

วิวัฒนาการของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

Evolution of Logistics Management and Supply Chain

ยงยุทธ ชัยรัตนวรรณ^{1*}
Yongyoot Chairatanawan^{1*}



บทคัดย่อ

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และเป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศ เพราะโลจิสติกส์และโซ่อุปทานถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ โดยหน้าที่หลักของการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูล จากจุดกำเนิดไปยังจุดหมายปลายทาง โดยบูรณาการร่วมกับโซ่อุปทาน ที่มีกระบวนการรวบรวม การวางแผน และการจัดการของกิจกรรมทั้งหมด ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขายปัจจัยผลิต โดยเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเป็นห่วงโซ่ หรือเครือข่าย เพื่อให้เกิดการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้การดำเนินงานมีต้นทุนที่ต่ำและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งหากมีการนำวิวัฒนาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ก็จะไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนได้

คำสำคัญ: วิวัฒนาการ, การจัดการโลจิสติกส์, โซ่อุปทาน



Abstract

Logistics and Supply Chain Management aimed to enhance competitiveness in business and supported capability in international trade and investment as Logistics and Supply Chain shall be considered as the core cost in operations of Agricultural, Industrial, and Service industry sectors. Main function of Logistics and Supply Chain can be defined as Transferring

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹ Faculty of Management Science, Chiangrai Rajabhat University

* Corresponding author. E-mail: ychairaty@gmail.com

of goods, service and Information from origin to destination. With integration of Supply Chain, the system shall comprised of collection, planning and management scheme between producers and buyers of production resources integrated with all processes in business operation through network and supply chain for lowering costs and increasing effectiveness. With effective implementation of Logistics and collaboration with all stakeholders, the goal of strengthening competitiveness for sustainable development shall be easily accomplished.

Keywords: Evolutions, Logistics, Supply Chain



ความเป็นมาและสภาพการณ์

แนวความคิดการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานได้เริ่มถูกกล่าวถึงและเผยแพร่ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายตั้งแต่ ค.ศ.1980 จนถึงปัจจุบัน (Deepne, 2007: 38) ในช่วงแรกของทศวรรษ ค.ศ.1960-1970 ผู้บริหารในองค์การธุรกิจยังเข้าใจว่า โลจิสติกส์เป็นเพียงกิจกรรมในระดับปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารคลังสินค้าและการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าไปยังลูกค้าเท่านั้น ต่อมาในยุคที่สอง คือ ช่วงทศวรรษระหว่าง ค.ศ.1970-1980 ได้มีการนำแนวคิดเรื่องการจัดการต้นทุนรวม (Total Cost Management) มาใช้ในการจัดการโลจิสติกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการควบคุมต้นทุนโลจิสติกส์และสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในเวลาเดียวกัน ในยุคที่สาม คือช่วงทศวรรษระหว่าง ค.ศ.1980-1990 แนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์ มุ่งเน้นพัฒนาการจัดการในเชิงบูรณาการ (Integration) กับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรสูงสุดให้กับองค์การ และในยุคที่สี่ คือช่วงทศวรรษระหว่าง ค.ศ.1990-ปัจจุบัน การจัดการโลจิสติกส์ได้ขยายขอบเขตสู่การประสานงานระหว่างองค์การต่างๆ ที่อยู่ในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งส่วนหนึ่งที่เป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (รุธิร์ พนมยงค์, 2550: 4-5) อีกทั้งการค้าของโลกมีการค้าเสรีมากขึ้นส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้นมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจในรูปแบบต่างๆ มากมาย

จากการศึกษา พบว่า ประเทศไทยยังมีสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการส่งออก เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการลดต้นทุนและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้าและบริการ เมื่อมีการส่งมอบให้แก่ลูกค้าเพื่อบริโภคได้ตรงตามเวลา และสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ ทำให้การจัดการโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความได้เปรียบในการแข่งขัน (รุธิร์ พนมยงค์, 2550: 3)

เนื่องจากประเทศไทยเอง มีคู่แข่งจากประเทศเพื่อนบ้านที่เกิดจากการรวมกลุ่มในอนุภาคและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการในประเทศไทยเอง ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจะต้องมีการปรับตัวเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและการผลิต ซึ่งวิวัฒนาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ (ดวงพรรณ ศฤงคารินทร์ และคณะ, 2554: 13) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเปิดที่มีธุรกรรมการค้ากับต่างประเทศอย่างเข้มข้นในฐานะผู้ผลิตสินค้าส่งออกที่สำคัญ โดยมีมูลค่าการส่งสินค้าออกไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1.41 ล้านล้านบาท หรือ 33.6% ของ GDP ในปี 2538 เป็น 3.33 ล้านล้านบาท หรือ 56.1% ของ GDP ในปี 2546 (ภวัชร นิ้มศรีกุล, 2552: 3) นอกจากนี้การเปิดเสรี

