าง”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมการรับและการเก็บรักษา “แยกเป็นของสดในพื้นที่กับของที่มาจากส่วนกลางนะครับ จะใช้วิธีการรับเหมือนกันคือ ตรวจความเรียบร้อย จำนวนความถูกต้องของรายการที่สั่งไป ถ้าครบถูกต้อง ของสดก็จะแยกไปเก็บรักษาไว้ที่ตู้แช่เย็น ของที่มาจากส่วนกลางก็จะเก็บไว้ข้างนอกในห้องปกติได้ครับ บนชั้นและจุดที่กำหนดให้วางครับ”

4.1.4 กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ตรงกันว่า วัตถุดิบทุกอย่างที่อยู่ในร้านจะต้องใช้วิธีการเก็บรักษาและใช้งานตามหลัก FIFO (First In First Out) ค่อยเช็ควันที่วัตถุดิบต่าง ๆ ให้อยู่ในรอบของช่วงคุณภาพของวัตถุดิบ

ผู้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องกิจกรรมวัตถุดิบคงคลัง “เราจะใช้หลักการเดียวกันคือ มาก่อนไปก่อน มาหลังไปหลัง หลัก FIFO (First In First Out) เรียงของให้สะดวกต่อการหยิบใช้ด้วย”

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระบบการจัดการโลจิสติกส์

4.2.1 ด้านการจัดการการกระจายสินค้า

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ตรงกันว่า การจัดส่งและการกระจายสินค้าเป็นส่วนที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ต้องควบคุมได้จากผู้ขายวัตถุดิบ ต้องตกลงและคุยกันให้เข้าใจถึงบริบทของธุรกิจและเป็นตัวตัดสินการสั่งซื้อจากตัวผู้ขายได้เลยว่าจะทำ การซื้อ-ขายได้หรือไม่ เพราะในส่วนของธุรกิจบริษัทมีหลายสาขากว่า 40 สาขา ซึ่งสาขาโซนของผู้ถูกสัมภาษณ์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลก็จะดูว่าผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตามที่ต้องการได้หรือไม่ สามารถไปส่งสาขานึงไปยังสาขานึงต่อเนื่องต่อรอบ ต่อวัน ได้เพียงพอหรือไม่ ถ้าสามารถทำได้ตามที่ต้องการก็จะตกลงซื้อในระยะยาว

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์บางคนที่อยู่โซนต่างจังหวัดก็จะสอบถามถึงแหล่งวัตถุดิบที่อื่น ๆ จากผู้ขายเผื่อว่ามีเครือข่ายของผู้ขายที่สามารถมาส่งวัตถุดิบได้

