

คุณลักษณะของรูปแบบการขนส่ง



ในการเลือกรูปแบบการขนส่งที่เหมาะสม เราจะต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติ ของรูปแบบการขนส่งแต่ละรูปแบบ ซึ่งคุณลักษณะหลัก ๆ โดยสรุปในแง่ของข้อดี และข้อเสียของแต่ละรูปแบบการขนส่ง มีดังนี้

การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำ รวมถึงการขนส่งทางแม่น้ำ และทางทะเล โดยทั่วไปการขนส่งทางน้ำจะใช้เรือสินค้า ที่มีขนาดใหญ่ ขนส่งสินค้าได้ทีละมาก ๆ โดยเฉพาะการขนส่งทางทะเล ซึ่งการขนส่งทางน้ำต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญคือท่าเรือ

ข้อดี

- ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ เพราะเรือมีขนาดใหญ่ และใช้พลังงานขับเคลื่อนต่อน้ำหนักต่ำ
- ขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ได้ สามารถรองรับสินค้าได้เกือบทุกชนิด

ข้อเสีย

- ใช้ระยะเวลายาวนาน
- ต้องให้มีปริมาณมากเพียงพอ ไม่มีความคุ้มค่าหากต้องขนส่งทีละน้อย
- ต้องมีการขนถ่ายซ้ำ โดยทั่วไปเรือไม่สามารถเข้าถึงจุดรับส่งสินค้าได้
- ความเสียหายจากการขนถ่ายสินค้าซ้ำ

การขนส่งทางถนน

การขนส่งในเกือบทุกกรณี จะต้องอาศัยการขนส่งทางถนน เพราะเป็นการขนส่งที่สามารถจะเข้าถึงต้นทางและปลายทางได้ (ตามเท่าที่ถนนจะมี) หรือที่เรามักจะเรียกกันว่า Door-to-Door ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานหลักก็คือถนนนั่นเอง

ข้อดี

- ไม่ต้องมีการขนถ่ายซ้ำ (ในกรณีที่ขนส่งทางถนนตลอดเส้นทาง)
- ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เพราะค่อนข้างเดินทางได้เร็วและไม่ต้องมีการขนถ่ายซ้ำ
- สามารถรักษาต้นทุนบรรจุภัณฑ์ให้ต่ำได้ เพราะระวางสินค้าไม่จำเป็นต้องทนแรงกระแทกสูง

ข้อเสีย

- ต้นทุนค่อนข้างสูง เพราะขนส่งได้ที่ละไม่มาก
- ข้อจำกัดด้านถนน ไปได้เท่าที่ถนนจะไปถึง เช่นไม่สามารถจะข้ามทวีปได้

การขนส่งทางรถไฟ

โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการขนส่งทางรถไฟคือ รางรถไฟ และสถานีขนส่งสินค้า โดยรางรถไฟเป็นโครงสร้างที่กำหนดเส้นทางตายตัว ดังนั้น จึงต้องมีปริมาณการใช้ที่สูง จึงจะเกิดความคุ้มค่า ในการสร้างเส้นทางหนึ่ง ๆ ขึ้นมา

ข้อดี

- ต้นทุนค่อนข้างต่ำ สามารถขนส่งได้ที่ละมาก ๆ ในบางประเทศรถไฟมีขบวนยาวเป็นกิโลเมตร และสามารถตั้งตู้ขนส่งได้สองชั้น

ข้อเสีย

- ใช้ระยะเวลาานาน และมีความน่าเชื่อถือต่ำ
- ต้องมีการขนถ่ายซ้ำ เพราะต้องมีการขนส่งจากสถานีรถไฟไปยังจุดปลายทาง
- ต้นทุนบรรจุภัณฑ์สูง เพราะระวางสินค้าจำเป็นต้องทนแรงกระแทกสูง
- ข้อจำกัดด้านรางรถไฟ รางรถไฟมักจะมีอยู่จำกัด และมักจะทำให้ความสำคัญกับการโดยสารก่อน



การขนส่งทางอากาศ

โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของการขนส่งทางอากาศ คือ ท่าอากาศยาน และเนื่องจากข้อจำกัดของขนาดของอากาศยาน การขนส่งในรูปแบบนี้จึงมักจำกัดอยู่ในรูปแบบของหีบห่อ

ข้อดี

- รวดเร็วสูง และมีเวลาที่ชัดเจน
- สามารถรักษาต้นทุนบรรจุภัณฑ์ให้ต่ำได้ เพราะระวางสินค้าไม่จำเป็นต้องทนแรงกระแทกสูง

ข้อเสีย

- ราคาที่สูงมาก จนทำให้ไม่สามารถนำมาใช้กับสินค้าที่มีต้นทุนต่ำได้
- ข้อจำกัดของขนาดของสินค้า ขนาดบรรจุของเครื่องบินจำกัดเมื่อเทียบกับเรือ
- ต้องมีการขนถ่ายซ้ำ ต้องมีการขนส่งจากสนามบินไปยังจุดส่งปลายทาง
- งานด้านเอกสาร มักจะต้องมีงานเอกสารมากขึ้นโดยเฉพาะเมื่อมีประเด็นด้านความปลอดภัย

การขนส่งทางท่อ

การขนส่งทางท่อ ต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานคือ ท่อขนส่ง ซึ่งโดยทั่วไปจะใช้ขนส่งผลิตภัณฑ์น้ำมัน และก๊าซ

ข้อดี

- ต้นทุนในการขนส่งต่ำ
- ไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์

ข้อเสีย

- ได้เฉพาะของเหลวและก๊าซ
- ต้องมีการลงทุนในการวางท่อสูง และไม่สามารถปรับเปลี่ยนประเภทสินค้าที่ขนส่งได้ ท่อหนึ่ง ๆ มักจะรองรับผลิตภัณฑ์ได้ประเภทเดียว
- อาจต้องมีการขนถ่ายซ้ำ เช่น การขนส่งจากน้ำมันจากปลายท่อไปยังสถานีน้ำมันต่างๆ

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

ระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน



“โลจิสติกส์” ได้สร้างปรากฏการณ์และมีบทบาทต่อธุรกิจอย่างมากมาย ในฐานะที่โลจิสติกส์ช่วยสนับสนุน การสร้างคุณค่า(Value Creation) ให้กับบริษัท และช่วยในการปรับปรุงความสามารถในการสร้างผลกำไร (Profitability) แต่มุมมองโลจิสติกส์ไม่แค่การขนส่งหรือการจัดการคลังสินค้าอีกต่อไป โดยขอบเขตของแนวคิด ได้ขยายผลออกไปทั่วทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ดูได้จากคำนิยามของ Council of Logistics Management (CLM) ที่กล่าวไว้ว่า “โลจิสติกส์” คือ “ส่วนหนึ่งของกระบวนการโซ่อุปทาน โดยทำการวางแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ และทำการควบคุม การไหลเวียนของสินค้า การบริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากจุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดที่มีการบริโภค เพื่อที่จะบรรลุถึงความต้องการของลูกค้า”

คำนิยามนี้ได้ถูกเปลี่ยนแปลงใหม่จากคำนิยามดั้งเดิมของ CLM ในปี ค.ศ.1986 โดยมีการขยายความให้กว้างขึ้นโดยกำหนดว่า โลจิสติกส์ เป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทาน ในปีค.ศ.1988 และ “โลจิสติกส์” หรือการส่งกำลังบำรุง มีการใช้สลับไปมาในวงการธุรกิจและอุตสาหกรรมอยู่ตลอดมา โดยมีอีกนิยามหนึ่งที่ใช้โดย Institute of Logistics and Transport ว่า “โลจิสติกส์” คือ “การวางตำแหน่งของทรัพยากรอย่างมีความสัมพันธ์กับเวลา หรือการจัดการกลยุทธ์ของโซ่อุปทานโดยรวม” และ “โซ่อุปทาน” คือ “อนุกรมของเหตุการณ์ ที่มุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะรวมเอา การจัดหา การผลิต การกระจายสินค้า และการกำจัดทิ้ง รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขนส่ง การจัดเก็บ และเทคโนโลยีสารสนเทศ”

การทำงานตามหน้าที่การทำงาน (Functional Activities)

มุมมองของ “โซ่อุปทาน” ตามกิจกรรมหน้าที่การทำงาน คือ อนุกรมของกิจกรรมธุรกิจที่ดำเนินการตามแผนก หรือฝ่ายที่มีอยู่แล้วในบริษัททั่ว ๆ ไปในปัจจุบัน โดยเป็นสถานะพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม มีสิ่งที่แตกต่างกันอยู่ภายใน “โซ่อุปทาน” ในมุมมองใหม่ คือ มุมมองของความรู้และกระบวนการ

ทัศน์ใหม่ เป็นการรวบรวมเอาแผนกหรือฝ่ายต่าง ๆ ที่ต่างคนต่างอยู่ มาประสานรวมกันเป็นกระบวนการธุรกิจเดียว เพื่อตอบสนองต่อลูกค้า

ทั้งนี้ มุมมองใหม่ของ “โซ่อุปทาน” จะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการธุรกิจ (Business Process) ที่เชื่อมโยงเป็นส่วนธุรกิจเดียวกัน (Streamline Process) ซึ่งเมื่อกระบวนการธุรกิจต้องมีลักษณะเชื่อมโยงกันเป็นกระบวนการเดียวกัน ดังนั้น การจัดการจึงมีบทบาทหน้าที่สำคัญใน “โซ่อุปทาน” ซึ่งเมื่อพูดถึง “โซ่อุปทาน” ก็ต้องนึกถึงผู้จัดส่งวัตถุดิบและการจัดการ โดยหลักง่าย ๆ ของ “โซ่อุปทาน” คือ หลายองค์กรทำงานร่วมกัน คิดร่วมกันตามแต่ความสามารถ ที่บริษัทของตนเองมีอยู่ และนำมาประสานรวมกัน เพื่อผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

สำหรับแนวคิดของการที่บริษัทหรือหลายองค์กรมาเชื่อมต่อกัน มีรากฐานมาจากการจัดการ “โลจิสติกส์” แน่นนอนว่า การเคลื่อนย้ายทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดขั้นตอนต่าง ๆ ใน “โซ่อุปทาน” เป็นส่วนสำคัญของระบบธุรกิจและเศรษฐกิจ แต่แนวคิดได้ถูกเปลี่ยนไปและถูกขยายผลในเชิงความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก ระหว่าง “โลจิสติกส์” และ “โซ่อุปทาน” โดย CLM ได้นิยามความหมายของ “โลจิสติกส์” ว่า “โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทาน ที่วางแผน ปฏิบัติและควบคุมการไหลและการจัดเก็บของสินค้าและบริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดบริโภคขึ้นเพื่อที่จะบรรลุถึงความต้องการของลูกค้า”

ทั้งนี้ “โลจิสติกส์” มีความหมายมากกว่าการขนส่ง และมีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับ “โซ่อุปทาน” โดยที่ทั้ง “โลจิสติกส์” และ “โซ่อุปทาน” จะมีขอบข่ายและขยายผลไปทั้ง “โซ่อุปทาน” และมีลักษณะเป็นแนวคิดเชิงกระบวนการ (Process Thinking) ไม่ใช่ในลักษณะแนวคิดเชิงหน้าที่ (Functional Thinking)



โซ่อุปทาน : มุมมองเชิงกระบวนการธุรกิจ

เมื่อเราจะสร้าง “โซ่อุปทาน” ให้เป็นแนวคิดใหม่ในยุคนี้ จะต้องมีแนวคิดที่เป็นพื้นฐานในการคิดเพื่อประยุกต์ใช้ในทุกธุรกิจอุตสาหกรรม หรือ Cross Industry ดังนั้น เราจึงมอง “โซ่อุปทาน” ในเชิงกระบวนการธุรกิจว่า เป็นกระบวนการที่สร้างสรรค์คุณค่าให้กับลูกค้า โดยแบ่งออกเป็นกระบวนการเพิ่มคุณค่า (Value Added Process) และกระบวนการโลจิสติกส์ (Logistics Process)

สำหรับ กระบวนการเพิ่มคุณค่า จะเป็นกระบวนการที่แปรสภาพวัตถุดิบไปเป็นผลิตภัณฑ์ หรือเป็น ชิ้นส่วนวัตถุดิบที่มีคุณค่า พร้อมทั้งจะผ่านกระบวนการเพิ่มคุณค่า เพื่อใช้ในขั้นตอนต่อไป ซึ่งกระบวนการเพิ่มคุณค่าจะหมายถึงเครื่องจักรประเภทต่าง ๆ กระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับคุณค่า หรือประโยชน์ โดยตรงต่อลูกค้า เพราะคุณลักษณะของกระบวนการเหล่านี้ จะตรงกับคุณค่าซึ่งเป็นลักษณะและข้อกำหนดใน ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมตรงนี้ จะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง ในแต่ละชนิดของกระบวนการผลิต โดยใช้ความรู้เชิงเทคนิค และเชิง วิทยาศาสตร์ เพื่อก่อให้เกิดการบริหารจัดการในกระบวนการเพิ่มคุณค่า

สำหรับ กระบวนการเชิง “โลจิสติกส์” นั้น ไม่ได้มีการเพิ่มคุณค่า หรือประโยชน์ในเชิงคุณลักษณะการ ใช้งานในตัวผลิตภัณฑ์ แต่กระบวนการ “โลจิสติกส์” จะช่วยสนับสนุนในการเคลื่อนย้ายขนถ่ายวัตถุดิบ ชิ้นส่วน จากกระบวนการเพิ่มคุณค่าหนึ่ง ไปยังกระบวนการเพิ่มคุณค่าหนึ่ง ตลอดทั้งกระบวนการ ธุรกิจทั้งหมด หรือทั้ง “โซ่อุปทาน”