ทางการค้า (Free Trade Agreement) ในกลุ่มประเทศอาเซียนทำให้ขนาดตลาดมีแนวโน้มใหญ่ขึ้น จึงจูงใจให้บริษัทประกอบกิจการอุตสาหกรรมรถยนต์ชั้นนำของโลกเข้ามาลงทุนตั้งโรงงานและขยายการผลิตเพื่อการส่งออกในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมบทบาทการเป็นฐานการผลิตให้กับประเทศไทยให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีบทบาทที่เป็นทั้งจุดกำเนิดหรือแหล่งผลิต (Origin) สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมที่ส่งออกไปทั้งภูมิภาคและทั่วโลกและเป็นประตูการค้า (Median or Gateway) ที่สามารถเปิดตลาดไปสู่ภูมิภาค รวมทั้งเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวต่อไป การพัฒนาวิวัฒนาการการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้



นิยามของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

มีคนจำนวนมากที่เข้าใจว่าการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องเฉพาะระบบการขนส่งสินค้า หรือการจัดการคลังสินค้าเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้วกิจกรรมโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมีความครอบคลุมถึงกิจกรรมต่างๆ ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยอาศัยการลดต้นทุนจากการใช้ประโยชน์จากอรรถประโยชน์ของเวลา (Time Utility) บทบาทของโลจิสติกส์จึงสนับสนุนและก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในทุกหน่วยงานของโซ่อุปทาน โดยมีเป้าหมายคือการตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งได้มีผู้ให้คำนิยามการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไว้มากมาย มีทั้งคล้ายและแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของผู้ให้คำนิยาม เช่น

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง การไหลของสินค้าหรือวัตถุดิบจากจุดเริ่มต้น หรือจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีการบริโภค และในบางครั้งก็ไปถึงยังจุดทำลาย (Stock and Lambert, 2001: 72)

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการไหลของการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับเวลาและความต้องการของผู้บริโภค (ธนิต โสรัตน์, 2550: 7)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน จัดสายงาน และควบคุมกิจกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกในกระบวนการไหลของสินค้าตั้งแต่จุดเริ่มจัดหาวัตถุดิบไปถึงจุดที่มีการบริโภค เพื่อให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการกระจายสินค้าต่ำที่สุด และด้วยเหตุนี้โลจิสติกส์จึงเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบและไปสิ้นสุด ณ จุดที่มีการบริโภคสินค้า โดยกิจกรรมหลักของโลจิสติกส์จะประกอบด้วย (1) การขนส่ง (2) สินค้าคงคลัง (3) กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง นอกจากนี้ ยังรวมกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ อาทิ การจัดการคลังสินค้า การยกขน การจัดหาวัตถุดิบ และการจัดการด้านข้อมูลการกระจายสินค้า (กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่, 2549: 1)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการวางแผนการสนับสนุนการควบคุมการไหลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและการจัดเก็บสินค้าการบริการกับสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2546: 14)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลจากจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีการใช้ หรือบริโภค (เรื่องเทพ รุ่งโรจน์สาคร, 2551: 4)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) คือ กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดการ การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ในปัจจุบันถือว่าการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการย่อยหนึ่งในการจัดการสินค้าและบริการตลอดสายของโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) (Council of Logistics Management, 1993 อ้างใน ภัทรี นิมศรีกุล, 2552: 10)

โซ่อุปทาน หรือ เครือข่ายผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supply Chain) ประกอบด้วยทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่เพียงแต่ผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น ยังรวมถึงส่วนของผู้ขนส่งคลังสินค้า พ่อค้าคนกลาง และลูกค้าด้วย โซ่อุปทานจะมีลักษณะเป็นแบบพลวัตที่เกี่ยวข้องกับการไหลที่สม่ำเสมอของข้อมูล ผลิตภัณฑ์ และเงินทุนระหว่างขั้นตอนต่างๆ โดยแต่ละขั้นตอนของโซ่อุปทานจะมีกระบวนการที่แตกต่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกันกับขั้นตอนอื่นๆ ของโซ่อุปทาน (เรื่องเทพ รุ่งโรจน์สาคร, 2551: 7)

โซ่อุปทาน หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบูรณาการ (Integration) และการจัดการในองค์กรที่ได้มีการนำโซ่อุปทานและยังรวมถึงกิจกรรมต่างๆ และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมในอันที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการอันนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Robert and Ernest, 1999: 125-126 อ้างใน ชัยณรงค์ ไผ่รุ่ง, 2553: 31)

การจัดการโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ จัดหา การผลิต การจัดจำหน่าย การขนส่ง และการจัดเก็บ ซึ่งเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเป็นห่วงโซ่หรือเครือข่าย ให้เกิดการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานมีต้นทุนที่ต่ำและมีประสิทธิภาพ (ยงยุทธ พงษ์ศิริพันธ์, 2547: 281 อ้างใน ศิริขวัญ ชูรัตนโรจน์, 2551: 7)

การจัดการโซ่อุปทาน หมายถึง กิจกรรมการจัดการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และมีคุณภาพให้มีประสิทธิภาพสูงตามความต้องการของลูกค้า จากนั้นจึงจัดส่งให้ลูกค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด และมีระดับบริการ (Service Level) ที่ไว้วางใจได้มากที่สุด การจัดการโซ่อุปทานครอบคลุมทุกขั้นตอนของการผลิต การเคลื่อนย้ายสินค้า การไหลเวียนของข่าวสารข้อมูล และการไหลเวียนของเงินทุน ดังนั้น กระบวนการโลจิสติกส์จึงเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทาน (เรื่องเทพ รุ่งโรจน์สาคร, 2551: 7)