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “สินค้าพวกของสดทางร้านในพื้นที่ก็มาส่งประจำอยู่แล้วครับ โดยโซนของผมก็จะสั่ง 2 วัน ต่อครั้ง ก็จะเช็คจำนวนที่ต้องการและค่อยสั่งไป ส่วนของที่มาจากสำนักงานใหญ่ โซนสาขาผมเขาจะวิ่งได้แทบทุกวันนะครับ แต่ถ้าจะวันประจำก็จะวันจันทร์ วันพุธ ครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ของสดของแช่ ผัก ก็ดูกันวันต่อวันเลยครับ ร้านส่งให้ได้ตลอด ซึ่งไม่มีประเด็นอะไรมากครับ ส่วนของที่มาจากทางส่วนกลาง สาขาโซนผมจะมาเป็นรายสัปดาห์ครับ ก็จะเป็นวันอังคารนะที่มาประจำ สั่งมาส่งทีก็สั่งมาเยอะเลย เพราะผมก็เก็บไว้ได้เยอะ เอาไว้ไปตามสาขาต่าง ๆ ในพื้นที่ด้วย”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “โซนผมเขาวิ่งส่งของได้ครับ ทางร้านก็มาส่งถึงร้านไม่มีปัญหาในส่วนนี้ เหมือนเราซื้อของเขา เขาส่งให้ด้วยครับ ส่วนของที่มาจากส่วนกลาง โซนผมมาส่ง 2 อาทิตย์ต่อครั้ง ด้วยโซนผมคนจะไม่หนาแน่นเท่าในกรุงเทพ แต่ก็มีเยอะอยู่ และคลังที่เก็บของก็เพียงพอ เก็บของได้เป็นอาทิตย์ ๆ ด้วยครับ เลยส่ง 2 อาทิตย์ต่อครั้งครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ของสดที่มาจากในพื้นที่ ตรงนี้ร้านจะวิ่งส่งให้ครับ และส่งให้ได้ตามที่เราต้องการ ส่งเป็นรอบ ๆ แต่ของจากส่วนกลาง ก็จะส่งประจำทุกวันจันทร์เป็นหลักครับ และก็ถ้าหากจะเพิ่มรอบก็แจ้งผ่านส่วนกลางครับในกรณีช่วงเทศกาลซึ่งส่วนกลางคอยสนับสนุนตรงนี้ได้ครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ก็ของสดเราจะตกลงกับทางร้านไว้ตั้งแต่แรกเลยครับว่าให้ทางร้านเป็นคนส่งด้วยนะ ทั้งหมู ผัก รวมไปถึงอาหารทะเล แต่มีบ้างที่เราวิ่งเองก็จะเป็นในกรณีผิดพลาดจากเรา ตรวจนับสต๊อกผิดแล้วไม่ได้สั่ง ในวันนั้นร้านวิ่งไปแล้ว และมาวิ่งไม่ทัน ก็อาศัยเจ้ารองที่เราหาไว้ เขาอาจจะวิ่งให้ หรือเราอาจจะต้องวิ่งเองไม่ก็จ้างครับ ซาเล้ง เป็นต้น ส่วนของที่มาจากส่วนกลาง ส่วนกลางก็จะมีคนที่วิ่งส่งประจำอยู่ครับ

ของสาขาโซนผมก็จะวิ่งประจำทุกวันอังคารนะครับ วิ่งเป็นสัปดาห์ ตรงนี้เนื่องด้วยสาขาเราก็ไกลพอตัวเหมือนกัน ฉะนั้นเวลาจะสั่งของจากส่วนกลางก็จะพยายามเน้นชัวร์ก่อนครับ ก็ถ้าไม่มีอะไรก็จะวิ่งทุก ๆ สัปดาห์ 1 - 2 ครั้งครับ”

สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ของที่เราสั่งในพื้นที่ ที่เป็นของสด ก็ให้ร้านส่งของให้เราด้วยเลยครับ ทางเราจะไม่ต้องเป็นกังวลตรงนี้เลย เราคอยรับและเช็คอย่างเดียว เช่นเดียวกันกับของที่มาจากส่วนกลางครับ ส่วนกลางก็จะมีคนคอยวิ่งส่งของให้ เราไม่ต้องวิ่งเองเลย เราแค่สั่งของให้สามารถอยู่ได้ในสัปดาห์นั้น ๆ แต่ก็วิ่งสัปดาห์ 2 ครั้งนี้ครับ เพราะเราก็ลูกค้าหมุนเวียนประจำ ของก็ไม่ได้อยากเอามาอัดไว้เยอะ ๆ เป็นอาทิตย์ ก็พยายามดูให้เหมาะสมครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ตรงนี้เราพยายามจะยังไม่รับมาเป็นเงื่อนไขนะครับ เราซื้อของในพื้นที่อยู่แล้ว ก็ให้ร้านในพื้นที่ส่งด้วยเลยซึ่งเขาก็พร้อมส่งด้วย จะมีแค่ของที่มาจากสำนักงานใหญ่ อันนั้นเราก็เช็คของให้ดี ๆ เพราะของเราจะมา 2 สัปดาห์ต่อครั้ง เพราะสาขาเราอยู่ค่อนข้างไกล อีกอย่างตรงโซนนี้ยังไม่เท่าในกรุงเทพครับ สั่งของก็ให้อยู่ได้เป็นอาทิตย์ ๆ เลย พื้นที่เราก็มีพอที่จะรองรับของได้ครับ ตอนนี้พึ่งขยับมาเปิด ถ้าอนาคตมีแนวโน้มจะขยายสาขา และจำเป็นต้องเพิ่มรอบจากส่วนกลาง ก็ค่อยปรับแผนครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ให้ร้านส่งครับ ง่าย ๆ ไม่ต้องคิดอะไรมาก ยังไม่ต้องแบกรับภาระในส่วนนี้ ธุรกิจที่เราทำยังไม่ถึงขั้นต้องควบคุมเองทั้งระบบ อีกอย่างของหาจากในพื้นที่ด้วยครับ เลยยังไม่ต้องมีสต๊อกที่ต้องไปผ่านหรือมาจากส่วนกลางครับ ส่วนกลางจะดูแค่ของสำเร็จรูป หมายถึง น้ำซุป น้ำจิ้มที่ทางบริษัทสั่งผลิตเอง อันนั้นถึงค่อย ๆ วิ่งส่งครับ เพราะของเหล่านั้นส่วนกลางจะต้องติดต่อกับทางโรงงานเอง ของเราดูของสดที่อยู่ในพื้นที่ และร้านก็วิ่งส่งได้ครับ และเรามีร้านสำรองอยู่แล้วด้วย ลดความเสี่ยงไปได้อีกทางครับ ส่วนของที่เราสั่งจากส่วนกลางก็จะมาส่ง 2 อาทิตย์ครั้งครับ ก็ตรงนี้เราจะเช็คแล้วก็สั่งไปที่ส่วนกลาง เขาก็จะมาส่งตามรอบให้ครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ของสดเราสั่งในพื้นที่ ในพื้นที่สามารถส่งให้เราได้ด้วยครับ สั่งวันต่อวัน เขาก็ส่งให้ได้วันต่อวัน ส่วนของที่มาจากสำนักงานใหญ่ ของเราก็จะวิ่งประจำทุกวันจันทร์ และวันพุธนะครับ โซนเราติดกับมหาวิทยาลัยและใกล้กรุงเทพ เลยวิ่งได้ถี่หน่อย อีกอย่างของก็หมุนเวียนตลอดครับ”

ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านการจัดการการกระจายสินค้า “ถ้าเป็นของพวก เนื้อสัตว์ ผัก ของทะเล เป็นของที่สั่งจากพื้นที่อยู่แล้ว ก็จะให้พื้นที่ร้านวิ่งส่งครับ ส่วนของสำเร็จรูป น้ำซุป น้ำจิ้ม น้ำชงพร้อมดื่ม น้ำดื่ม ส่วนกลางจะเป็นคนจัดส่งให้ทางสาขาครับ เพียงแต่เราจะต้องทำแพลนให้เขาวิ่งมาส่งตามของที่สั่งไป แต่ก็จะมีวันที่ส่งประจำ ๆ อยู่ครับ”

4.2.2 ด้านการจัดการสารสนเทศ

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ตรงกัน โดยสารสนเทศที่ใช้ในการประสานงานตั้งแต่ติดต่อผู้ขาย ทำการซื้อขาย ตรวจสอบสต๊อกวัตถุดิบ การประสานงานการส่งกระจายวัตถุดิบ ทั้งหมดติดต่อกันโดยใช้โทรศัพท์มือถือ และ แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) เพราะเป็นการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว เช็คได้ง่าย ได้ทุกที่ ผู้จัดการสาขาแต่ละที่สามารถใช้งานในการรับส่งข้อมูลต่าง ๆ ได้ แต่ในอนาคตก็ยังมีความต้องการที่จะได้ระบบที่เป็นทางการมาใช้ธุรกิจ เพื่อเพิ่มความแม่นยำ และป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจได้ อาทิ จำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการออกของวัตถุดิบ จำนวนวัตถุดิบที่อยู่ในสต๊อก รวมไปถึงการทุจริตที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งในขณะนี้อยู่ในแผนของธุรกิจ แต่ ณ ปัจจุบัน การใช้แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ยังสามารถใช้งานได้สะดวก และแทบจะไม่มีต้นทุน ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้และยังไม่เจอจุดที่เป็นปัญหาที่เป็นช่องว่างแบบกว้างๆ และมีการใช้โปรแกรมการเก็บเงินด้วยเครื่องเก็บเงินที่สามารถเชื่อมต่อเข้ามือถือเพื่อที่จะเช็คจำนวนการใช้งานต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันได้