อย่างไรก็ดี บุคลากรในการบริหารจัดการ กระบวนการ “โลจิสติกส์” ไม่ได้ระบุเฉพาะลงไปในแต่ละ ชนิด ของกระบวนการเพิ่มคุณค่า การจัดการกระบวนการ “โลจิสติกส์” นี้ ต้องใช้บุคคลที่มีหรือใช้ความรู้ใน การจัดการ การดำเนินการทั่วไป การจัดการผลิต การจัดการจัดซื้อจัดหา การจัดการขนส่ง หรือความรู้ในการ จัดการแบบดั้งเดิม แต่จะต้องมีมุมมองที่เปลี่ยนไปจากแบบดั้งเดิม ที่เป็นแบบลำดับขั้น และเป็นแบบหน้าที่การ ทำงาน มาเป็นการดำเนินงานแบบการบริหารกระบวนการธุรกิจ (Business Process) หรือ “โซ่อุปทาน” (Supply Chain)

อนึ่ง ในกระบวนการธุรกิจเอง เราสามารถมองเป็นโซ่คุณค่าได้ โดยหมายถึง อนุกรม หรือ กลุ่มของกระบวนการเพิ่มคุณค่า โดยเน้นที่กระบวนการผลิต เครื่องจักรและเทคโนโลยี ซึ่งส่วนมากจะ พิจารณาในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการวางแผนกลยุทธ์ว่า ต้องลงทุนเท่าใด ต้องใช้เครื่องจักร อะไรบ้าง และเมื่อมาถึงขั้นตอนการดำเนินการผลิต กระบวนการธุรกิจตรงนี้ จะกลับมาเน้นที่ “โซ่อุปทาน” และกระบวนการ “โลจิสติกส์” เพื่อช่วยในการจัดการทรัพยากรที่ถูกจัดหามาอย่างถูกเวลาและสถานที่ ลดการ จัดเก็บ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยพิจารณากระบวนการการผลิตในเชิงการจัดการ มากกว่าในเชิง เทคนิค หรือในเชิงวิศวกรรม เช่น กำลังการผลิตของเครื่องจักร ซึ่งสามารถที่จะเชื่อมต่อ หรือบูรณาการกับ กระบวนการโลจิสติกส์ต่าง ๆ ได้

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

ภาพรวมและสถานะของบริการโลจิสติกส์ไทย



ระบบ “โลจิสติกส์” เป็นปัจจัยสนับสนุนการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าการลงทุนของประเทศ เพราะ “โลจิสติกส์” ถือเป็นต้นทุนสำคัญของผู้ประกอบการ ทั้งที่อยู่ในภาคเกษตรอุตสาหกรรม และบริการ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบ “โลจิสติกส์” ของไทย ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น คือ เน้นการจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วอย่าง ออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา อยู่ในขั้นก้าวหน้า คือ การบูรณาการระบบ “โลจิสติกส์” ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตสินค้าแล้วเสร็จ และส่งมอบไปสู่ผู้บริโภค

ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า ต้นทุน “โลจิสติกส์” ของไทยยังสูงอยู่ เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่น ๆ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียนเหมือนกัน ก็ยังมีการพัฒนา “โลจิสติกส์” ก้าวหน้ากว่า

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบ “โลจิสติกส์” ของประเทศไทยเป็นครั้งแรก เมื่อพฤษภาคม 2548 ต่อมา ได้มีการปรับปรุงรายละเอียดเพิ่มเติม และคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ความเห็นชอบ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (2550-2554) เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2552 ที่กำหนดให้ประเทศไทยมีระบบ “โลจิสติกส์” ที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางธุรกิจ และการค้าของภูมิภาคอินโดจีน โดยมุ่งลดต้นทุน “โลจิสติกส์” (Cost Efficiency) เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) และเพิ่มความปลอดภัย และความเชื่อถือในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการ (Reliability and Security) รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากอุตสาหกรรม “โลจิสติกส์” และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ดังนี้

- 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบ “โลจิสติกส์” ในภาคการผลิต

2) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งและ “โลจิสติกส์”

3) การพัฒนาธุรกิจ “โลจิสติกส์”

4) การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า

5) การพัฒนาข้อมูลและกำลังคนด้าน “โลจิสติกส์”

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ (กบส.) ได้จัดแบ่งโครงสร้างของบริการ “โลจิสติกส์” ไทย ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1.การขนส่งสินค้า ครอบคลุมงานทางโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าทั้งภายในและส่งออกนอกประเทศ ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางถนน รถไฟ ทะเล และอากาศ

2.การจัดเก็บสินค้า ดูแล และบริหารคลังสินค้าและการให้บริการติดสลากสินค้า หรือบริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการกระจายสินค้า

3.บริการด้านพิธีการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงาน “โลจิสติกส์” ครอบคลุมงานพิธีการศุลกากร

4.บริการงาน “โลจิสติกส์” ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเสริม

5.บริการพัสดุและไปรษณีย์ภัณฑ์

ทั้งนี้ จากรายงานการศึกษาโครงการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม “โลจิสติกส์” ไทย 2552 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ธุรกิจบริการ “โลจิสติกส์” คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของ GDP มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในปี 2551 ประมาณ 300,000 ล้านบาท



สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยในปัจจุบัน อาจจำแนกได้เป็น 5 กลุ่มหลัก คือ ผู้ประกอบการขนส่งทางบก ขนส่งทางน้ำ ขนส่งทางอากาศ ตัวแทนออกของและตัวแทนขนส่ง และคลังสินค้า ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวนกว่า 10,000 บริษัท และกว่าร้อยละ 80 เป็น SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 ล้านบาท และทำธุรกิจแบบดั้งเดิม บริหารงานแบบครอบครัว และส่วนใหญ่ให้บริการด้าน “โลจิสติกส์” เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม รายงานโครงการศึกษาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม “โลจิสติกส์” ไทย ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการด้าน “โลจิสติกส์” รายใหญ่ในไทย ส่วนมากเป็นต่างชาติที่มีชื่อเสียงอยู่ในแวดวงอุตสาหกรรม “โลจิสติกส์” ส่วนผู้ประกอบการไทยมีน้อยรายที่พอจะมีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างชาติ

- ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งทางบก ส่วนมากเป็นธุรกิจที่คนไทยถือหุ้น 97.95 % และต่างชาติ 2.05 % มีผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แก่ DHL (16 %) ซีเมนต์ไทย (10 %)
- ผู้ประกอบการขนส่งทางน้ำ มีผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย 93 % และต่างชาติ 7 % ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แก่ NYK (14 %) OOCL (12 %)
- ผู้ประกอบการขนส่งทางอากาศ ผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย 64 % และต่างชาติ 36 % ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แก่ TG NIPPON BFF
- ผู้ประกอบการคลังสินค้า ผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย 86 % และต่างชาติ 14 % ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แก่ DHL (11 %) CEVA (10 %)
- ผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนออกของและตัวแทนขนส่ง ผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย 87 % และต่างชาติ 13 % ทั้งนี้ ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้แก่ DHL (22 %) NYK (20 %) MAERSK (12%)

ในการประเมินศักยภาพของบริการ “โลจิสติกส์” ของไทย หากดูจากสัดส่วนต้นทุน “โลจิสติกส์” (ประกอบด้วย ต้นทุนการขนส่งสินค้าและบริการ ต้นทุนบริหารคลังสินค้า ต้นทุนการถือครองสินค้า และต้นทุนบริหารจัดการ) เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะพบว่า ต้นทุน “โลจิสติกส์” ของไทย มีมูลค่ารวมประมาณ 1.9 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.6 ของ GDP ประกอบด้วย

- 1) ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า 823 พันล้านบาท (ร้อยละ 9.1 ของ GDP)
- 2) ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 705 พันล้านบาท (ร้อยละ 7.8 ของ GDP)
- และ 3) ต้นทุนการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ 153 พันล้านบาท (ร้อยละ 1.7 ของ GDP)

ซึ่งอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยของประเทศกำลังพัฒนา แต่ถ้าเทียบกับประเทศคู่ค้าสำคัญ ๆ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน และบราซิล ซึ่งมีต้นทุนโลจิสติกส์ไม่เกินร้อยละ 14-15 ต่อ GDP ประเทศไทยก็นับว่า มีศักยภาพในบริการ “โลจิสติกส์” ต่ำกว่า

ทั้งนี้ ข้อมูลรายงานดัชนีตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้าน “โลจิสติกส์” ที่จัดทำโดยธนาคารโลก ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันด้าน “โลจิสติกส์” ของไทย ยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยในปี 2553 ไทย ถูกจัดเป็นอันดับที่ 35 จาก 155 ประเทศทั่วโลก โดยเกณฑ์ชี้วัด ได้แก่ พิธีการศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งระหว่างประเทศ สมรรถนะผู้ให้บริการ “โลจิสติกส์” ทั้งภาครัฐและเอกชน ระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้า และความตรงต่อเวลาของบริการ แม้ว่า ไทยยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฮ่องกง จีน และมาเลเซีย แต่ก็ดีกว่าอินเดีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม สาเหตุส่วนหนึ่งเป็นเพราะระบบ “โลจิสติกส์” ของไทยยังขาดการบูรณาการในการพัฒนา การขาดประสิทธิภาพและพัฒนาการ ของการขนส่งทางราง และยังขาดหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

กลยุทธ์การดำเนินการปรับปรุงคุณภาพโลจิสติกส์



การปรับปรุงคุณภาพของบริการด้าน “โลจิสติกส์” (Logistics Quality Improvement Strategy) ในปัจจุบันนั้น การดำเนินการทางธุรกิจ SME’s แต่ละบริษัท ส่วนมากต่างฝ่ายก็ทำงานของตน ประโยชน์ในเชิงบูรณาการขององค์กรต่ำ เพราะแต่ละฝ่ายไม่สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน ดังนั้น จึงต้องเปลี่ยนการดำเนินงานให้มีกระบวนการรวมตัว เพื่อให้สามารถใช้ปัจจัยหรือทรัพยากรทั้งหมดแบบมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ตามทฤษฎีของไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) มีกลยุทธ์ที่ใช้ 3 ลักษณะ คือ

- ความเป็นผู้นำทางต้นทุน (Cost Leadership)
- การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)
- การมุ่งเฉพาะ (Focus)

สำหรับ SME’s แต่ละราย ถึงแม้จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ก็สามารถเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรม ขนาดธุรกิจ สินค้า และ วัฒนธรรมองค์กร โดยไม่ควรจะใช้พร้อมกันทั้ง 3 ลักษณะ เพราะจะทำให้ประสบปัญหาความขัดแย้งรุนแรงใน บริษัท ผู้ประกอบการ SME’s จะประสบปัญหาในการแข่งขันในหลาย ๆ ด้าน ทั้งที่อยู่ในรูปหน้าที่ของแต่ละฝ่าย และในการใช้ประโยชน์ในสินค้าและบริการ ราคา คุณภาพ การรักษาเวลา และการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้ “โลจิสติกส์” และการจัดการซัพพลายเชน เข้ามาสนับสนุนทั้งสิ้น ฉะนั้น คุณภาพ “โลจิสติกส์” จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และใช้ในการรักษาเวลาในการให้บริการ ซึ่งปัจจุบันองค์กรชั้นนำขนาดใหญ่ได้ก่อตั้งฝ่ายดูแลระบบคุณภาพขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการจัดการภายในองค์กร การเพิ่มขีดความสามารถจะพิจารณาในรูปแบบของเวลาที่ใช้ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความสำคัญ

ระหว่างผู้ขายสินค้ากับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความสมดุล เพื่อลดความบกพร่องของงาน รวมถึงการปฏิบัติงาน ภายใต้ความต้องการของลูกค้า แบบไม่มีข้อจำกัด การทำงานแบบต่อเนื่อง

ทั้งนี้ เมื่อย้อนกลับมามอง SME's มีจำนวนไม่น้อยที่ประสบปัญหาในการแข่งขัน ขาดการพัฒนา ระบบคุณภาพเพื่อลดการสูญเสีย นอกจากนั้น การดำเนินงานขาดคุณภาพ ไม่สามารถเพิ่มความสามารถในการ ตอบสนองลูกค้าในระยะเวลา ฉะนั้น เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ จึงมีความจำเป็นต้องรวมตัวกันเป็น กลุ่มอุตสาหกรรม ตัวอย่างบริษัทหลายบริษัทที่อยู่ในกลุ่มยานยนต์ ได้สร้างกลยุทธ์เพื่อเชื่อมโยงผู้ขายสินค้า ลูกค้า ลูกค้าของลูกค้า การจัดการดำเนินงานด้านคุณภาพ เป็นการจัดการที่ต้องผสมผสานเทคนิคเข้าช่วย ซึ่ง จัดอยู่ในรูปแบบพันธมิตรสามฝ่าย (Three Way Partnership) มีฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือผู้ขาย ปัจจัยการผลิต (Supplier) ซึ่งในองค์กรจะมีฝ่ายที่รับผิดชอบคือฝ่ายจัดซื้อ งานผลิต และบริการ รับผิดชอบ โดยฝ่าย ดำเนินงาน ลูกค้าและลูกค้าของลูกค้า (Customer and Customer of customer) มีฝ่ายขายและ การตลาดเป็นผู้ดูแล โดยมีฝ่ายที่สนับสนุนคือฝ่ายบัญชีการเงิน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งปัจจุบันทุก อุตสาหกรรม เริ่มนำมาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความแข็งแกร่งในการแข่งขัน ที่ปัจจุบันเรียกว่า การ จัดการซัพพลายเชน โดยการดำเนินงานด้านคุณภาพ จะรวมเอาข้อมูลจากทุกกิจกรรม มาประกอบการ พิจารณาร่วม เพื่อสร้างและออกแบบระบบคุณภาพ ให้เหมาะสมกับประเภทอุตสาหกรรม และบริการ