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) คือ การออกแบบการวางแผนการปฏิบัติการควบคุมติดตามกิจกรรมในโซ่อุปทาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่าในการแข่งขัน และยกระดับงานสากลการปรับอุปทานให้สอดคล้องกับอุปสงค์ และการวัดการปฏิบัติงาน (ชัยณรงค์ ไผ่รุ่ง, 2553: 31)

จึงสรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผน การสนับสนุน การควบคุม การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัตถุดิบและข้อมูลจากจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีการใช้หรือบริโภคให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ส่วนการจัดการโซ่อุปทานเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งหมด ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด โดยเริ่มจากการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต จนกระทั่งส่งสินค้า

ให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยอาศัยการบริหารจัดการทางข้อมูล การสื่อสาร การเงิน ตลอดจนการดำเนินงานที่ต้องการประสานหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้การไหลของโซ่อุปทานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด



ความแตกต่างของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

แนวคิดการจัดการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเริ่มจากการดำเนินธุรกิจที่มีการขยายตัวจากธุรกิจเล็กๆ สู่อุตสาหกรรมจำนวนมาก ปริมาณสินค้าที่มากขึ้นทำให้เป้าหมายของการกระจายสินค้าแพร่หลายไปในวงกว้าง ส่งผลให้เกิดความซับซ้อนของระยะทางการขนส่งและการให้บริการลูกค้า ครอบคลุมไปถึงการวางแผนอย่างครบวงจรตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ การประมาณคำสั่งซื้อ จนถึงการวางแผนกระจายสินค้าและบริการที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่จำเป็นต้องมีการส่งมอบสินค้า ณ สถานที่ และเวลาที่เหมาะสม ซึ่งโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นบูรณาการเกือบที่จะกลมกลืนเป็นส่วนเดียวกัน แต่หากมองในอีกมิติหนึ่ง จะพบว่า เป็นกิจกรรมคนละส่วน ต่างมีหน้าที่และดำเนินกิจกรรมที่เป็นการเฉพาะตัว โดยมีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้

การจัดการโลจิสติกส์ เป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินการเพื่อควบคุมประสิทธิภาพการไหลเวียนสินค้า/บริการ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบสินค้า จากจุดผลิตไปยังสถานที่ซึ่งมีความต้องการสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การจัดการคลังสินค้า การบริหารต้นทุน การขนส่ง ไปจนถึงจุดที่มีการใช้งานหรือถึงมือผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลา (Just in Time) และเพื่อลดต้นทุนโดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า (Customer Satisfaction) และส่งเสริมเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ

บทบาทสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย

1. ช่วยให้ธุรกิจเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการด้านโลจิสติกส์และจัดการห่วงโซ่อุปทาน
2. ทำให้ธุรกิจปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญในการสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ
3. ช่วยเพิ่มอรรถประโยชน์ด้านเวลาและสถานที่สำหรับลูกค้า เมื่อต้องการบริโภคหรือนำไปใช้ผลิตด้วยต้นทุนที่ธุรกิจกำหนดไว้
4. สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ เพื่อช่วยลดระยะเวลาดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภคและผู้ขายปัจจัยการผลิต (Suppliers) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. เสริมสร้างอำนาจแข่งขันของธุรกิจเข้าด้วยกันให้เกิดการประสานงานกันต่อเนื่องในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

กิจกรรมหลักในการจัดการโลจิสติกส์ เช่น งานบริการลูกค้า วางแผนเกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงาน คลังสินค้า การพยากรณ์และวางแผนอุปสงค์ จัดซื้อจัดหา จัดการสินค้าคงคลังและวัตถุดิบ เคลื่อนย้ายวัตถุดิบ บรรจุหีบห่อ ดำเนินการตามคำสั่งซื้อ ขนของและจัดส่ง จัดการรับคืนสินค้า จัดการ

ช่องทางจัดจำหน่าย กระจายสินค้า และเก็บสินค้าเข้าคลัง จัดจรรยาและขนส่ง การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และระบบรักษาความปลอดภัย

การจัดการโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการรวบรวม การวางแผน และการจัดการของกิจกรรมทั้งหมดระหว่างผู้ผลิต (ผู้ให้บริการ) กับผู้ขายปัจจัยผลิต (ซัพพลายเออร์) เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต อันนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรของกิจการได้ในที่สุด โดยกระบวนการนี้จะเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อ (Procurement) การผลิต (Manufacturing) การจัดเก็บ (Storage) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การจัดจำหน่าย (Distribution) ตลอดจนการขนส่ง (Transportation) ซึ่งมีผลสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ที่สำคัญการจัดการโซ่อุปทานยังรวมถึงการประสานงาน (Coordination) และการทำงานร่วมกัน (Collaboration) กับหุ้นส่วนต่างๆ ในโซ่อุปทานซึ่งจะเป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบ ตัวกลาง ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์และลูกค้า แก่นสำคัญก็คือ การจัดการโซ่อุปทานจะบูรณาการทั้งการจัดการอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งรวมถึงทั้งภายในและภายนอกบริษัท

บทบาทของการจัดการโซ่อุปทาน

1. ยกระดับความสามารถในการบริหาร เช่น การลดสินค้าคงคลัง การเพิ่มผลิตภาพ หรือการลดความสูญเปล่า