ผู้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน กล่าวเหมือนกันในประเด็นเรื่องด้านด้านการจัดการสารสนเทศ “ตอนนี้ใช้ไลน์ (LINE) ในการสั่งของรวมไปถึงการสั่งสินค้า เพราะสะดวกสุดครับ รวดเร็ว และยังไม่เจอปัญหาใหญ่ ๆ ติดต่อกับทางสาขาได้ง่ายด้วย เช็คข้อมูลได้เลยครับ ทางร้านก็เข้าใจได้ง่าย และข้อมูลการสั่งก็เก็บเป็นอัลบั้มได้ แต่อนาคตก็มองไปถึงโปรแกรมที่รองรับที่เป็นทางการในระบบบริษัทนะครับ”

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการการศึกษาเรื่องกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด เป็นการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมด้านโลจิสติกส์กับระบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด โดยสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพส่วนกิจกรรมโลจิสติกส์

5.1.1 กิจกรรมการจัดหา

วัตถุดิบประเภทของสด อาทิ หมูชนิดต่าง ๆ อาหารทะเล ผัก ลูกชิ้น ที่จะต้องใช้ตู้แช่หรือการเก็บรักษาโดยการควบคุมอุณหภูมิทั้งหมดจะมีผู้ขายมาเสนอขายและทำการซื้อ - ขายกันในระยะยาว ทางผู้ซื้อทำการดูในเรื่องของราคาที่ต้นทุนที่ดีที่สุด และดูคุณภาพให้อยู่ในมาตรฐานที่ทางบริษัทกำหนดไว้ ส่วนของอื่น ๆ เช่น น้ำจิ้ม น้ำซุป เครื่องดื่มต่าง ๆ รวมไปถึงของที่แช่เล็ก ๆ น้อย ๆ ปริมาณไม่เยอะมากที่ทำการเก็บสต๊อกไว้ที่สำนักงานใหญ่

5.1.2 กิจกรรมการจัดซื้อ

วัตถุดิบที่ผ่านมาตรฐานตามขั้นตอนของทางบริษัท จะทำการซื้อ - ขายกันในระยะยาวโดยการจัดซื้อจะสั่งซื้อกันเป็นรอบ ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ที่จะสั่งซื้อจะเป็นวัตถุดิบประเภทของสด อาทิ หมูชนิดต่าง ๆ อาหารทะเล ผัก ลูกชิ้น โดยคลังวัตถุดิบที่สำนักงานใหญ่จะไม่มีสต๊อกประเภทหมู (Zero Stock) นอกเหนือจากนี้ก็จะหาแหล่งวัตถุดิบสดใกล้เคียงพื้นที่เพื่อสำรองในกรณีที่วัตถุดิบขาดสต๊อก ณ ขณะนั้น

5.1.3 กิจกรรมการรับและการเก็บรักษา

การรับและการเก็บรักษาวัตถุดิบที่เป็นของสดชนิดต่าง ๆ หลังจากที่เข้ามายังสาขาจะเก็บรักษาโดยตู้แช่ควบคุมอุณหภูมิตามชนิดต่าง ๆ และส่วนที่เป็นประเภท น้ำซุป น้ำจิ้ม เครื่องดื่มต่าง ๆ จะเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิห้องบนชั้นวางแต่ละประเภท