การจัดการคุณภาพมีความสำคัญต่อบริษัทใน 2 แนวทาง คือเพิ่มรายได้ในรูปแบบของยอดขาย และลด ต้นทุนในการผลิตหรือบริการ โดยการลดต้นทุนเกิดจากการจัดการแบบมีประสิทธิภาพ ในการลดของเสีย (Zero Defect) ต้องดำเนินงานโดยมีการวางแผน มีการจัดการที่เหมาะสม หรือเรียกว่า การจัดการที่มี ประสิทธิภาพ การจัดการให้เกิดการเพิ่มผลผลิตในองค์กร จะมีการปรับปรุงต่อเมื่อการทำงานทุกฝ่ายมี ประสิทธิภาพ ขนาดทรัพยากรบุคคลเล็กลง แต่ขนาดธุรกิจขยายออก ประหยัดและลดค่าใช้จ่าย การทำงาน สามารถย่นเวลาให้สั้นลง หรือมีการทูกำแพงระหว่างฝ่าย จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพราะคุณภาพ ที่ดีของผลิตภัณฑ์ จะส่งผลให้องค์การธุรกิจ มีผลกำไรมากขึ้น

สำหรับ กลยุทธ์การดำเนินการปรับปรุงคุณภาพ “โลจิสติกส์” เพื่อให้การลงมือดำเนินงานในกระบวนการคุณภาพประสบความสำเร็จ มีการจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนเป็น 6 ลำดับ เพื่อให้ปฏิบัติตามอย่างมีประสิทธิภาพ มีดังนี้

1. การตรวจประเมินคุณภาพ (Quality Audit) การเข้าสู่การตรวจสอบคุณภาพ เพื่อกำหนดโอกาสปรับปรุงคุณภาพโดยใช้ “โลจิสติกส์” ต้องมีการทดสอบรูปแบบของกระบวนการ “โลจิสติกส์” ที่ใช้ใน SME’s และขยายไปยังช่องว่างที่มีอยู่ ระหว่างผู้ขาย ปัจจัยการผลิต และความคาดหวังของลูกค้า

2. การให้การศึกษาแก่ผู้บริหาร (Executive Education) ต้องจัดหลักสูตรอบรมระยะสั้น 2-3 วัน สำหรับผู้บริหาร และผู้จัดการด้านคุณภาพขององค์กร เพื่อให้ทราบวัตถุประสงค์ในการจัดทำคุณภาพ “โลจิสติกส์” ที่บางครั้ง “โลจิสติกส์” อาจลงมือดำเนินการเอง หรือบางครั้งอาจจะใช้บริการจากภายนอก เพื่อให้เป็นหลักการเบื้องต้น ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ “โลจิสติกส์”

3. การวางแผนคุณภาพเชิงกลยุทธ์ (Strategic Quality Plan) การวางแผนต้องอธิบายถึงองค์ประกอบของกระบวนการคุณภาพ ความรู้ที่ต้องจัดเตรียม เวลาที่ใช้ตั้งแต่เริ่มต้นจนโครงการแล้วเสร็จโดยสมบูรณ์ และความรับผิดชอบของแต่ละคน การอบรม การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง que ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงาน ต้องให้ความเอาใจใส่ในการบริหารคุณภาพ

4. โครงการปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement Projects) เกี่ยวกับการจัดการโครงการปรับปรุงคุณภาพ “โลจิสติกส์” ให้ประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ ต้องพิสูจน์เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุด ที่จะส่งเสริมคุณภาพ “โลจิสติกส์” ทีมงานปรับปรุงคุณภาพต้องกำหนดรูปแบบงานในหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพที่มีอยู่ในองค์กร และสื่อสารไปยังฝ่ายอื่น ๆ หรืองานอื่นที่เกี่ยวข้องกับ “โลจิสติกส์”

5. ให้ความรู้พนักงาน (Employee Education) เมื่อผู้บริหาร และผู้จัดการ ได้รับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ “โลจิสติกส์” แล้ว และมีโครงการพัฒนาคุณภาพ “โลจิสติกส์” บางส่วนแล้วเสร็จ จะช่วยให้การอบรม และการศึกษาของระดับหัวหน้างานและพนักงานง่ายขึ้น การให้ความรู้จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ของกระบวนการ “โลจิสติกส์” ทั้งระบบ และต้องออกแบบเพื่อให้ทุกคนจำให้ขึ้นใจตลอดเวลา

6. การดำเนินงานคุณภาพและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Implementation and Continuous Improvement) ผลของการพัฒนากระบวนการคุณภาพ “โลจิสติกส์” จะเป็นเครื่องมือที่พิสูจน์ว่า สามารถช่วยให้เกิดประโยชน์ แก่ SME’s และสร้างมูลค่าแก่ลูกค้า จากการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพ และประสิทธิผลจากการดำเนินงาน และการสร้างความแตกต่างในการให้บริการ หลังจากนั้น ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องในกระบวนการคุณภาพ เพื่อให้ SME’s และลูกค้า เกิดประโยชน์สูงสุด

อ้างอิง

คู่มือแนะนำแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับ SMEs

การจัดจ้างด้านโลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing)



พัฒนาการที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งทางด้าน “โลจิสติกส์” คือ การใช้บริการของผู้ให้บริการ “โลจิสติกส์” (Logistics Service Provider) ที่เพิ่มมากขึ้น หรือที่เรียกว่า “การจัดจ้างโลจิสติกส์” (Logistics Outsourcing) โดยแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการจ้าง มีตั้งแต่การลดต้นทุน ถึงความต้องการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้ให้บริการ “โลจิสติกส์”

1.การจัดจ้าง

1.1.ความหมายของการจัดจ้าง Institute for Supply Management สถาบันทางการจัดการอุปทานที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าจัดจ้างไว้ว่า การจัดจ้างคือรูปแบบหนึ่งของการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือทำเอง ซึ่งองค์กรเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่องค์กรนั้นเคยผลิตเอง หรือการบริการที่องค์กรนั้นเคยทำเอง การจัดจ้างจะเกี่ยวข้องกับการจัดหา และการใช้ผู้ให้บริการที่รับจ้างในการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่สำเร็จแล้ว แทนที่จะจัดหาวัตถุดิบ แล้วนำมาผลิตหรือทำให้สำเร็จเอง ฉะนั้น การจัดจ้างโลจิสติกส์ ก็คือการที่องค์กรเลือกให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เข้ามาทำหน้าที่ปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์แทนที่องค์กรนั้นจะทำเอง

1.2.แรงผลักดันที่ทำให้เกิดการริเริ่มการจัดจ้าง การริเริ่มการจัดจ้างนั้น อาจเกิดจากหลายเหตุผลซึ่งมักจะเกิดจากแรงผลักดันต่าง ๆ ข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้

-เพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันจากผู้บริหาร ไม่ว่าจะแรงกดดันนั้น จะมาจากบอร์ดของบริษัท ผู้ถือหุ้นหรือผู้บริหาร การขู่เชิญเป็นตัวผลักดันการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลต่ำที่สุด

-เพื่อเป็นการลดปัญหาการปฏิบัติการที่มีอยู่ ปัญหาการปฏิบัติการที่มีอยู่สามารถที่จะเป็นแรงกระตุ้นที่ดี และหากปัญหานั้น มีความท้าทายในการปฏิบัติการ มันอาจจะเป็นสิ่งขับเคลื่อนที่เหมาะสมสำหรับการจัดจ้าง

-เพื่อเป็นการเติมเต็มความต้องการ เมื่อคุณได้สังเกตเห็นช่องว่างระหว่างสิ่งที่คุณเป็นอยู่ในขณะนี้ กับสิ่งที่คุณต้องการจะเป็น หรือสิ่งที่เป็นไปได้

1.3. ผลประโยชน์ที่จะได้รับการจัดจ้าง

-เป้าหมายทางธุรกิจที่ชัดเจนขึ้น

การจัดจ้างทำให้บริษัทต่าง ๆ สามารถมุ่งความสนใจไปยังทักษะและธุรกิจหลักของตน รวมทั้งประเด็นทางธุรกิจอื่น ๆ อันได้แก่ การสร้างแบรนด์ กลยุทธ์ และการวางแผน ในขณะที่เรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติการเฉพาะเรื่อง ได้ถูกมอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก รับไปดูแลจัดการแทน การจัดจ้างยังช่วยให้ผู้บริหาร สามารถจัดลำดับความสำคัญของเรื่องต่าง ๆ ได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น และเมื่อเวลาและความสนใจไม่ถูกแบ่งทอน พวกเขาจะสามารถปฏิบัติการในส่วนของธุรกิจหลักให้สัมฤทธิ์ผลได้ดีขึ้น

-ต้นทุนในการปฏิบัติการที่ลดลงหรือควบคุมได้

เหตุผลทางกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการจัดจ้าง อาจจะเป็นประโยชน์ในเรื่องของการลดและควบคุมต้นทุนในการปฏิบัติการ การที่ผู้ให้บริการจัดจ้าง มีโครงสร้างต้นทุนที่ต่ำกว่า เป็นหนึ่งในประโยชน์ระยะสั้นที่ดึงดูดมากที่สุดในการทำจัดจ้าง โครงสร้างต้นทุนที่ต่ำกว่าของผู้ให้บริการจัดจ้างของคุณ อาจจะเป็นผลมาจากการประหยัด จากปริมาณงานที่มากขึ้น (Economies of Scale) นอกจากนี้ การจัดจ้าง ยังทำให้สามารถเปลี่ยนค่าใช้จ่ายที่ตายตัว ให้กลายเป็นค่าใช้จ่ายที่แปรผันได้

-ความสามารถที่เพิ่มสูงขึ้นในการเข้าถึงขีดความสามารถที่ผู้ให้บริการมี

ด้วยธรรมชาติของความชำนาญเฉพาะด้านนั้น ผู้ให้บริการจัดจ้างจะนำมาซึ่งเทคโนโลยี เครื่องไม้เครื่องมือและเทคนิคใหม่ ๆ ซึ่งบริษัทจะยังไม่มี อันจะทำให้เพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยทักษะต่าง ๆ ที่เพิ่มพูนขึ้นดังกล่าว และยังช่วยให้ลูกค้าเหล่านั้น หลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายในการไล่ตามเทคโนโลยีและการจัดฝึกอบรมได้อีกด้วย



-ช่วยให้บริษัทขนาดกลางและเล็กสามารถแข่งขันได้

บริษัทเล็ก ๆ ส่วนมาก ไม่สามารถที่จะมีบริการสนับสนุนภายในเหมือนอย่างบริษัทใหญ่ ๆ มีได้ การจัดจ้างสามารถช่วยบริษัทเล็ก ๆ เหล่านี้ ให้กระทำการ “ใหญ่ ๆ” ได้ โดยการที่ผู้ให้บริการจัดจ้างนั้น ให้ช่องทางพวกเขาเข้าสู่การได้รับการประหยัด จากปริมาณงานที่ใหญ่ (Economies of Scale) ความมีประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญ เหมือนอย่างบริษัทใหญ่ ๆ ได้รับ

-ทรัพยากรต่าง ๆ จะถูกนำไปใช้ ในกิจกรรมที่มีความสำคัญทางกลยุทธ์มากขึ้น
องค์กรทุกองค์กรมีทรัพยากรที่ใช้ได้อย่างจำกัด การจัดจ้างจะทำให้ทรัพยากรเหล่านั้น ถูกดึงจากกิจกรรมที่ไม่ใช่งานหลัก เพื่อไปใช้ในกิจกรรมที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้มากกว่า

-เงินทุนที่ได้กลับเข้ามา

ในการจัดจ้างอาจมีเรื่องของการโอนทรัพย์สินจากองค์กรไปยังผู้ให้บริการจัดจ้าง อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ยานพาหนะ และใบอนุญาตต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประกอบกิจการ ล้วนมีราคา และถูกขายให้กับผู้ให้บริการจัดจ้าง ซึ่งผู้ให้บริการจัดจ้าง ก็จะใช้ทรัพย์สินดังกล่าว ในการให้บริการแก่องค์กรเหล่านั้น การขายทรัพย์สินดังกล่าว อาจทำให้องค์กรได้รับเงินสดจำนวนมาก ในการพัฒนาธุรกิจของบริษัท

-การลดการลงทุน

ในองค์กรส่วนใหญ่ จะมีการแข่งขันกันอย่างโหดเหี้ยม เพื่อให้ได้มาซึ่งเงินทุน การตัดสินใจว่า จะนำเงินเหล่านั้นไปลงทุนในเรื่องใด เป็นการตัดสินใจที่สำคัญมากเรื่องหนึ่งสำหรับบริษัท การจัดจ้างช่วยลดความจำเป็น ในการนำเงินไปลงทุนในงานที่ไม่ใช่งานหลักของธุรกิจ ทั้งนี้ การจัดจ้างงานออกไป ทำให้หมดความจำเป็นที่จะต้องแสดงให้เห็นผลตอบแทน จากการลงทุนในเรื่องที่ไม่ใช่งานหลักขององค์กร

-การลดความเสี่ยงจากการรวมความเสี่ยงเข้าด้วยกัน (Risk Pooling)