2. ส่งเสริมความเติบโตของธุรกิจ เช่น การเพิ่มโอกาสในการออกสินค้าใหม่เร็วขึ้น การเปิดตลาดใหม่ๆ การสร้างความพอใจแก่ลูกค้ามากขึ้น

3. ส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ เช่น การลดต้นทุนธุรกิจ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ฯลฯ

กิจกรรมหลักในการจัดการโซ่อุปทาน เช่น องค์กรควรมีการออกแบบระบบให้เหมาะสม การบริหารการพัฒนาสินค้า การสร้างความแตกต่างของสินค้า การออกแบบ การทำให้สินค้ามีความแตกต่างตามลูกค้า การปรับระบบข้อมูลให้ส่งเสริม การลดต้นทุน การสร้างความยืดหยุ่น และความสามารถในการแข่งขัน การบริหารความต้องการและการตอบสนองสินค้าให้เกิดการหมุนเวียนสินค้าคงคลังมากที่สุด เป็นต้น

สรุปได้ว่า โลจิสติกส์เป็นกระบวนการที่เน้นการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบสินค้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต โดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า แตกต่างจากโซ่อุปทาน ที่เน้นกระบวนการในการจัดการเพื่อสนับสนุนกระบวนการผลิต การประสานงาน และกระบวนการทางการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ลดต้นทุนรวมและให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ โดยจะเห็นได้ว่าโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการโซ่อุปทาน ที่จะช่วยในการวางแผน สนับสนุน การควบคุมการไหลของกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปสู่อุปสงค์สุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ



การจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทย

ระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศเพราะโลจิสติกส์ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่างออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา

อยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จและส่งมอบไปสู่ผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยยังสูงอยู่เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียนเหมือนกัน ก็ยังมีการพัฒนาโลจิสติกส์ก้าวหน้ากว่าประเทศไทย (กระทรวงพาณิชย์, 2555: 12) แม้ว่าขณะนี้การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในประเทศไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ก็เป็นที่น่ายินดีที่ประเด็นเรื่องโลจิสติกส์ได้รับความสนใจและถูกกล่าวถึงอย่างมากทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน การพัฒนาระบบโลจิสติกส์กลายเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) ที่มีความสำคัญและต้องเร่งดำเนินการอย่างเร่งด่วน ภาครัฐวางเป้าหมายเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Hub) ในภูมิภาคอินโดจีน เนื่องจากโลจิสติกส์จะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในภาพรวมพบว่า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยเป็นผู้ประกอบการไทยประมาณร้อยละ 70 และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท ในขณะที่ผู้ประกอบการต่างชาติแม้ว่าจะมีจำนวนน้อยกว่า แต่มีทุนจดทะเบียนรวมกันมากกว่าผู้ประกอบการไทย โดยทุนจดทะเบียนรวมของบริษัทที่ประกอบการในอุตสาหกรรมประเภทนี้มีทั้งสิ้น 7,586 ล้านบาท เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติร้อยละ 52.6 หรือคิดเป็นทุนจดทะเบียนประมาณ 3,996 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทของคนไทยมีทุนจดทะเบียนรวมประมาณ 3,593 ล้านบาท (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา, 2553: 18)

การผลักดันการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ประเด็นท้าทายในอนาคตก็คือ ทุกหน่วยงานจะต้องประสานความร่วมมือระหว่างกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข้อคิดเห็น และบูรณาการแนวคิดและแผนงานต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ก็เพื่อให้การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกันและคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด (Stakeholders) ทั้งภาครัฐ ภาคสังคม และภาคผู้ประกอบการเอกชน ในขณะเดียวกันในส่วนของภาคผู้ประกอบการเอกชนก็จะครอบคลุมทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้วย เนื่องจากความร่วมมือกันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมสร้างระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การบรรลุถึงเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค และเมื่อระบบโลจิสติกส์มีความเข้มแข็งแล้ว ก็จะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว (สมนึก สมชัยกุลทรัพย์, 2549: 3)

การจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทยแบบดั้งเดิม เป็นกระบวนการให้ได้มาซึ่งสิ่งของ การกักเก็บในคลังสินค้าและการกระจายสิ่งของเพื่อให้สามารถนำสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการสู่ผู้บริโภค ในเวลาที่ถูกต้อง ณ สถานที่ที่ถูกต้อง ด้วยเงื่อนไข ปริมาณ และต้นทุนที่ถูกต้อง ส่วนโลจิสติกส์สมัยใหม่ จะเน้นกระบวนการเคลื่อนย้ายสิ่งของ 3 ชนิด ได้แก่ การจัดหาและจัดส่งสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการโอนเงินและชำระเงิน โดยที่แนวคิดโลจิสติกส์สมัยใหม่ไม่ใช่เน้นแต่เรื่องการเคลื่อนย้ายสินค้าในเวลาและสถานที่ที่ต้องการ แต่ได้วิวัฒนาการไปเป็นการบริหารจัดการด้านเวลาและการทำงาน โดยลดความสูญเปล่า กำจัดทุกสิ่งที่ไม่มีความคุ้มค่าเพิ่ม มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ หรือที่เรียกว่า “lean logistics and lean manufacturing” ที่เน้นกระแสการเคลื่อนย้ายหรือไหลเวียน (Flow) ของสินค้า บริการและข้อมูลมากกว่าการเก็บสินค้าในคลัง (Stock) ซึ่งการบริหารโลจิสติกส์ในปัจจุบันได้พยายามที่จะบูรณาการ และเชื่อมโยงกิจกรรมในการดำเนินงานให้มีมาตรฐานของการจัดการเดียวกัน ความเป็นมาตรฐานที่เกิดขึ้นในโลจิสติกส์ คือ การที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีแนวคิดเดียวกันในการจัดการด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งในทุกกิจกรรมของการไหลระหว่างกระบวนการสามารถบริหารจัดการได้ด้วยข้อมูลด้านเวลาและสถานที่ และที่สำคัญข้อมูลในแต่ละส่วนจะต้องนำมารวมกันเพื่อสะท้อนให้เห็นองค์รวม (Holistic View) ของการดำเนินงานทั้งหมด