5.1.4 กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง

การจัดการวัตถุดิบคงคลังต่าง ๆ จะถูกนำมาใช้โดยหลักการ FIFO (First In First Out) ในทุก ๆ สาขา และจะให้หลักการนี้เหมือนกันทั้งหมด

5.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพส่วนด้านระบบการจัดการโลจิสติกส์

5.2.1 ด้านการจัดการการกระจายสินค้า

การกระจายวัตถุดิบประเภทของสดต่าง ๆ จะสามารถควบคุมการกระจายได้จากผู้ซื้อทั้งหมด ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญมาก ๆ หากผู้ขายไม่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อตกลงก็จะถูกพิจารณาตามเหตุการณ์ ซึ่งจะสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดหากับกิจกรรมการจัดซื้อเป็นอย่างมาก ถึงเป็นส่วนที่สำคัญของหน้างานบริษัท

5.2.2 ด้านการจัดการสารสนเทศ

การจัดการสารสนเทศของบริษัทที่ใช้การสื่อสารจะใช้เป็นแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการจัดหา กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการรับและการเก็บรักษา กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง การส่งข้อมูลวัตถุดิบจากร้านประจำวันทั้งหมดจะใช้การส่งและบันทึกข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทุก ๆ กิจกรรมของโลจิสติกส์ เหมือนเป็นตัวส่งผ่านข้อมูลภายในของแต่ละสาขา ทำให้ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ลดต้นทุนในส่วนนี้ได้อย่างมาก

5.3 อภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทอาหารประเภทบุฟเฟต์ชาบู เป็นร้านอาหารที่ต้องมีจำนวนวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ต้องการและหมุนเวียนภายในสาขาต่าง ๆ มากในแต่ละวันเพราะตอบสนองผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลาย ความคุ้มค่า และความประทับใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ การศึกษาในครั้งนี้ถือว่าเป็นการศึกษาที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อบริษัท ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง ดังนั้นนอกเหนือจากคุณภาพด้านการบริการ ด้านอาหาร ด้านราคา กิจกรรมและด้านระบบโลจิสติกส์ต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท ธุรกิจที่มีกิจกรรมและระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีจะช่วยทำให้ธุรกิจพัฒนาอย่างมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการต่อผู้ที่มารับบริการและสร้างความภักดีต่อแบรนด์อีกด้วย ซึ่งสามารถอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ผลการศึกษาการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์พบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านกิจกรรมการจัดหากับกิจกรรมการจัดซื้อมีความสัมพันธ์กับระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการกระจายสินค้า กิจกรรมโลจิสติกส์ด้านกิจกรรมการรับและการเก็บรักษากับกิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลังมีความสัมพันธ์กับระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการบริหารการจัดการสินค้าคงคลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท บูรพา (2554) ทำการศึกษาการพัฒนาโลจิสติกส์ค้าพืชไร่ของโพธิ์ศรีการเกษตร ว่า

การจัดหาวัตถุดิบของโลจิสติกส์ธุรกิจค้าพืชไร่ที่ส่วนใหญ่ได้วัตถุดิบจากผู้จัดส่งวัตถุดิบที่ค้าขายกันมานานและมีความน่าเชื่อถือได้ กล่าวคือ ผู้จัดส่งวัตถุดิบสามารถจัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ ซึ่งแหล่งวัตถุดิบสำคัญของธุรกิจค้าพืชไร่เกือบทั้งหมดได้จากภายในพื้นที่จังหวัดตากที่มีปริมาณผลผลิตเป็นจำนวนมาก จึงข้อได้เปรียบด้านแหล่งวัตถุดิบ เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกอยู่ภายในท้องถิ่น ซึ่งอยู่ใกล้กับกิจการหรือโกดังจัดเก็บที่ทำให้เกิดความสะดวกด้านการจัดซื้อและขนส่ง โดยวิธีการจัดหาหลักคือ การจัดหาผ่านผู้จัดส่งวัตถุดิบ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและสนับสนุนเงินลงทุนในด้านปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการรวบรวมวัตถุดิบจากเกษตรกรรายย่อยให้ได้ปริมาณที่มากพอที่จะส่งให้กับทางธุรกิจค้าพืชไร่