การลดความเสี่ยงจากการรวมความเสี่ยงเข้าด้วยกัน สามารถที่จะถูกอธิบายได้จากตัวอย่างของการจัดจ้าง การขนส่ง ให้กับผู้ให้บริการขนส่งที่ให้บริการขนส่งกับหลาย ๆ บริษัท เมื่อเรารวมความต้องการในการใช้รถขนส่งของหลายบริษัทเข้าด้วยกัน จำนวนรถที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้รถด้วยระดับการบริการหนึ่งจะลดลง และนี่ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนลดลงได้โดยการใช้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

1.4. ความเสี่ยงจากการจัดจ้าง

-ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า

หากเราจะจัดจ้างงานที่ต้องมีการติดต่อกับลูกค้า เราต้องมีการควบคุมทุกกระบวนการที่สามารถส่งผลกระทบต่อโดยตรง ต่อความสัมพันธ์ของบริษัทกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวจะขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้สัมผัสนั่นเอง

-ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลความลับ

ในการจัดจ้างนั้น เราจะต้องแน่ใจว่า ผู้ให้บริการมีการดำเนินการด้านการรักษาข้อมูลความลับของบริษัทเหมาะสม ความเสี่ยงต่อการเกิดกรณีละเมิดมาตรการรักษาข้อมูลความลับ หรือกรณีการสูญเสียทรัพย์สินทางมีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้น มาตรการต่าง ๆ ต้องถูกบันทึก ตรวจสอบ และรายงานอย่างสม่ำเสมอ

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

การบริหารการจัดซื้อ



การจัดซื้อจัดหา หรือที่เป็นที่รู้จักในชื่อของการจัดหา (Procurement) เป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญในโซ่อุปทาน สามารถมีอิทธิพลต่อความสำเร็จโดยรวมขององค์กรได้มาก สิ่งสำคัญของงานจัดซื้อจัดหา ก็คือ จะต้องมียุทธศาสตร์ของวัตถุดิบที่พอเพียง ในราคาที่เหมาะสม มีคุณภาพตามที่ต้องการ ในสถานที่ที่ถูกต้อง และในเวลาที่ถูกต้อง ซึ่งมีความสำคัญต่อโรงงานผลิตใด ๆ ก็ตาม

วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อจัดหา (กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ และคนอื่นๆ, 2547)

- 1.การจัดซื้อที่ดีนั้นสามารถเพิ่มผลกำไรให้แก่กิจการได้
- 2.กิจกรรมที่ต้องดำเนินการในหน้าที่การจัดซื้อ
- 3.ผลกระทบของการผลิตที่มีต่อการจัดซื้อ
- 4.บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

พันธกิจของการจัดซื้อจัดหา คือ การให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ และการบริการ ที่ต้องการโดยฝ่ายผลิต ฝ่ายกระจายสินค้า และองค์กรบริการ ณ เวลาที่ถูกต้อง ราคาที่ถูกต้อง สถานที่ที่ถูกต้อง ปริมาณ และคุณภาพที่ถูกต้อง

ความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อฝ่ายจัดซื้อจัดหา

งานจัดซื้อมักถูกมองว่า เป็นงานแรกของกิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistics) รับผิดชอบให้บริการให้ตรงความต้องการของหน่วยผลิต หรือหน่วยงานภายในอื่น ๆ ฝ่ายจัดซื้อจัดหาจะต้องสามารถค้นหาความต้องการเหล่านั้น การสร้างความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และวัตถุดิบ หรือแม้กระทั่งการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

พัฒนาการของการจัดซื้อ

งานจัดซื้อจัดหาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานธุรกิจ และมีวิวัฒนาการอย่างค่อยเป็นค่อยไป รูปแบบโครงสร้างองค์กรหรือการแบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นฝ่าย หรือหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ภารกิจและความรับผิดชอบเริ่มเด่นชัดมากขึ้น ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขามีมากขึ้น ความรู้ความสามารถที่สะสมจากประสบการณ์ทำให้แต่ละงานมีความซับซ้อนและท้าทายเพิ่มขึ้น งานจัดซื้อเป็นงานที่ได้แปรเปลี่ยนตามความสามารถในการผลิตสินค้าขององค์กร ความเชี่ยวชาญในการผลิตที่เพิ่มขึ้น และการมุ่งเน้นการลดต้นทุนทำให้เกิดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับภายนอกองค์กรหลาย ๆ กิจกรรม

การจัดหานั้นไม่ได้เกี่ยวกับแค่วัตถุดิบเพียงอย่างเดียว การจัดหานั้นยังอาจต้องจัดหาปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น สาธารณูปโภค , เชื้อเพลิง , สิทธิทรัพย์ , การเดินทางและโรงแรมที่พักสำหรับองค์กร , วัสดุอุปกรณ์ ของใช้ต่าง ๆ ในโรงงานและสำนักงาน , บริการที่จัดจ้างออกไปภายนอก , อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้ แต่ละบริษัทจะมีการใช้ต้นทุนที่จุดต่าง ๆ ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับธุรกิจขององค์กร

บทบาทที่มีมากขึ้นของการจัดซื้อจัดหา

องค์กรธุรกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้เป็นเจ้าของ องค์กรจะไม่สามารถเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ได้ดีไปกว่าบริการที่ได้รับจากซัพพลายเออร์ ซึ่งถ้าซัพพลายเออร์และวัตถุดิบมีปัญหาด้านคุณภาพ ก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อลูกค้า รวมทั้งเพิ่มต้นทุนขององค์กรในความพยายามแก้ไขปัญหาเหล่านั้น เช่น ต้องมีต้นทุนในการจัดเก็บวัตถุดิบมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ของการจัดซื้อจัดหา เช่น การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบ เพื่อสนับสนุนจุดมุ่งหมายโดยรวมขององค์กร การเข้าถึงแหล่งซื้อใหม่ ๆ วัตถุดิบชนิดใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ บริการใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร แหล่งอุปทานใหม่ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น การพัฒนาซัพพลายเออร์ และการบริหารความสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีความสำคัญต่อรูปแบบการแข่งขัน พันธมิตร

ประเภทของการจัดซื้อ (Categories)

- ส่วนประกอบของสินค้า (components)
- วัตถุดิบ (raw materials)
- สินค้าที่ใช้ในการดำเนินงาน (operating supplies)
- อุปกรณ์สนับสนุน (supporting equipment)
- อุปกรณ์ดำเนินการ (process equipment)
- บริการ (services)

ชื่อเรียกต่าง ๆ ของการจัดซื้อจัดหา ที่ได้รับอิทธิพลจากความต้องการดำเนินงานลักษณะต่าง ๆ กัน

- การจัดซื้อจัดหา (Procurement sourcing) เสาะหาวัสดุให้ได้ตามความต้องการพื้นฐาน
- การจัดหากกลยุทธ์ (Strategic sourcing) จัดหาวัสดุเพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น
- การจัดการพัสดุ (Supply management) บริหารเฉพาะวัสดุ อุปทาน
- การจัดการซัพพลายเออร์ (Supplier management) บริหารจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

หน้าที่อื่น ๆ ของฝ่ายจัดซื้อจัดหา

- ระบุแหล่งอุปทาน Identifying sources of supply
- ต่อรองสัญญา Negotiating contracts
- รักษาฐานข้อมูลซัพพลายเออร์ Maintaining a database of suppliers
- ได้รับสินค้าและบริการ Obtaining goods and services
- บริหารจัดการสิ่งที่ส่งเข้า Managing supplies



การกำหนดเป้าหมายของการจัดหา

เมื่อกำหนดเป้าหมายของการจัดหา ต้องพิจารณาเรื่องต่อไปนี้

- ความพร้อมของอุปทานของวัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ
- การจัดการสินค้าคงคลังผ่านซัพพลายเออร์ (VMI)
- คุณภาพของอุปทาน
- รายละเอียดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- ราคา
- แหล่งที่มาของอุปทาน
- วิธีการอุปทาน เช่น การจัดส่งแบบทันเวลาพอดี
- วิธีการขนส่งที่เลือกใช้
- ลำดับชั้นของความสำคัญ เช่น วัตถุดิบจะมีความสำคัญเหนือกว่าเครื่องเขียนสำหรับสำนักงาน
- การพิจารณาตัดสินใจว่าจะผลิตเองหรือจะซื้อจากซัพพลายเออร์

ทั้งนี้ ฝ่ายจัดซื้อจัดหาถือเป็นศูนย์ต้นทุนหลัก(cost center) ที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งขององค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่มีการผลิต (manufacturing) สามารถส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์สุดท้าย (ทำให้สูงกว่าที่กำหนด) และช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การตอบสนอง และการสร้างความแตกต่าง

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

การบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ กับ SMEs



ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนกับกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ ดังนี้

1. ต้นทุนการขายสินค้า (Cost of Goods Sold) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการขาย การบริหารจัดการสำนักงาน และการกระจายสินค้า ซึ่งเป็นตัวแปรโดยตรงกับต้นทุนการขายสินค้า

2. ต้นทุนสินค้าคงคลัง (Inventory Carrying Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการจัดการเพื่อให้มีสินค้าวางขายในตลาดโดยไม่ขาดตลาด และมีอยู่ในปริมาณไม่มากเกินไป

3. ต้นทุนการจัดการคลังสินค้า (Warehousing Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการจัดทิศทางของการเคลื่อนไหวของสินค้า การกำหนดสถานที่จัดเก็บผลิตภัณฑ์ , ท่าเลที่ตั้งของคลังสินค้า

4. ต้นทุนกระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมกระบวนการสั่งซื้อ โดยเริ่มต้นตั้งแต่การได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การจัดการข้อมูลคำสั่ง ฯลฯ

5. ต้นทุนปริมาณ (Lot Quantity Costs) เป็นต้นทุนที่เกิดจากกิจกรรมการจัดการสั่งซื้อและการผลิต โดยผันแปรกับปริมาณสินค้าที่จัดหาและการผลิต หรือความถี่ในการสั่งซื้อ

6. ต้นทุนการขนส่ง (Transportation Costs) ควรคำนึงถึงวิธีในการขนส่ง การรวบรวมสินค้าก่อนทำการขนส่ง การกำหนดเส้นทางการขนส่ง การวางแผนด้านเวลา รวมถึงเรื่องเครื่องมือหรืออุปกรณ์

ผู้ประกอบการ SMEs ควรระมัดระวังและพิจารณาเลือกกิจกรรมในระบบโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผลที่ได้รับมีความสำคัญต่อองค์กรทั้งการเพิ่มรายได้ การลดต้นทุนในการผลิตหรือบริการ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้า ระดับการบริการ และการใช้ทรัพยากร

ความสำคัญของต้นทุนโลจิสติกส์กับผลกำไรของธุรกิจ

ผู้ประกอบการ SMEs ควรเริ่มต้นการบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ จากหลักการและเหตุผลดังต่อไปนี้

1. เริ่มต้นด้วยการจัดการต้นทุนโลจิสติกส์มหภาค โดยคำนึงถึงต้นทุนสินค้าคงคลัง ต้นทุนการขนส่ง และที่สำคัญคือ ต้นทุนค่าเสียโอกาสต่าง ๆ
2. การหาทางเลือกต่าง ๆ ในการขนส่งหลายรูปแบบให้เหมาะสมกับงบประมาณค่าขนส่ง ระยะเวลาในการส่งมอบ และความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงระดับคุณภาพบริการ
3. การวิเคราะห์จำนวนวันเฉลี่ยที่ใช้ในการเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป และจำนวนวันที่สินค้าอยู่ในสายการผลิต เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยการบริหารแบบ Just in Time (JIT)
4. การบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่แน่นอนด้านการขนส่ง ทั้งในและต่างประเทศ โดยเลือกผู้ให้บริการขนส่งแบบบูรณาการ (Integrated Services / Door to Door) เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ
5. การจ้างผู้เชี่ยวชาญโลจิสติกส์ (3rd Party Logistics Provider: 3PL) เพื่อมาบริหารงานด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และช่วยควบคุมและประเมินต้นทุนโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ



การวิเคราะห์ต้นทุน

การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ทำให้ได้ทราบถึงต้นทุนเกิดขึ้นจริงในระบบโลจิสติกส์ขององค์กร ผู้ประกอบการ SMEs ควรคำนึงถึงการควบคุมและติดตามประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งประกอบด้วย 3 แนวทาง ดังนี้

1. การควบคุมต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยต้นทุนมาตรฐาน (Standard Costs) เป็นการหาค่าต้นทุนมาตรฐานต่อหน่วยในแต่ละกิจกรรม สำหรับนำไปเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานปัจจุบันรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน
2. การกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการเพิ่มผลผลิตหรือผลิตภาพ (Productivity Indicators) เป็นการวัดแต่ละกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ

3.การควบคุมกิจกรรมโลจิสติกส์ด้วยแผนภูมิควบคุมคุณภาพ (Statistical Process Control Chart) เป็นวิธีการที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อติดตามผลผลิตของกระบวนการผลิต ว่ายังคงอยู่ในสภาวะควบคุมได้ทางสถิติ

การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อกำหนดราคาขาย

การนำระบบโลจิสติกส์ไปใช้ให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การวิเคราะห์ต้นทุนเกิดขึ้นทั้งระบบ โดยเปรียบเทียบก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรจะมีข้อมูลการบัญชีอย่างถูกต้องและเพียงพอ เพื่อช่วยวิเคราะห์ต้นทุน ในการกำหนดราคาขายเพื่อให้ได้ผลกำไร ดังนี้

1. การวิเคราะห์ต้นทุนตามลักษณะแหล่งกำเนิด โดยแบ่งต้นทุนออกเป็นค่าวัสดุ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า

2.การวิเคราะห์ต้นทุนตามพฤติกรรมต้นทุน โดยแยกความสัมพันธ์ของต้นทุนกับปริมาณการผลิต แบ่งเป็น ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost)

3.การวิเคราะห์ต้นทุนตามลักษณะของค่าใช้จ่าย โดยเป็นค่าใช้จ่ายทางตรง (Direct Cost) และค่าใช้จ่ายทางอ้อม (Indirect Cost)

4.การวิเคราะห์ต้นทุนตามกิจกรรม (Activity-Based Costing: ABC) เป็นวิธีการคำนวณต้นทุนแบบใหม่โดยคำนวณตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพข้อมูลต้นทุนให้ใกล้เคียงกับข้อเท็จจริง

ทั้งนี้ การบริหารจัดการต้นทุนด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ให้มีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนได้ โดยเริ่มต้นที่การวิเคราะห์ต้นทุนในแต่ละกิจกรรม เพื่อพิจารณาประสิทธิภาพกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญ ได้แก่ การให้บริการ การบริหารสินค้าคงคลัง จัดซื้อ การจัดการวัสดุ การขนส่ง การจัดการคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า บรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ

อย่างไรก็ตาม การลดต้นทุนย่อมต้องมีอุปสรรค และเกิดความขัดแย้งภายในองค์กร ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ควรกำหนดนโยบายการลดต้นทุน โดยพิจารณาร่วมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการทบทวนความสามารถขององค์กร และการทบทวนความต้องการของลูกค้า โดยการลดต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งระบบ ควรเกิดจากการร่วมมือในทุกกิจกรรมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)



การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) คือ การบริหารสินค้าซึ่งอาจจะเป็นวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป งานระหว่างผลิต สินค้าที่เป็นส่วนประกอบ วัสดุสิ้นเปลือง

ให้มีต้นทุน และมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เหมาะสม และให้มีความสมดุลกันระหว่างอุปสงค์ กับอุปทาน

ทำไมการจัดการสินค้าคงคลังจึงมีความสำคัญ ?