โดยการจัดการด้านโลจิสติกส์ในยุคปัจจุบัน ถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญหนึ่งที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยพิจารณาปรับปรุงระบบการทำงานในลักษณะที่มองเป็นภาพรวมทั้งระบบเพื่อลดต้นทุน ลดขั้นตอนการทำงาน ลดจำนวนสินค้าคงคลัง เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการในขณะที่ยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง (ชนิต โสรรัตน์, 2548: 15) โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ในปัจจุบันถือว่าการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการย่อยหนึ่งในการจัดการสินค้าและบริการตลอดสายของโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) โดยเป้าหมายของการจัดการโลจิสติกส์คือ (Council of Logistics Management, 1992: 3)

- ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า (Just in Time Delivery)
- การไหลลื่นของสินค้า (Physical Flow)
- การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow)
- การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในกระบวนการทางการตลาดและการผลิต
- ลดต้นทุน (Cost Reduction) ในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดการสินค้าและต้นทุนการขนส่ง

โดยองค์ประกอบหลักที่สำคัญของระบบโลจิสติกส์ประกอบด้วย 2 วงจรหลักๆ ได้แก่ (วิทยาสุหฤตดำรง, 2546ข: 4-24)

1. การจัดหาวัสดุ/วัตถุดิบ (Material Management หรือ Physical Supply) ประกอบด้วยวัสดุในภาวะเคลื่อนไหว (In Motion) และภาวะที่อยู่นิ่ง (In Rest) กิจกรรมสำหรับการจัดหาวัสดุมีดังนี้

- การจัดหา (Sourcing) หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนที่นำมาใช้เพื่อจัดหาทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการผลิตสินค้าการหาจึงมีผลกระทบต่อความมั่นใจด้านแหล่งจัดหาต้นทุนการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- การจัดซื้อ (Purchasing Management) จะพิจารณาที่มูลค่าและประเภทของสินค้า/วัตถุดิบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ต้นทุนตามกิจกรรม (Activity-based Costing (ABC Analysis)) และการจัดการระบบการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just-In-Time (JIT))
- การขนส่งขาเข้า (Inbound Transportation) หมายถึง การพิจารณาว่าการขนส่งแบบใดบ้างที่จะเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบต้นทุนการขนส่งที่เหมาะสมและลักษณะของบริการขนส่งที่ได้รับ
- การรับและการเก็บรักษาวัสดุ (Receiving & Storage) หมายถึง การตรวจรับวัสดุทั้งในด้านปริมาณคุณภาพและทำการจัดเก็บในสถานที่ที่เหมาะสมซึ่งจะต้องพิจารณาด้านปริมาณและความถี่ของการใช้งานวัสดุนั้นๆ
- การจัดการวัตถุดิบคงคลัง (Raw Material Inventory) หมายถึง การมีวัตถุดิบคงคลังที่เพียงพอเพื่อให้การผลิตดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

2. การจัดการการกระจายสินค้า (Physical Distribution) เป็นกระบวนการจัดการตั้งแต่วัตถุดิบผลิตออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป การหีบห่อเพื่อการขนส่ง การเก็บรักษาการเคลื่อนย้ายขนส่ง การประมวลผลการสั่งซื้อ การจัดเก็บสินค้าคงคลัง และการส่งมอบสินค้า โดยกิจกรรมสำหรับการจัดการการกระจายสินค้านี้มีดังนี้

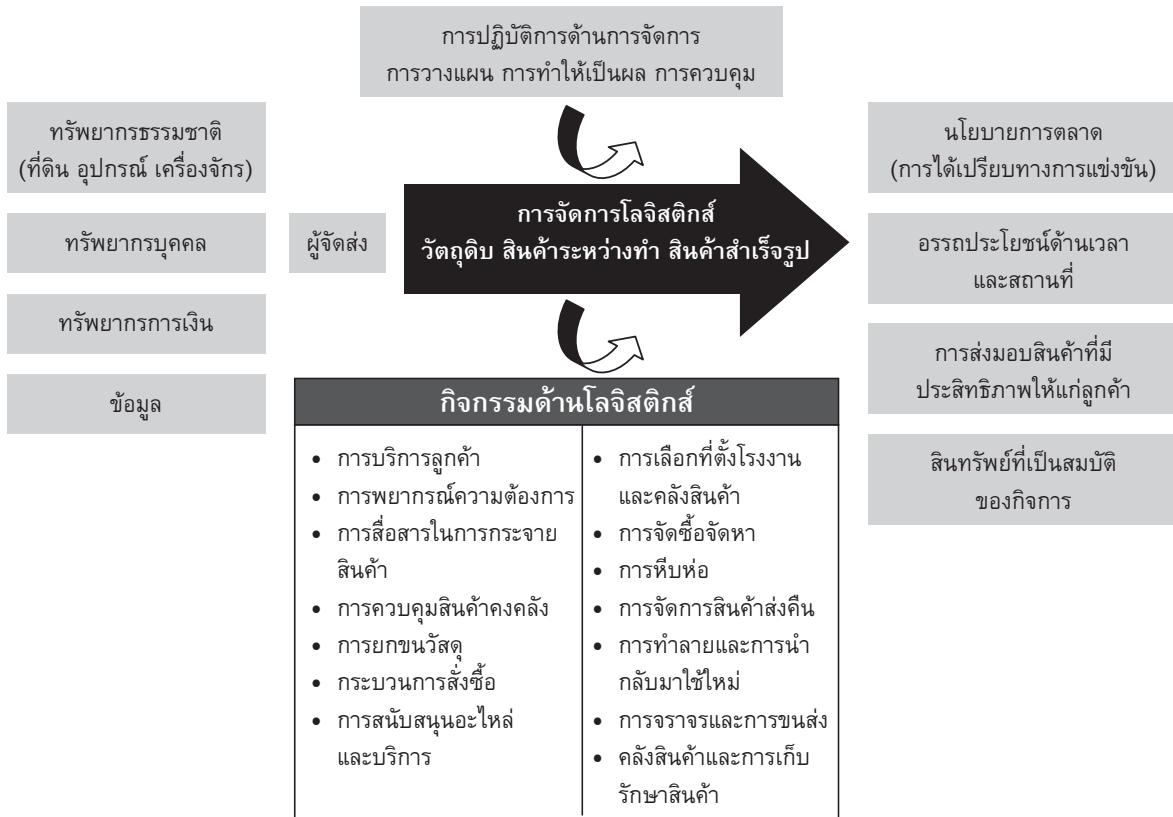
- การประมวลคำสั่งซื้อ (Order Processing) คือกระบวนการในการสั่งซื้อกระทำโดยผ่านระบบ IT ต่างๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และการแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange (EDI)) เป็นต้น

- การจัดการสินค้าคงคลัง (Finished Goods Inventory Management) คือการเชื่อมโยงการวางแผนเข้ากับการปฏิบัติการการวางแผนความต้องการสินค้าที่จะเก็บสต็อกและการจัดการส่งสินค้าให้กับลูกค้า
- การจัดการคลังสินค้า (Warehousing Management) คือ การจัดการสถานที่จัดเก็บสินค้าก่อนส่งไปให้ลูกค้าโดยรวบรวมสินค้า (Consolidation) จากโรงงานต่างๆ เพื่อส่งให้ลูกค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ซึ่งทำหน้าที่เช่นเดียวกับคลังสินค้าเพียงแต่เก็บรักษาในระยะสั้น
- การเคลื่อนย้ายพัสดุ (Material Handling) เป็นส่วนหนึ่งของบริการคลังสินค้า ซึ่งเคลื่อนย้ายในระยะสั้น เช่น เคลื่อนย้ายเข้าคลัง เคลื่อนย้ายภายในคลัง และออกจากคลังสินค้า โดยมีปัจจัยหลักๆ เช่น ความปลอดภัย ประสิทธิภาพ และความเสียหายของสินค้า ความรวดเร็ว ความถูกต้อง เป็นต้น
- การบรรจุหีบห่อ (Packaging) มีความสำคัญด้านค่าใช้จ่ายและความปลอดภัยในตัวสินค้าในทางวิชาการแล้ว ค่าใช้จ่ายในการกำจัดวัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นภาระของผู้ซื้อสินค้าส่วนประโยชน์จะตกอยู่กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการบรรจุหีบห่อแบ่งเป็นการบรรจุหีบห่อเพื่อการขาย (Consumer Packaging) ซึ่งเป็นเรื่องของการตลาด และการบรรจุหีบห่อทางอุตสาหกรรม (Industrial Packaging) ซึ่งเป็นเรื่องระบบโลจิสติกส์
- การขนส่งขาออก (Outbound Transportation) เป็นการจัดส่งให้กับลูกค้าโดยตรงหรือเก็บไว้ตามคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าวิธีการขนส่งแบ่งออกได้เป็น 3 วิธี คือ เกษตรกรรม ยานพาหนะขนส่งของตนเอง บริษัทมีสัญญากับบริษัทขนส่งเพื่อขนส่งสินค้าทั้งหมดให้กับบริษัท และใช้บริการขนส่งสาธารณะแล้วแต่ Mode ของการขนส่ง
- การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นการระบุประเภทของลูกค้าเช่นใครคือลูกค้าของเรา ทั้งลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก โดยเป้าหมายของบริษัทคือ “ผลกำไร” แต่เป้าหมายของลูกค้าคือ “ความพึงพอใจในบริการ”

กระบวนการในการจัดการโลจิสติกส์ เป็นการดำเนินงานควบคุมการไหลและการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้าสำเร็จรูป และสินค้าพร้อมข้อมูล ตั้งแต่จุดผลิตถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และเสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด โดยกระบวนการดังกล่าวจะเริ่มจากปัจจัยที่นำเข้ามาในระบบโลจิสติกส์ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการเงิน และข้อมูลต่างๆ หลังจากนั้นจะเป็นการจัดส่งโดยผู้จัดส่งวัตถุดิบ สินค้าเข้าสู่กระบวนการด้านการจัดการ การวางแผน การทำให้เป็นผล การควบคุม ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ ได้แก่ การบริการลูกค้า การพยากรณ์ความต้องการ การสื่อสารในการกระจายสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การยกขนวัสดุ กระบวนการสั่งซื้อ การสนับสนุนอะไหล่ และบริการการเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า การจัดซื้อจัดหา การหีบห่อ การจัดการสินค้าส่งคืน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะมีต้นทุนเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามการจัดระบบการกระจายสินค้าเป็นการดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กรและผ่านช่องทางทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าซึ่งใช้หลักการและผ่านช่องทางทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าซึ่งใช้หลักการวิเคราะห์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของระบบโลจิสติกส์กับต้นทุนที่เกิดจากการใช้ระบบโลจิสติกส์

วางแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 กระบวนการจัดการในระบบโลจิสติกส์



ที่มา: <http://www.geocities.com/scsprogram/html/logistics.html>

การจัดการโซ่อุปทานในประเทศไทย

การจัดการโซ่อุปทานในประเทศไทย อยู่ในขั้นเริ่มต้นเช่นเดียวกับการจัดการโลจิสติกส์ ที่เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการของธุรกิจบริการโซ่อุปทานของไทยส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับผู้ให้บริการ โดยไทยเริ่มให้ความสำคัญในการจัดการโซ่อุปทาน และมีความตื่นตัวมากขึ้น โดยเน้นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน และลดต้นทุนการผลิตให้สามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลก รวมถึงมีการสร้างความร่วมมือในระดับโซ่อุปทานมากขึ้น โดยการรวมกลุ่มและร่วมมือของอุตสาหกรรมตลอดโซ่อุปทานเพื่อความยั่งยืน โดยวัตถุประสงค์ของโซ่อุปทานคือการเพิ่มคุณค่าโดยรวมให้เกิดขึ้นมากที่สุดโดยคุณค่าที่โซ่อุปทานได้สร้างขึ้นนั้นคือความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์สุดท้ายที่มีค่าต่อลูกค้ากับสิ่งที่โซ่อุปทานได้ใช้ไปในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นั่นนอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์อื่นๆ อีก

1. ลดค่าใช้จ่ายในคงคลังโดยการพยากรณ์อุปสงค์ที่มีความแม่นยำสูงขึ้นและจัดตารางผลิตให้สอดคล้องกัน
2. ลดค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการผลิตโดยการปรับปรุงการไหลของสินค้าตลอดกระบวนการผลิตและสารสนเทศระหว่างบริษัทซัพพลายเออร์และระหว่างผู้จัดจำหน่าย

3. เพิ่มความพอใจให้กับลูกค้าโดยการเพิ่มคุณภาพของสินค้าชนิดสินค้าและบริการที่รวดเร็วกว่าเดิมมีผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจ

ซึ่งลักษณะของโซ่อุปทาน ได้แก่

1. การตัดสินใจส่วนใดส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานหรือ SCM ย่อมมีผลต่อส่วนอื่น
2. การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์จากผู้ซื้อหรือลูกค้าปลายทางมีผลกระทบต่อ SCM ซึ่งจะทำให้ขนาดความต้องการ (อุปสงค์) ในแต่ละองค์ประกอบที่ต้นทางของ SCM เปลี่ยนแปลงไป
3. ปรับปรุงโซ่อุปทานด้วยการลดเวลาในการเติมสต็อกการลดเวลานำ ทำให้โซ่อุปทานสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ได้อย่างรวดเร็วและยังสามารถลดระดับการคงคลังได้ด้วย
4. การพยากรณ์ที่แม่นยำต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และการจัดหาสารสนเทศของข้อมูลจริงจะช่วยลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นการจัดการอุปสงค์อย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยแก้ปัญหาความแปรผันของอุปสงค์ได้

โดยการที่องค์กรจะสามารถบรรลุถึงการจัดสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพในโซ่อุปทานขององค์กรซึ่งจะต้องทำการวิเคราะห์ถึงตัวขับเคลื่อนโซ่อุปทานหลักๆ 4 ตัวของสมรรถนะของอุปทานนั้นก็คือสินค้าคงคลังการขนส่งสิ่งอำนวยความสะดวกและข้อมูลสารสนเทศโดยไม่เพียงแต่พิจารณาตัวขับเคลื่อนสมรรถนะของโซ่อุปทานในแง่ของความสามารถการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงความเหมาะสมสอดคล้องกันด้านกลยุทธ์ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความสำเร็จตลอดโซ่อุปทานด้วย

1. สินค้าคงคลัง (Inventory) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์งานระหว่างกระบวนการและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีอยู่ในโซ่อุปทานสินค้าคงคลังถือเป็นตัวขับเคลื่อนโซ่อุปทานที่สำคัญอย่างมาก เพราะการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการคงคลังสินค้านั้นมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของโซ่อุปทานได้

2. การขนส่ง (Transportation) จากการที่มีการเคลื่อนย้ายของวัสดุคงคลังจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งในโซ่อุปทานนั้น การขนส่งจะสามารถเกิดขึ้นได้โดยมีวิธีการและเส้นทางในการขนส่งที่หลากหลายซึ่งในแต่ละเส้นทางเลือกนั้นก็จะมีลักษณะเด่นและข้อดีที่ไม่เหมือนกัน ทางเลือกในการขนส่งมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของโซ่อุปทาน

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่ในเครือข่ายของโซ่อุปทาน ซึ่งวัสดุคงคลังได้ถูกเก็บประกอบหรือทำการผลิตโดยสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงงานคือสถานที่ในการผลิตและเก็บสินค้าไม่ว่าจะเห็นหน้าที่ของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น การตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นจะต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งความสามารถในการผลิต และความยืดหยุ่นของโรงงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อสมรรถนะของโซ่อุปทาน

4. ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ประกอบด้วย ข้อมูลดิบและการวิเคราะห์ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การขนส่งสิ่งอำนวยความสะดวกลูกค้า ตลอดทั้งโซ่อุปทานข้อมูลสารสนเทศของโซ่อุปทานนั้นอาจถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนโซ่อุปทานที่ยิ่งใหญ่ที่สุด เพราะข้อมูลนั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อตัวขับเคลื่อนโซ่อุปทานทุกตัว ข้อมูลสารสนเทศจะช่วยให้การจัดการกับโอกาสที่จะทำให้โซ่อุปทานมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพมากขึ้น



บทสรุป

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการที่ช่วยในการวางแผน สนับสนุนควบคุมการไหลของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งการเก็บรักษาสินค้า จากจุดเริ่มต้นไปจุดสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีบทบาทที่สำคัญ ได้แก่ ส่งเสริมความเติบโตของธุรกิจส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ และยังช่วยยกระดับความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เช่น การลดสินค้าคงคลัง การเพิ่มผลิตภาพ หรือการลดความสูญเสียเปล่า โดยช่วยทำให้ธุรกิจปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญ ในการสนับสนุนการขายสินค้าได้มากขึ้น ถึงแม้ว่าระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ก็เป็นที่น่ายินดีที่ประเด็นเรื่องโลจิสติกส์และโซ่อุปทานได้รับความสนใจจากภาครัฐและเอกชนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การเสริมสร้างพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ซึ่งหากประเทศไทยมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพก็จะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเป็นกุญแจสำคัญนำธุรกิจไปสู่ความเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2549). “รายงานฉบับที่ 1 โครงการพัฒนาระบบกระจายสินค้าและบริการ (Logistics Center) ขององค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์ของศูนย์วิจัยโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปี 2549”.
- กระทรวงพาณิชย์. (2555). ธุรกิจบริการโลจิสติกส์. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ 44/100 ถนนนนทบุรี 1 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000.
- ชัยณรงค์ ไผ่รุ่ง. (2553). ผลกระทบของการจัดการความร่วมมือและคุณภาพสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน “กลยุทธ์ทำให้รวย ช่วยให้ประหยัด”. กรุงเทพฯ: ัญพร.
- ดวงพรรณ ศฤงคารินทร์ และคณะ. (2554). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยโลจิสติกส์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2555-2559. สกว.
- ภัชรี นิมศรีกุล. (2552). การประยุกต์ใช้การตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์เพื่อคัดเลือกศูนย์กลางโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้าในประเทศไทยบนแนวระเบียงเศรษฐกิจ. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนิต โสรัตน์. (2548). การทำแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร. การจัดการห่วงโซ่อุปทานในยุคโลกาภิวัตน์: **What is Logistics and Supply Chain Management: V-SERVE. เล่มที่ 1.**
- ธนิต โสรัตน์. (2550). การประยุกต์โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ: วี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์.

- รุธิร์ พนมยงค์. (2550). การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวินิจฉัยความสามารถทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SME ของไทย. การประชุมเชิงวิชาการประจำปี 2550 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (GTT) ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ.
- เรืองเทพ รุ่งโรจน์สาคร. (2551). โลจิสติกส์ของโรงสีข้าวทรัพย์เจริญ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยา สุहतุดำรง. (2546ข). โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานอธิบายได้ง่ายนิดเดียว. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริขวัญ ขุนรัตน์โรจน์. (2551). การศึกษากระบวนการโซ่อุปทานของบริษัทจอลลี่ เท็กซ์ไทล์ อินดัสตรี จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา. (2553). รายงานการเปิดเสรีโลจิสติกส์อาเซียน โอกาส ผลกระทบ และการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ธันวาคม 2553.
- สมนึก สมชัยกุลทรัพย์. (2549). การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในประเทศไทย. นิตยสาร Logistics Digest. Vol. 01 No. 01 April 2005. สมาคมผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย.
- Deepen, J. M. (2007). **Logistics outsourcing relationships: Measurement, antecedents, and effects of logistics outsourcing performance.** Heidelberg, Gerrrwny: Physlca-Verlag, 38.
- Stock, James R. and Lambert, Douglas M. (2001). **Strategic Logistics Management.** (4th ed.): McGraw-Hill.
- The Council of Logistics Management, 1992-3, USA.
- <http://www.geocities.com/scsprogram/html/logistics.html>