5.3.2 ผลการศึกษากิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อระบบการจัดการโลจิสติกส์ พบว่า ระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้านการจัดการสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการจัดหา การจัดซื้อ การรับเข้าและการเก็บรักษา และการจัดการวัตถุดิบคงคลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุญญภณ เทพประสิทธิ์ (2558) ที่ว่าประเด็นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพราะเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สม่ำเสมอและทันต่อเหตุการณ์ (Real Time) เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพร้อมใช้งานตลอดเวลา และมีความเพียงพอต่อความต้องการใช้งาน ตลอดจนมีทรัพยากรที่มีความสอดคล้องต่อการดำเนินงานหลักขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศกับความยั่งยืนของการบริหารจัดการทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ต้องสามารถขยายศักยภาพและตอบสนองโจทย์ดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่รวดเร็ว

5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษากิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ผู้บริหารของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด ควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมกับกิจกรรมการจัดการเก็บรักษาและการจัดการสินค้าคงคลังเพราะบริษัทประกอบธุรกิจประเภทร้านอาหาร เป็นแบบบุฟเฟ่ต์ชาบู วัตถุดิบส่วนใหญ่จะเป็นของสดและมีระยะเวลาคงคุณภาพ ดังนั้นหากละเลยการควบคุมคุณภาพของตัววัตถุดิบซึ่งอาจจะเกิดจากพนักงานที่มองข้าม ไม่มีการกำชับ และการปฏิบัติที่ถูกต้อง จะทำให้เกิดความเสียหายของธุรกิจได้

ผู้บริหารของ บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด นอกเหนือจากการใช้ไลน์ (LINE) เป็นช่องทางในการสื่อสาร ควรให้ความสำคัญและพิจารณาเรื่องสารสนเทศอื่น ๆ ในการเข้ามาจัดการกับกิจกรรมและระบบต่าง ๆ ของโลจิสติกส์ เพราะในส่วนของระบบสารสนเทศ มีความสอดคล้องอย่างมากตั้งแต่กิจกรรมการจัดหา กิจกรรมการจัดซื้อ กิจกรรมการรับและการเก็บรักษา และกิจกรรมการจัดการสินค้า

คงคลัง มีสารสนเทศที่สามารถควบคุมกิจกรรมข้างต้นที่กล่าวมาได้ ถึงแม้ว่าจะส่งผลถึงเรื่องต้นทุนของบริษัท แต่จะช่วยป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นและส่งผลโดยตรงต่อบริษัทได้มากอีกด้วย

5.5 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต

จากการวิจัยและทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษากิจกรรมและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของบริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป เท่านั้น หลังจากที่ทำการศึกษาก็พบว่าอาจจะมีตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์ในธุรกิจ อาจจะต้องหาประเภทธุรกิจเดียวกัน หรือในระดับใกล้เคียงกัน เพื่อหาส่วนที่แตกต่างของการจัดการโลจิสติกส์และการดำเนินธุรกิจ อาทิ MK หรือธุรกิจอาหารประเภทชาบูบุฟเฟต์ และในส่วนของการปฏิบัติตามมาตรฐานดำเนินงาน (Work Instruction) ของพนักงานที่อาจจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม อีกทั้งในส่วนของด้านระบบการจัดการสารสนเทศมีบทบาทอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ ยิ่งในยุคที่การสื่อสารและเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในทุก ๆ เรื่อง ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการโลจิสติกส์ของคู่แข่ง การจัดการโลจิสติกส์ด้านการทำงานของพนักงาน และความสัมพันธ์ด้านสารสนเทศในส่วนของ Delivery การเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อผ่านออนไลน์ อาทิ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการจัดส่งอาหารจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค การจัดเป็นเซ็ตหรือการจัดเป็นแบบสั่งกลับบ้าน รวมไปถึงการมองในส่วนของต้นน้ำที่สำคัญ วัตถุดิบบางอย่างที่ควรมีฝ่ายหรือแผนกบริหารที่ไม่ต้องผ่านคนกลางเพื่อลดหรือควบคุมต้นทุนให้ต่ำที่สุดเพื่อเพิ่มกำไรให้กับบริษัทหรือองค์กรเพิ่มเติมอีกด้วย