กรอบการทำงานเชิงการแข่งขัน (Competitive Framework)

-เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

โดยมากแล้วการติดตั้งเครื่องจักร เป็นกระบวนการที่มีต้นทุนสูง ดังนั้น การผลิตจะต้องผลิตเป็นระยะ ยาวที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง

แต่ทั้งนี้ เราก็ต้องเปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยนี้ กับต้นทุนในการถือครองสินค้าคงคลังด้วย

-เพื่อรองรับความแปรปรวนของอุปสงค์

อุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ไม่ได้เท่าเทียมกันตลอดไปเสมอ แต่จะมีเปลี่ยนแปลงไปในระยะสั้น ๆ ตาม ฤดูกาล ฯลฯ ดังนั้น เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการขาดสินค้าคงคลัง เราจึงต้องรักษาสินค้าคงคลังสำรองไว้ระดับหนึ่ง

-เพื่อรองรับเวลาในการอุปทาน (เวลานำ) ช่วงต่างๆ

สินค้าคงคลังสำรองส่วนอื่น จะถือครองไว้เพื่อใช้รองรับช่วงความล่าช้า ในการจัดส่งจากซัพพลายเออร์

-ต้นทุนในการจัดซื้อ

มีต้นทุนในการบริหารส่วนหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ และเพื่อที่จะลดต้นทุนส่วนนี้ เราจะต้องถือ ครองสินค้าคงคลังเพิ่มเติม

และเรายังจำเป็นที่จะต้องเทียบต้นทุนในการบริหารส่วนนี้ กับต้นทุนในการถือครองสินค้าคงคลัง ดังนั้น เราจึงต้องใช้การคำนวณปริมาณสั่งซื้อที่คุ้มค่าที่สุด (EOQ)

- เพื่อฉวยโอกาสส่วนลดจากปริมาณการสั่งซื้อ
- ผลิตภัณฑ์บางชิ้นจะมีราคาต่อหน่วยถูกลงถ้าซื้อในปริมาณมาก ๆ
- เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล

การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ อาจมีสาเหตุจากอุปสงค์ ที่ผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมในบางช่วงเวลาเท่านั้น การจะรองรับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้และรักษาระดับการผลิตที่คงที่ไปพร้อม ๆ กัน จะต้องมีการผลิตทั้งปี เพื่อเก็บสินค้าคงคลังสำรองสำหรับช่วงนั้น การเปลี่ยนแปลงของอุปทาน ยังอาจจะเกิดขึ้นเพราะว่ามีการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นแค่บางช่วงเวลาในหนึ่งปี ซึ่งมักจะเป็นการผลิตอาหารที่มีสินค้าคงคลังสูงในช่วงเวลาเก็บเกี่ยว

- เพื่อจะรองรับการเปลี่ยนแปลง หรือการเก็งราคา

ราคาของผลิตภัณฑ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากหลาย ๆ สาเหตุ ดังนั้น บริษัทบางบริษัทจึงซื้อในปริมาณมาก ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงราคาเหล่านี้

- เพื่อช่วยให้การผลิตและปฏิบัติการกระจายสินค้าราบรื่นมากขึ้น
- คือการเก็บสินค้าคงคลังไว้ เพื่อ ‘แยก’ กิจกรรมทั้งสองออกจากกัน
- เพื่อให้การบริการลูกค้าได้ในทันที



ในบางตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง บริษัทต่าง ๆ จะต้องจัดหาสินค้าให้ลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ (คือจากสินค้าคงคลัง)

- เพื่อลดความล่าช้าในการผลิตที่เกิดจากการขาดชิ้นส่วนอะไหล่
- ประเด็นนี้มีความสำคัญนอกเหนือจากการบำรุงรักษาทั่ว ๆ ไปด้วย คือสำหรับโรงงานและเครื่องจักรราคาแพงที่เสียหาย การมีอะไหล่สำรองจะช่วยลดการหยุดงานในโรงงานได้
- งานระหว่างผลิต

งานในส่วนนี้จะช่วยเหลือกระบวนการผลิต โดยการเก็บสินค้าคงคลังของงานระหว่างผลิตไว้สำหรับช่วงระหว่างกระบวนการสองกระบวนการ

ผลกระทบเชิงการเงิน

สินค้าคงคลังและความสามารถในการทำกำไร

การประเมินความสามารถในการทำกำไรของกิจการ จะพิจารณาจากตัวเลขในงบการเงินถึงผลตอบแทนที่กิจการได้รับจากการประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยอัตราส่วนที่สำคัญ 3 อัตราส่วน คือ

- 1) กำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)
- 2) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets)
- 3) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Net Worth)

ทั้งนี้ การที่สินค้าคงคลังมากเกินไป จะทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลง ด้วยเหตุผลที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. กำไรสุทธิลดลง จากการที่มีต้นทุนที่เกี่ยวข้อง กับการมีสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ค่าประกันภัย ค่าภาษี ต้นทุนสินค้าเสื่อมสภาพ และสินค้าเสียหาย
 2. การที่มีสินค้าคงคลังมาก ทำให้ยอดรวมของสินทรัพย์สูง ซึ่งจะส่งผลให้อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Asset Turnover) ลดลง และทำให้โอกาสของการลงทุนในสินทรัพย์อื่นลดลง
- นอกจากนี้ ยังทำให้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงไปด้วย

อ้างอิง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

www.fti.or.th

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีโลจิสติกส์



ภาพรวมของการพัฒนาเทคโนโลยีโลจิสติกส์

การพัฒนาขีดความสามารถด้านโลจิสติกส์ และการจัดการซัพพลายเชน สำหรับ SME's จะสามารถพัฒนาอย่างยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาบุคลากร กระบวนการโลจิสติกส์ ที่สามารถพัฒนาขีดความสามารถได้ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ในโลจิสติกส์และการกระจายสินค้า นอกจากจะพิจารณาเทคโนโลยีในปัจจุบัน ยังต้องมองเทคโนโลยีอนาคต โดยในโลจิสติกส์ มีกิจกรรมหลักที่ต้นทุนรวมเกินร้อยละ 80 คือการขนส่งและคลังสินค้า ซึ่งในการพัฒนาเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ จะต้องครอบคลุมไปด้วย

- การพัฒนาเทคโนโลยีในการขนส่ง
- การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโลจิสติกส์
- การพัฒนาเทคโนโลยีการจัดเก็บ
- การพัฒนาเทคโนโลยีการเคลื่อนย้าย
- การพัฒนาเทคโนโลยีอื่น ๆ

ทั้งนี้ ในปัจจุบันมีอุปกรณ์ที่ช่วยทำให้ระบบเทคโนโลยีโลจิสติกส์ ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในการขนส่งหลายประการ ซึ่งในการขนส่ง มีปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกวิธีการขนส่ง คือ ความเร็ว ความน่าเชื่อถือ และต้นทุน ที่ต้องมีการทบทวน ก่อนตัดสินใจ ซึ่งปัจจุบันมีการขนส่งหลายวิธีคือ

- 1.ทางถนน (Road)
- 2.ทางรถไฟ (Rail)
- 3.ทางแม่น้ำ (Inland Water Way)

4.ทางทะเล (Sea)

5.ทางอากาศ (Air)

6.ทางเส้นท่อ (Pipe Line)

อนึ่ง การพิจารณาในการเลือกวิธีการขนส่งแบบใด ขึ้นกับปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยในประเทศไทย นิยมการขนส่งทางถนน ซึ่งมีอัตราส่วนสูงเกินร้อยละ 90 ทั้งนี้ เทคโนโลยีที่ช่วยให้การบรรทุก และยกสินค้าขึ้นรถยนต์ได้อย่างรวดเร็ว จะต้องเป็นอุปกรณ์ที่ดี และส่งผลต่อการลดเวลาในการขึ้นและลงสินค้า ลดภาระด้านแรงงาน โดยเฉพาะความล้าหน้าทางเทคโนโลยี ของอุปกรณ์ยกสินค้า ที่เป็นเครื่องจักรกล โดยอุปกรณ์ในปัจจุบัน มีดังนี้

อุปกรณ์ยกสินค้าที่เป็นพาเลท (Pallet Handling Equipments) คือการใช้รถฟอร์คลิฟท์ซึ่งมีหลายประเภท ในการยก และมีประเภทที่ใช้แรงงานคน (Pallet Hand Jack) หรือบ้านเราเรียกว่า ตะเข้ลากสินค้า ใช้ลากสินค้าบริเวณท่าขึ้นลงสินค้า

สะพานพาด (Dock Plate/Ramp/Board) ในปัจจุบันระบบสะพานพาด จะผลิตโดยใช้อลูมิเนียม หรือ เหล็ก หรือ ไฟเบอร์กลาส ซึ่งอลูมิเนียมจะมีน้ำหนักเบา โดยสามารถควบคุมร่วมกับระบบไฮดรอลิก หรือ ยกด้วยคนได้

อุปกรณ์ทำขึ้นลงสินค้า และลิฟท์ (Lift and Dock Leveler Devices) การยกพาเลท กล่อง ที่รวดเร็วจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ช่วย โดยช่วยยกในระดับที่สอดคล้องกับความต้องการ โดยมีอุปกรณ์ดังนี้

อุปกรณ์ลิฟท์กรรไกร (Lift Devices) การยกสินค้าสามารถยกโดยโต๊ะลิฟท์ ซึ่งมีหลายรูปแบบ คือแบบแรงส่งจากสปริง ถูกลมนิวมatic แบบไฮดรอลิกไฟฟ้า และแบบนิวมaticไฟฟ้า

อุปกรณ์ทำขึ้นลงสินค้า (Dock Leveler Devices) เป็นระบบที่สามารถให้ผลงานดีกว่าการยกด้วยมือ สามารถยกระดับมาอยู่ในระดับเดียวกับระดับพื้นรถยนต์ได้ โดยควบคุมได้ในตำแหน่งที่แม่นยำ สามารถใช้งานได้ทุกด้าน ซึ่งมีหลายลักษณะ ต้องใช้พลังงานไฟฟ้า มีราคาตั้งแต่ 0.20-0.50 ล้านบาท

อุปกรณ์ยกสินค้าที่เป็นพาเลทอัตโนมัติ (Pallet Loading Automated Equipment) เป็นระบบที่ต้องใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อจัดระเบียบพาเลท หมุนทิศพาเลท และส่งพาเลทเพื่อจัดส่งให้ลูกค้า

นอกจากนี้ ยังมี **ระบบโต๊ะหมุนพาเลท (Pallet Disc Turntable)** เพื่อหมุนพาเลทในขณะที่ยกสินค้าขึ้นและลง ทำให้สามารถปรับทิศทางได้สอดคล้องกับทิศทางการจัดส่ง และในปัจจุบันยังนิยมใช้ชั้นวางสินค้าแบบอาศัยแรงโน้มถ่วงของโลก (Live Storage Rack) มาประกอบในการขนส่ง

ประตูและม่านช่องขึ้นลงสินค้า (Dock Seals and Shelters) พัฒนาเพื่อความปลอดภัย และประหยัดพลังงานสูงสุด ป้องกันการแตกหักเสียหายของสินค้าในทางการค้า เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มพื้นที่จัดเก็บสินค้า มีความปลอดภัยในการทำงาน และคนภายนอกเข้าไม่ได้ทำให้มีความปลอดภัย

ม่านช่องขึ้นลงสินค้า (Dock Seals) จะทำด้วยไนลันเสริมด้วยไนลอน ทนต่อการฉีกขาด ส่วนประตูช่องขึ้นลงสินค้าแบบผสม (Dock Combination Shelters) จะสร้างเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มความสามารถในการกันอุณหภูมิออกจากห้อง ซึ่งทำด้วยผนังหนาบุภายในด้วยโฟมความหนาแน่นสูง (Wolmanized lumber) ผสมกับไนลันเสริมด้วยไนลอนในบางส่วน

ส่วนประตูช่องขึ้นลงสินค้าแบบผสม (Dock Shelters) จะเป็นผนังไฟเบอร์กลาสหนาบุภายในด้วยโฟมความหนาแน่นสูง 100 % และแบบสุดท้ายคือ แบบที่มีปฏิกิริยาตอบโต้ หลังจากรถยนต์เทียบท่า ผนังประตูเป็นแบบใช้กลไกแบบกรรไกร เมื่อได้รับสัญญาณจะสั่งให้เลื่อนปิดเปิด

สายพานลำเลียงแบบยื่นเข้าไปในตัว (Powered Extendible Conveyor) ระบบนี้เป็นระบบที่ใช้สำหรับยื่นเข้าไปในตัวคอนเทนเนอร์ โดยคนหรือรถฟอร์คลิฟท์ไม่จำเป็นต้องเดินทางหลายเที่ยว



นอกจากอุปกรณ์ข้างต้นแล้ว ยังมี อุปกรณ์ยกพาเลทที่ใช้พลังงานไฟฟ้า (Powered Handling Device) , เครื่องที่ยึดติดตั้งในที่ (Built in Crane) , เครื่องที่วิ่งบนราง (Gantry Crane) , อุปกรณ์ยกสินค้าด้านหลังรถ (Tail Lifts) , รถยกตู้สินค้า (Special Forklift) , อุปกรณ์เคลื่อนย้ายบนพื้น (Moving Floors) , ขาตั้งแบบประหยัด (Economy Stabilizing Jack) , อุปกรณ์กันล้อเลื่อน (Wheel Chocks) , เหล็กกันสินค้าเสียหายในตัวคอนเทนเนอร์ (Cargo Bars) และ อุปกรณ์ยกสินค้าบริเวณท่าขึ้นสินค้า (Dock Hoists) เป็นต้น

อ้างอิง

คู่มือแนะนำแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับ SMEs

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง



ยังไม่มีกฎหมายที่กำกับดูแลบริการโลจิสติกส์โดยเฉพาะ แต่มีกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานประกอบด้วย **กฎหมายทั่วไป**

- พรบ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 (กระทรวงพาณิชย์)
- พรบ.ส่งเสริมการลงทุน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน)
- พรบ.การทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2521 (กระทรวงแรงงาน)

ห้ามต่างชาติทำงานขับขี่ยานยนต์ หรืองานขับขี่ยานพาหนะที่ไม่ใช่เครื่องจักร หรือเครื่องกล ยกเว้นงานขับขี่เครื่องบินระหว่างประเทศ

กฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับบริการขนส่งและโลจิสติกส์

การขนส่งทางน้ำ (กระทรวงคมนาคม)

- พรบ.เรือไทย พ.ศ. 2481 เรือจดทะเบียนเป็นเรือไทย ที่ทำการค้าในน่านน้ำไทยต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย หรือเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน ที่ผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมดเป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย

- พรบ.ส่งเสริมการพาณิชย์นาวี พ.ศ. 2521 กำหนดให้รัฐสามารถกำหนดมาตรการและให้สิทธิและประโยชน์ เกี่ยวกับการขนส่งของทางทะเลระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ เช่น สัดส่วนการใช้เรือไทยในการขนส่ง การได้รับยกเว้นหรือลดอัตราภาษีเงินได้สำหรับเงินปันผลที่ได้รับจากนิติบุคคล ที่ประกอบการขนส่งทางทะเล เป็นต้น

การขนส่งทางอากาศ (กระทรวงคมนาคม)

-พรบ.การเดินทางอากาศ พ.ศ. 2497 มาตรา 31 กำหนดว่าผู้จดทะเบียนอากาศยานไม่ว่าบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลต้องมีสัญชาติไทย ถ้าเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดต้องจดทะเบียนตามกฎหมายไทยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในไทย และกรณีที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมดต้องมีสัญชาติไทย กรณีที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมดซึ่งต้องรับผิดชอบร่วมกัน โดยไม่จำกัดจำนวนต้องมีสัญชาติไทย และทุนของห้างหุ้นส่วนนั้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ต้องเป็นของบุคคลธรรมดาซึ่งมีสัญชาติไทย และกรณีที่เป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด บริษัทนั้นต้องไม่มีหุ้นชนิดออกให้แก่ผู้ถือกรรมการข้างมากต้องมีสัญชาติไทย และถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของหุ้นทั้งหมด



การขนส่งทางบก (กระทรวงคมนาคม)

-พรบ.การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 กำหนดว่า ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบการขนส่ง ต้องมีสัญชาติไทย กรณีเป็นห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ต้องจดทะเบียนตามกฎหมายไทย มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และกรณีที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมดต้องมีสัญชาติไทย กรณีที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้เป็นหุ้นส่วนจำพวกไม่จำกัดความรับผิดชอบทั้งหมด ต้องมีสัญชาติไทย และทุนของห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้น ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ด ต้องเป็นของผู้เป็นหุ้นส่วนซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาและมีสัญชาติไทย กรณีที่เป็นบริษัทจำกัด กรรมการบริษัทจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งต้องมีสัญชาติไทย และทุนของบริษัทจำกัดนั้น ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ด ต้องเป็นของผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย

-พรบ.รถยนต์ พ.ศ. 2522 มาตรา 49 ผู้ขอใบอนุญาตขับรถยนต์สาธารณะ ตามมาตรา 43 (4) ต้องมีสัญชาติไทย

-พรบ.การรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 กำหนดว่า การรถไฟแห่งประเทศไทย มีอำนาจจัดตั้งบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด โดยบริษัทดังกล่าว จะมีคนต่างด้าวถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนไม่ได้

-พรบ. การรถไฟขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 กำหนดว่า ผู้รับสัมปทานจาก ร.ฟ.ม. ต้องเป็นนิติบุคคลไทย

พรบ.ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ พ.ศ. 2548 (กระทรวงคมนาคม)

มาตรา 39 กำหนดว่า ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ เว้นแต่จะเป็นผู้ประกอบการขนส่งต่อเนื่องจดทะเบียน ดังต่อไปนี้

1.ผู้ประกอบการขนส่งต่อเนื่อง ที่ได้จดทะเบียนตามมาตรา 41 โดยต้องเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในราชอาณาจักร และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อยกว่าแปดหมื่นหน่วยสิทธิพิเศษถอนเงิน

2.เป็นผู้ประกอบการขนส่งต่อเนื่อง ที่ได้จดทะเบียนในต่างประเทศ ที่ประเทศไทยรับรองโดยสนธิสัญญา หรือความตกลงระหว่างประเทศที่ได้จดทะเบียนต่อนายทะเบียน และตั้งตัวแทนหรือสำนักงานสาขาในไทยตามที่กฎหมายกำหนด

3.เป็นผู้ประกอบการขนส่งหรือขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบในต่างประเทศ ที่ได้จดทะเบียนต่อนายทะเบียน และตั้งตัวแทนตามที่กฎหมายกำหนด

ร่างพรบ.ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์ พ.ศ. ... กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

อยู่ระหว่างจัดทำร่างพรบ.เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ของไทย เช่น การจัดการส่งสินค้า การขนส่ง (ไม่รวมถึงการขนส่งผู้โดยสาร) การรวบรวมการกระจายสินค้าหรือบริการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจที่ขอรับการส่งเสริม คุณสมบัติของผู้ยื่นขอรับการส่งเสริม และสิทธิประโยชน์และมาตรการส่งเสริมที่ให้กับผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม

อ้างอิง

www.dtn.go.th

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560)



แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560) โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดภารกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การพัฒนา ให้ครอบคลุมตาม 3 ภารกิจหลักคือ 1.การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการไทยในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากโซ่อุปทาน (Supply Chain Enhancement) 2.การยกระดับประสิทธิภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement) และ 3.การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน (Capacity Building and Policy Driving Factors)

ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ประกอบไปด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มโอกาสและศักยภาพในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากโซ่อุปทาน โดยมีกลยุทธ์หลัก ประกอบด้วย

1.ส่งเสริมบทบาทของเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรในโซ่อุปทานสินค้าเกษตรและอาหารจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ (From Farms to Forks)

2.เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโซ่อุปทานให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทยและธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมธุรกิจการค้าและบริการในพื้นที่เมืองชายแดน ประเภทธุรกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่เมืองชายแดน ที่มีการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นกลไกสำคัญทำให้การเชื่อมโยงทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม (win-win) ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (Inclusive Growth) ระหว่างกลุ่มประเทศใน GMS (Greater Mekong Subregion) และเอเชีย โดยมีกลยุทธ์หลัก 4 ประการคือ

1. ส่งเสริมการลงทุนพัฒนาพื้นที่การค้าและบริการในเขตเมืองที่ห่างจากพื้นที่ชายแดนประมาณ 30-50 กิโลเมตร เพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้าบริเวณชายแดน

2. พัฒนาจุดผ่านแดนถาวร/ชั่วคราว/จุดผ่อนปรนที่มีศักยภาพทางการค้าให้เป็นด่านถาวรที่ได้มาตรฐานสากล (Standardize CIQ) แยกจุดตรวจการผ่านแดนของคนและสินค้าออกจากกัน

3. สนับสนุนการขยายฐานการผลิตและโซ่อุปทานของธุรกิจไปยังเมืองชายแดนของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ อาชีพ และยกระดับกำลังซื้อของประเทศเพื่อนบ้าน

4. สนับสนุนการพัฒนาท่าเรือและนิคมอุตสาหกรรมทวาย เพื่อขยายฐานการผลิตของไทยเข้าไปเป็นส่วนประกอบหลักของโซ่อุปทานของภูมิภาค และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาบริการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทาง โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพบริการขนส่ง หรือเครือข่ายโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงตลอดทั้ง ต้นทางและปลายทางของเส้นทางโลจิสติกส์ที่มีการขนส่งสินค้าและจราจรหนาแน่น โดยปรับลดเส้นทางที่ขาดหาย (Missing Link) หรือคอขวด (Bottle neck) ในเส้นทางขนส่งหลัก และเส้นทางสายรองรองรับการหยุดชะงักของโซ่อุปทานจากปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในระหว่างขนส่ง รวมทั้งสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการขนส่ง ไปสู่รูปแบบการขนส่งที่ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ โดยมีกลยุทธ์หลัก 4 ประการคือ

1. เพิ่มขีดความสามารถและความปลอดภัยของการขนส่งสินค้าทางบกสู่ประตูการค้าหลัก

2. ส่งเสริมการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งไปสู่ทางน้ำ (Inland Waterway) และพัฒนาระบบท่าเรือหลักและบริการเรือชายฝั่งเพื่อการประหยัดพลังงาน

3. ขยายความสามารถและพัฒนาทบทางของสนามบินสุวรรณภูมิ ให้เป็นประตูการค้าที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation Facility) ให้กับธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

4. ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการพัฒนาเครือข่ายและเขตอุตสาหกรรมบริการเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าหลายรูปแบบ และอุตสาหกรรมให้บริการโลจิสติกส์ (Freight Village and Logistics Park) เพื่อให้การก่อสร้างบริการพื้นฐานตรงกับความต้องการของภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยเร่งรัดดำเนินการพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) อย่างต่อเนื่อง จนได้ระบบสมบูรณ์ และมีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนรองรับ โดยมีกลยุทธ์หลัก 3 ประการคือ

1. เร่งรัดการพัฒนาและขยายการเชื่อมโยง NSW ที่เกี่ยวกับธุรกรรมเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ (Regulatory NSW) ไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งผ่านท่า (Port Community System)

2. ดำเนินการจัดตั้งองค์การกำกับบริหารการจัดการระบบ NSW (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ระบบ NSW มีรูปแบบการบริหารธุรกิจ (Business Model) ที่เหมาะสม

3. ผลักดันการออกกฎหมาย อาทิ พระราชกฤษฎีกาการทําธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ NSW และพระราชบัญญัติสิ่งอำนวยความสะดวกข้ามแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่าย ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์เข้าไปในตลาดที่มีศักยภาพ โดยมีกลยุทธ์หลัก 3 ประการคือ

1. ส่งเสริม Best Practice และการยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบต่าง ๆ ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล (International Certificates)

2. สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษานักลงทุนไทย (Business Consulting Unit) ในประเทศ ภูมิภาคอาเซียน

3. ส่งเสริมกิจกรรมสนับสนุนการขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) โดยการสร้างพันธมิตรทางการค้าระหว่าง LSPs ด้วยกัน และระหว่าง LSPs กับเจ้าของสินค้าหรือผู้ส่งออก



ยุทธศาสตร์ที่ 6 ปรับปรุงระบบการพัฒนาและจัดการกำลังคน (Human Resource Development System) เพื่อสนับสนุนการสร้างความเป็นมืออาชีพ โดยมีกลยุทธ์หลัก 3 ประการคือ

1. สนับสนุนการปรับปรุงการเรียนการสอน ให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ และแนวโน้มการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนาบุคลากรทางธุรกิจสำหรับการค้าชายแดน เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจการค้า ที่สอดคล้องกับการค้าชายแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) และอาเซียน

3. ผลักดันให้มีการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานวิชาชีพให้กับบุคลากรในสาขาโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ 7 พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล เพื่อการปรับปรุงตนเอง (Monitoring System for Self Improvement) และสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร/เครือข่ายขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ โดยมีกลยุทธ์คือ

1. พัฒนาระบบตัวชี้วัดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Strategic KPI) การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และระบบการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

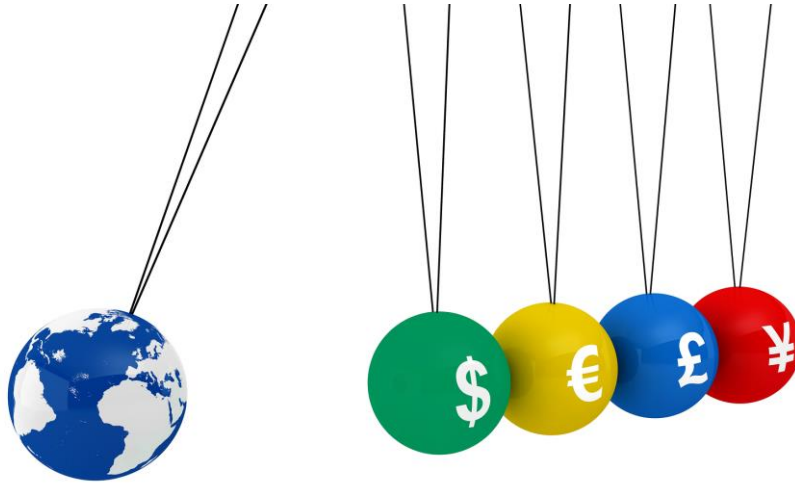
2. สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร/เครือข่ายขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Center for Continuity)

อ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

<http://www.nesdb.go.th>

นโยบายภาครัฐและการเปิดเสรีโลจิสติกส์อาเซียน มุมมองต่อ SMEs ที่ต้องเตรียมรับมือ



สาขาโลจิสติกส์เป็นสาขาบริการหนึ่งที่มีแผนจะเปิดเสรี เพื่อช่วยสนับสนุนการค้าและการลงทุนให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งประเทศไทยได้ทำความตกลงเปิดเสรีการค้าบริการในหลายกรอบ เช่น อาเซียน ไทย-ญี่ปุ่น อาเซียน-จีน อาเซียน-เกาหลีใต้ และอาเซียน-CER (Australia-New Zealand) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีการค้าบริการสาขาโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความตกลงอาเซียน (AFAS : ASEAN Framework Agreement on Services) ซึ่งมีเป้าหมายในการเปิดเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2556 น่าจะเป็นกรอบที่มีระดับการเปิดเสรีที่ค้ำหน้า และอาจส่งผลต่อธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทยได้มากกว่ากรอบอื่นๆ โดยเฉพาะในส่วนที่มีการเปิดโอกาสให้นักลงทุนอาเซียน ถู้อุ่นในประเทศสมาชิกอาเซียนเพิ่มขึ้น ซึ่งสาขาโลจิสติกส์มีเป้าหมายที่จะเปิดโอกาสให้นักลงทุนอาเซียนถู้อุ่นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 49 ในปี 2551 เพิ่มเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ในปี 2553 และร้อยละ 70 ในปี 2556

จากการคาดการณ์การเติบโตเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่า เศรษฐกิจอาเซียนมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นจากประมาณ 1.5 ล้านล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2552 เป็นประมาณ 2.0 ล้านล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2558 และในช่วงปี 2553-2558 เศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน น่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5-6 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกที่คาดว่าจะอยู่ที่ระดับร้อยละ 4-5 ต่อปี โดยลาวและเวียดนามเป็นประเทศที่คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตสูงสุดในกลุ่มอาเซียนในระดับร้อยละ 7.6 และร้อยละ 7.1 ตามลำดับ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าว น่าจะส่งผลให้ตลาดโลจิสติกส์ในอาเซียน มีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก

สำหรับตลาดความต้องการบริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย อาจมีการเติบโตตามเศรษฐกิจของอาเซียน ซึ่งจะมีมากขึ้น โดยการรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกอาเซียน จะช่วยดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้นในภูมิภาคนี้ รวมทั้งไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพที่จะเป็นฐานการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมหลายอย่าง เนื่องจากมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน แรงงานฝีมือ และการพัฒนาในอุตสาหกรรมที่

เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้มีความต้องการใช้บริการในธุรกิจโลจิสติกส์มากขึ้นตามมา

โอกาสในการเป็นพันธมิตร หรือส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานกับผู้ประกอบการต่างชาติรายใหญ่ การเปิดเสรีทำให้มีโอกาสมากขึ้นในการหาพันธมิตร หรือรวมกิจการ หรือส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน เช่น รับจ้างช่วง กับผู้ประกอบการต่างชาติที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ หรือผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะขยายกิจการมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในภูมิภาคอาเซียนที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพใช้โอกาสนี้เติบโต

อย่างไรก็ตาม หลังการเปิดเสรีในระยะสั้นการแข่งขันในตลาด ไม่น่าจะเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนเปิดเสรีทันที เนื่องจากปัจจุบันได้มีชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ เพื่อดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์ในรูปแบบของ Nominee ขณะที่สภาพการแข่งขันในตลาดปัจจุบันก็สูงอยู่แล้ว โดยการให้บริการมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนไป ทั้งในส่วนของความหลากหลาย ครบวงจร และเป็นแบบ Door to Door ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีแนวโน้มการลงทุนในสินทรัพย์ทุนมากขึ้น เช่น รถบรรทุก เป็นต้น รวมทั้งอาจแข่งขันด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นภาระทางการเงินแก่ธุรกิจตามมา เช่น การให้ credit term แก่ลูกค้าในเวลานานขึ้น เป็นต้น



นอกจากนี้ ธุรกิจโลจิสติกส์ของคนไทย ยังได้รับการคุ้มครองจากกฎหมายภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งแต่ละรูปแบบ เพราะแม้จะมีการเปิดเสรีการค้าบริการ แต่ก็ต้องไม่ขัดกับกฎหมายเฉพาะภายในประเทศ ของแต่ละธุรกิจโลจิสติกส์

อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวหลังจากการเปิดเสรีภาคโลจิสติกส์ การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นคงยากที่จะหลีกเลี่ยง โดยผู้ให้บริการต่างชาติและผู้ให้บริการขนาดใหญ่ จะมีการขยายขอบเขตบริการให้ครอบคลุมเครือข่ายและพื้นที่การให้บริการที่มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อและสร้างแรงกดดันหลายด้าน มาถึงผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่เป็น SMEs และมีศักยภาพในการแข่งขันน้อยกว่า

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ควรมีการปรับตัว เพื่อรับมือการเปิดเสรีโลจิสติกส์อาเซียน อาทิ

- ปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- การปรับปรุงศักยภาพของธุรกิจ เข้าใจธุรกิจของตนเอง ทั้งจุดอ่อนและจุดแข็ง
- ขยายการให้บริการที่ครบวงจร และหาพันธมิตรทางธุรกิจ
- พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับการออกไปให้บริการในต่างประเทศ
- ติดตามข่าวสาร และมาตรการของรัฐ ที่จะมียกเลิกมาเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดเล็ก
- สาขาโลจิสติกส์ที่ได้รับการคุ้มครอง อาจต้องมีกฎหมายที่ระบุเป็นการเฉพาะ หากสาขาที่ไม่มีกฎหมายกำหนดไว้ จะต้องทำการเปิดเสรีตามข้อตกลง และอาจได้รับผลกระทบ
- การออกไปลงทุนยังต่างประเทศ จะต้องศึกษาถึงรายละเอียดก่อนอย่างรอบด้าน
- หลายประเทศยังมีกฎหมายที่กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของชาวต่างชาติเช่นเดียวกับไทย การออกไปลงทุนหรือให้บริการยังต่างประเทศ อาจต้องคำนึงถึงกฎหมายเกี่ยวข้องด้วย
- มีแนวโน้มการใช้มาตรฐาน เพื่อปกป้องผู้ประกอบการในประเทศมากขึ้น เนื่องจากหลังการเปิดเสรีอย่างเต็มรูปแบบ แต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน อาจมีมาตรการอื่น ๆ เพื่อปกป้องผู้ประกอบการในประเทศของตน

ทั้งนี้ การเปิดเสรีภาคโลจิสติกส์ อาจนำไปสู่ผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดเล็กค่อนข้างมาก เนื่องจากศักยภาพในการรองรับการแข่งขันมีไม่มาก การเข้ามาช่วยเหลือของภาครัฐ จึงอาจเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องเร่งผลักดันให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ขณะที่ผู้ประกอบการเอง ก็ควรตระหนัก และไม่ควรมุ่งมั่นใจต่อการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่กำลังจะเข้ามา ซึ่งจะนำมาทั้งโอกาสสำหรับผู้ที่มีมองเห็น และกล้าที่จะหยิบฉวย ขณะที่การแข่งขัน ก็คงเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้เช่นกัน

อ้างอิง

<http://www.thaifranchisecenter.com/document/show.php?docuID=708>

การวิจัยการประยุกต์ใช้การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน



การวิจัยการประยุกต์ใช้การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน (Supply chain champion) ของประเทศไทย เป็นการศึกษาเพื่อบ่งชี้ถึง Product Champion ของไทยในบริบท ทั้งจุลภาคและมหภาค และอาศัยเครื่องมือสำหรับการศึกษาทั้งระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ทั้งนี้ จากผลการคัดเลือกอุตสาหกรรม Product Champion ของประเทศไทย จากการพิจารณากลุ่มอุตสาหกรรมที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Potential Industries) ในแผนภาพ Thailand Competitiveness Matrix ปี 2005 ที่ได้รับการจัดแบ่งกลุ่มโดยสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ร่วมกับการพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม 3 ปัจจัย คือ ข้อมูลการส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรม นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ และสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่า ผลจากการพิจารณา พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา มีความเหมาะสม ซึ่งผลจาก AHP ที่ได้รับการประเมินโดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง พบว่าผลิตภัณฑ์ Product Champion ของกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา คือ ผลิตภัณฑ์ยางนอกรถยนต์นั่ง

ผลการศึกษารณศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมของ Product Champion : ยางนอกรถยนต์

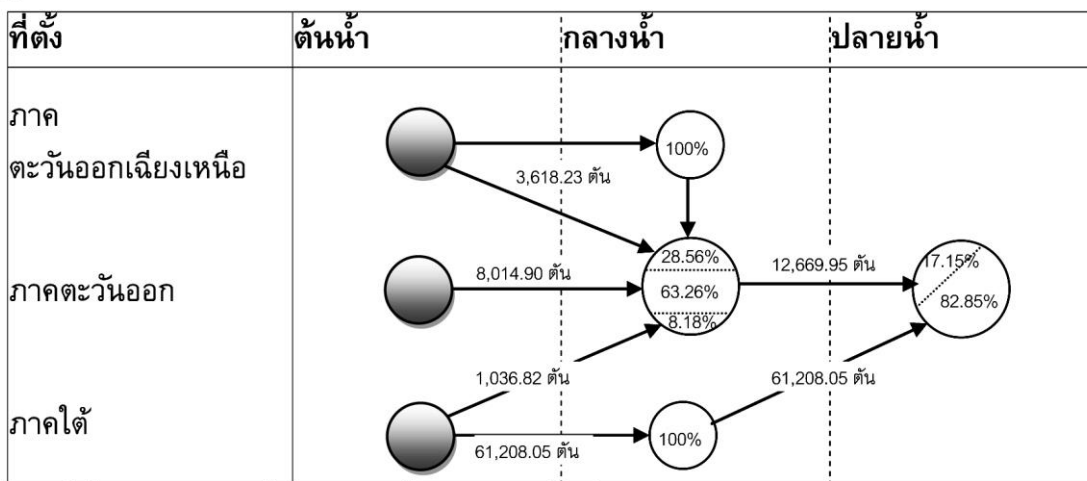
อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ โดยเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ยางนอกรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นหนึ่งใน Product Champion ของประเทศไทย เนื่องจากมีข้อได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบที่สามารถผลิตได้เองในประเทศ และแนวโน้มปริมาณวัตถุดิบมีเพิ่มขึ้น และจากการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์ต่อผลิตภัณฑ์ยางนอกรถยนต์ พบว่า ปริมาณความต้องการยางนอกรถยนต์ของตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยยังมีโอกาสที่สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก แต่ประเทศไทยในปัจจุบันยังคงส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในรูปแบบยางธรรมชาติ คือ ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน และน้ำยางข้น ซึ่งการส่งออกในรูปแบบดังกล่าวนี้ ไม่ได้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยได้เท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ การขยายอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพิ่มการแปรรูปในประเทศ จึงเป็นแนวทางหนึ่ง สำหรับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ให้กับอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ของประเทศไทย และยังเป็นการขยายตัวเพื่อการรองรับต่ออุปทานที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมการปลูกยางพาราของรัฐบาลอีกด้วย

“โซ่อุปทาน” ของอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ของประเทศไทย เริ่มต้นจากการแปรรูปผลผลิตยางต้นน้ำเพื่อไปแปรรูปเป็นยางแท่งหรือยางแผ่นรมควัน แล้วส่งต่อเข้าอุตสาหกรรมปลายน้ำคือผู้ประกอบการผลิตยางนอกรถยนต์ ผลผลิตยางธรรมชาติจากพื้นที่ต่าง ๆ นี้ จะถูกส่งต่อไปแปรรูป ยังโรงงานแปรรูปกลางน้ำ ที่มีที่ตั้งในบริเวณใกล้เคียงกันกับพื้นที่ปลูกยางพารา

สำหรับพื้นที่ปลูกใหม่บริเวณภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลผลิตจากพื้นที่นี้ต้องส่งไปแปรรูปที่โรงงานกลางน้ำ นอกพื้นที่อยู่ในปริมาณมาก และจากการสัมภาษณ์กับทางผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ ในเรื่องแหล่งพื้นที่ของวัตถุดิบ ที่ใช้สำหรับการผลิตยางนอกรถยนต์ รวมถึงสัดส่วนการใช้ปริมาณยางธรรมชาติในการผลิตยางนอกรถยนต์ 1 เส้น ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับทางผู้ประกอบการทั้งในส่วนอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ ทำให้สามารถทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันของ “โซ่อุปทาน” ยางนอกรถยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบัน สามารถแสดงการเชื่อมโยงของแต่ละ Player ในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณการไหลของผลผลิตยางธรรมชาติในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ ปี 2551



* ที่ตั้งโรงงานปลายน้ำส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคกลางของประเทศไทย
ที่มา: ทีมวิจัย (2553)

จากโครงสร้างที่เป็นอยู่ ผลผลิตยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไหลมาแปรรูปกลางน้ำที่ภาคตะวันออก ซึ่งมีความเหมาะสมในสภาพปัจจุบัน แต่เมื่อทำการวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคตปี 2559 ซึ่งเป็นปีที่ผลผลิตยางพารา จาก “โครงการยางล้านไร่” จะออกสู่ตลาดทั้งหมด พบว่า โครงสร้าง “โซ่อุปทาน” ในปัจจุบัน ไม่สามารถรองรับปริมาณยางพาราที่เพิ่มขึ้นมา โดยเฉพาะผลผลิตยางพาราจากพื้นที่ปลูกใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 146,565.65 ตันในปี 2559 (สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัดหนองคาย, 2553) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ต้องมีการสร้างโรงงานแปรรูปยางกลางน้ำ (ยางแท่ง และยางแผ่นรมควัน) และขยายการผลิตยางนอกรถยนต์ภายในประเทศ



จากผลการศึกษา รูปแบบของ “โซ่อุปทาน” อุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ ต้องปรับเปลี่ยน โดยให้เกิดการแปรรูปของผลิตภัณฑ์กลางน้ำในพื้นที่ สำหรับผลผลิตที่เกิดขึ้นบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ตำแหน่งที่เพิ่ม คือ 7 พื้นที่ ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี มุกดาหาร กาฬสินธุ์ บุกรัมย์ ศรีสะเกษ หนองคาย และจังหวัดเลย โดยการประเมินพื้นที่เหล่านี้ ได้พิจารณาจากระยะการขนส่งที่จุดคุ้มทุน เพื่อให้เกษตรกรได้รับกำไร และการเพิ่มโรงงานผลิตรายานอกรถยนต์ เพื่อเพิ่มการใช้ผลผลิตยางธรรมชาติเพื่อการแปรรูปภายในประเทศ พบว่า ตำแหน่งที่เหมาะสม ควรเป็นตำแหน่งที่รองรับการไหลของผลผลิตกลางน้ำจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เพิ่มขึ้น

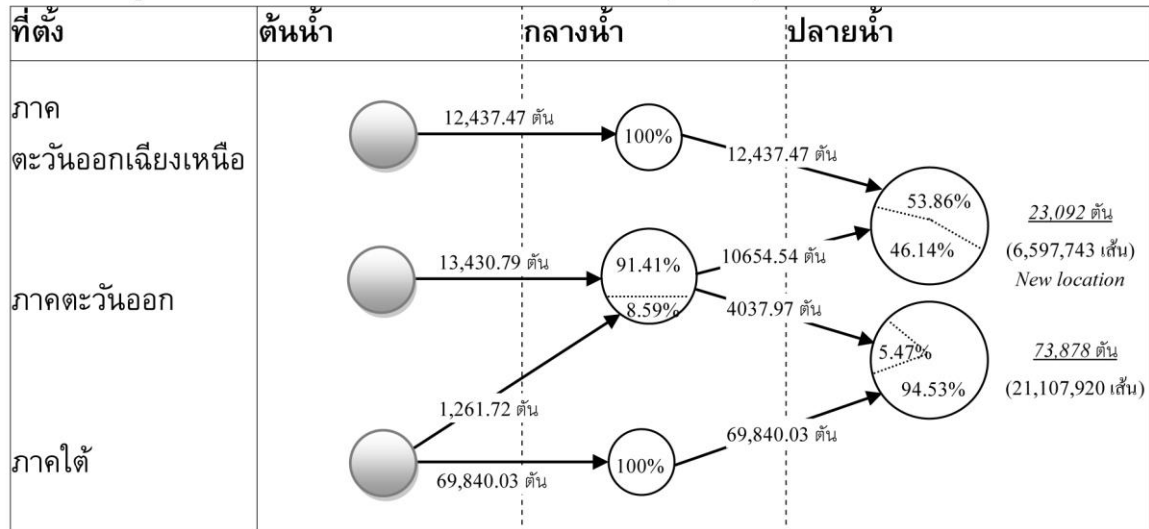
จากผลการหาตำแหน่งที่เหมาะสมโดยอาศัยหลักการ Center-of-Gravity (CG) พบว่า เป็นบริเวณจังหวัดปราจีนบุรี มีความเหมาะสมทั้งด้านตำแหน่ง แหล่งวัตถุดิบ แหล่งแรงงาน แหล่งคมนาคม (ติดต่อสื่อสาร) และการกระจายสินค้า โดยคาดการณ์ปริมาณกำลังการผลิตยางนอกรถยนต์ในปี พ.ศ.2559 ประมาณ 6,597,743 เส้น/ปี แสดงตำแหน่งที่ตั้งโรงงานกลางน้ำ และโรงงานปลายน้ำที่ควรเพิ่ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณกำลังการผลิตคาดการณ์และตำแหน่งที่ตั้งของโรงงานกลางน้ำและปลายน้ำเพื่อนำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์

ที่ตั้งโรงงานกลางน้ำ		ที่ตั้งโรงงานปลายน้ำ	
ที่ตั้ง	กำลังการผลิตคาดการณ์ (ตัน/ปี)	ที่ตั้ง	ประมาณการณ์กำลังการผลิต (เส้น)
หนองคาย	96,092.95	ปราจีนบุรี	6,597,743 เส้น (มีการใช้ผลผลิตยางธรรมชาติประมาณ 23,092 ตัน)
เลย	24,376.03		
อุดรธานี	43,985.22		
มุกดาหาร	50,717.70		
กาฬสินธุ์	18,388.44		
ศรีสะเกษ	79,796.19		
บุรีรัมย์	109,743.70		
รวม	423,100.23 ตัน/ปี	รวม	6,597,743 เส้น

เมื่อโรงงานกลางน้ำบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับผลผลิตที่จะเพิ่มขึ้นของพื้นที่นี้ ในปี พ.ศ.2559 (รวมผลผลิตคาดการณ์ที่จะเกิดจากโครงการยาง 1 ล้านไร่) และมีการเพิ่มโรงงานแปรรูปยางรถยนต์ รูปแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์สามารถแสดง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รูปแบบการไหลของผลผลิตยางพาราสำหรับโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ปี 2559



ทั้งนี้ จากการเปลี่ยนแปลงการเชื่อมโยงของ “โซ่อุปทาน” อุตสาหกรรมยางนอกรถยนต์ สามารถทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์ ในส่วนของค่าขนส่งของ “โซ่อุปทาน” ลดลงได้ เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการไหลเดิมบนปริมาณผลผลิตยางพาราปี พ.ศ.2559

อ้างอิง

www.trf.or.th

หน่วยงานที่มีภารกิจในการส่งเสริมและขอบขำยการดำเนินงาน เกี่ยวกับการขนส่งและโลจิสติกส์



หน่วยงานที่มีภารกิจในการส่งเสริมและขอบขำยการดำเนินงาน เกี่ยวกับการขนส่งและโลจิสติกส์ มี
ดังนี้ คือ

“สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” หรือ “สศช.”

962 ถนนกรุงเกษม เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

โทรศัพท์ : 02-2804085 (40 คู่สาย) แฟกซ์ : 0-2281-3938

www.nesdb.go.th

“สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” หรือ “สศช.” หรือ “สภาพัฒน์”
สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2493 โดยระยะแรกใช้ชื่อว่า “สภาเศรษฐกิจ
แห่งชาติ” กระทั่งปี 2502 ได้มีการปรับโครงสร้างการทำงานและเปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานสภาพัฒนาการ
เศรษฐกิจแห่งชาติ” และในปี 2515 มีการนำกระบวนการวางแผนพัฒนาสังคม มาใช้ควบคู่กับการวางแผน
พัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจัง จึงได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ” ซึ่งได้ใช้มาจวบจนปัจจุบัน

สำหรับแนวทางการดำเนินงาน ของ “สศช.” ตามพรบ.พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ.
2521 ได้แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ ระดับคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และระดับ
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

“การทำเรือแห่งประเทศไทย”

ที่อยู่ : 444 ถนนท่าเรือ คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย

โทร : 0-2269-3000 โทรสาร.. : 0-2672-7156

E-mail : info@port.co.th

“การทำเรือแห่งประเทศไทย” มี “วิสัยทัศน์” คือ การมุ่งสู่การเป็นประตูการค้าหลักของประเทศที่
ให้บริการ เป็นเลิศ และปลอดภัย เพื่อสนับสนุนระบบเศรษฐกิจและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลค่านิยม

PROUD to be PAT

P-Performance Excellence ร่วมมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการ การปฏิบัติงานและการบริหารจัดการองค์กร

R-Responsibility ความสำนึก ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ องค์กร สังคม สิ่งแวดล้อม และประเทศ
O-Ownership ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร ความภาคภูมิใจและภักดีในองค์กร ทำให้ ร่วมกันสร้างสรรค์ และพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

U-Unity ความมุ่งมั่นร่วมแรงร่วมใจ เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันที่จะปฏิบัติงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรและส่วนรวม การอยู่และทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี เอื้ออาทร มีความเคารพนับถือ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน

D-Devotion การอุทิศเวลา การทำงานด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ และโปร่งใสในการให้บริการ
ทั้งนี้ โดยมี “ภารกิจ” คือ บริหารและพัฒนาท่าเรือให้เป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่สำคัญ ให้มีบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ในระดับสากล เพื่อส่งเสริมระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transport) และเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitiveness)

พัฒนาระบบการขนส่งและการขนถ่ายสินค้าให้มีโครงข่ายเชื่อมโยง (Logistics Chain) การให้บริการระหว่างท่าเรือ (Port Service Networks) และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสินทรัพย์อย่างสมดุลในเชิงธุรกิจเอกชนกับเพื่อประโยชน์แห่งรัฐและประชาชน

และมี “นโยบาย” คือ พัฒนากิจการการท่าเรือฯ ให้เสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร โดยคำนึงถึงการอยู่ร่วมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม บริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ที่สามารถควบคุม ตรวจสอบได้

“สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม”

38 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส

เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

โทรศัพท์ : 0-2283-3000 โทรสาร : 0-2281-3959

<http://vigportal.mot.go.th/portal/site/PortalMOT/>

“สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม” มี “วิสัยทัศน์” คือ “มุ่งสู่การขนส่งที่ยั่งยืน” และมี “พันธกิจ” คือ พัฒนาระบบ กลไก และบุคลากร รวมทั้ง วางแผนนโยบายการพัฒนา กำกับดูแล และบูรณาการการขนส่งและการจราจร ให้มีอย่างเพียงพอ มีประสิทธิภาพ ทัวถึง คุ่มค่า และเป็นธรรม

“กรมทางหลวง”

2/486 ถนนศรีอยุธยา แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 0-2354-6668

E-mail : webmaster@doh.go.th <http://www.doh.go.th/>

“กรมทางหลวง” มี “วิสัยทัศน์” คือ มุ่งสู่ความเป็นองค์กรชั้นนำด้านงานทาง เชื่อมโยงการขนส่งอย่างยั่งยืน และมี “พันธกิจ” คือ 1.พัฒนาระบบโครงข่ายทางหลวง และเชื่อมโยงระบบขนส่ง เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ภาคการขนส่ง 2.พัฒนาระบบโครงข่ายทางหลวง และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3.กำกับ ดูแล ปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานทางด้านการก่อสร้างและบำรุงรักษาทางหลวง เพื่อให้เกิดระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ 4.กำกับ ดูแล และปรับปรุงทางหลวง ให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ใช้เส้นทาง และ 5.พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กร

สามารถตอบสนองต่อพลวัตของการเปลี่ยนแปลงในเชิงบูรณาการ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี การบริการ สังคม และสิ่งแวดล้อม

“กรมทางหลวง” มี “ยุทธศาสตร์” คือ

- การพัฒนาโครงข่ายทางหลวงเพื่อรองรับระบบโลจิสติกส์ภาคการขนส่ง
- การพัฒนาโครงข่ายทางหลวงเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- การดูแลรักษา ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพโครงข่ายทางหลวงให้กระจายทั่วทุกภูมิภาค
- การพัฒนาโครงข่ายทางหลวงให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร ตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อมตามหลักการ

บริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี



“กรมศุลกากร”

เลขที่ 1 ถ.สุนทรโกษา คลองเตย กทม. 10110

โทร. 02-667-6000, 02-667-7000

<http://www.customs.go.th/>

“กรมศุลกากร” มี “วิสัยทัศน์” คือ ศุลกากรมาตรฐานโลก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศและปกป้องสังคม มี “พันธกิจ” คือ 1.ให้บริการทางศุลกากรที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ได้มาตรฐานโลก 2.ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและการแข่งขันของประเทศด้วยมาตรการทางศุลกากร 3.เพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมทางศุลกากรเพื่อปกป้องสังคม และ 4.จัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใส

“กรมศุลกากร” มี “ยุทธศาสตร์” คือ

- 1.พัฒนาระบบงานศุลกากรให้เป็นมาตรฐานโลก
- 2.พัฒนามาตรการทางศุลกากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ
- 3.พัฒนาศักยภาพการควบคุมทางศุลกากรด้วยมาตรฐานสากล
- 4.บริหารจัดการระบบจัดเก็บภาษีอากรโดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

อ้างอิง

<http://www.nesdb.go.th>