บรรณานุกรม

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ. (2544). **การจัดการโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิวอินเตอร์เนชั่น.

ชมพูนุท บูรพา. (2554). **การพัฒนาโลจิสติกส์ธุรกิจค้าพืชไร่ของศรีโพธิ์การเกษตร**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ไชยยศ ไชยมั่นคง และ มยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง. (2553). **กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก**. นนทบุรี: บริษัท วิชั่น พรีเพรส จำกัด.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2551). **การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**. กรุงเทพฯ : เอ็กซเปอร์เน็ท.

ปุญญภณ เทพประสิทธิ์ (2558). **ตัวแบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

พชรรร เศรษฐยานนท์. (2554). **การจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

วิทยา สุหฤทดำรง. (2545). **การจัดการโซ่อุปทาน**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดุเคชั่น อินโดไชน่า.

สลิลาทิพย์ ทิพยไกรศร. (2553). **โลจิสติกส์กับการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย**. สืบค้นจาก https://www.bu.ac.th/ knowledgecenter/ executive _journal /30_2/pdf/aw35.pdf

สาธิต พะเนียงทอง. (2548). **การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุพัตรา เอื้อเสริมกิจกุล. (2549). **กรณีศึกษาการประเมินแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูก**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

เอกลักษณ์ กู้เกียรติวงศ์. (2552). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมน้ำมันพืช**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่องการศึกษาความสัมพันธ์กิจกรรมและพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์

กรณีศึกษา บริษัท บู๊ตึ๊ง กรุ๊ป จำกัด

ในการศึกษาครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และประมวลผลแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

<u>แบบสัมภาษณ์</u>

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และสถานที่ตั้งสาขาของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2: ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์รวมถึงปัญหาและอุปสรรค

1. กิจกรรมการจัดหา
2. กิจกรรมการจัดซื้อ
3. กิจกรรมการรับและการจัดเก็บวัตถุดิบ
4. กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบคงคลัง

ส่วนที่ 3: ความสัมพันธ์ของระบบการจัดการโลจิสติกส์รวมถึงปัญหาและอุปสรรค

1. การจัดการด้านการกระจายสินค้า
2. การจัดการสารสนเทศ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายตรีโรจ สีขาว
วัน เดือน ปีเกิด	21 กันยายน 2536
ที่อยู่	49/1 หมู่ 2 หมู่บ้านปั้นทองนิเวศน์ ซอย 1 ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
ประสบการณ์การทำงาน	พนักงานมวลชนสัมพันธ์และบริหารงานทั่วไป ศูนย์ปฏิบัติการระบบท่อเขต 9 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2559 ถึงปัจจุบัน
เบอร์โทรศัพท์	08-0999-0852
อีเมล	trirot.s@hotmail.com

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เกิดจากการค้นคว้าและวิจัย ขณะที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้นงานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และข้อความต่าง ๆ ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่มีการคัดลอกหรือนำงานวิจัยของผู้อื่นมานำเสนอในชื่อของข้าพเจ้า

This independent study consists of research materials conducted at Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi and hence the copyright owner. I hereby certify that the independent study does not contain any forms of plagiarism.

.....

(นายตรีโรจ สีขาว)

COPYRIGHT © 2020
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI

ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2563
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี