



Innovation in logistics management of a bakery manufacturing company

Opas Chutimaporn¹ Phakamon Phokathirakun² Thitima Holamyong³
& Athitach Siravirasara⁴

Received	Reviewed	Revised	Accepted
14/12/2022	18/12/2022	20/12/2022	23/12/2022

Abstract

Academic article aims to study 1. describe the logistics management context of a bakery manufacturing company. 2. identify the problem of logistics management of bakery production companies. 3. propose a guideline for the development of bakery production company's logistics management. According to the study of the situation of the epidemic of the Coronavirus 2019 or COVID-19, it is a pandemic after finding infected people around the world in the business of bakery production companies experiencing problems with raw material management, payments, salary payments. of employees including the transportation of goods Stable high company costs while increasing sales prices are still limited. put pressure on the net profit of entrepreneurs' High utilities and transportation costs the price of important raw materials in the bakery business such as flour, sugar, oil and various consumable products. Including the price of fuel energy that has continuously increased. Transportation is important to businesses in terms of raw material procurement, production, and distribution. In many businesses, transportation costs are a significant cost. and affecting the total cost of products and services. especially in the current situation Rising oil prices and intense business competition Every company must find ways to reduce various expenses so that the company can have more sales than competitors in the same market. In which the transportation of goods each time there will be an expense. and the value of the consignment which must be supervised and controlled Including the needs of customers who are considered very

¹ Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

² Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

³ Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

⁴ Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com



important, if not able to manage the transportation well Study and bring innovation to be used in freight management. land transport management system both about the vehicle and operation including planning control staff Make the most profitable transportation efficiency. To help reduce costs and deliver products to customers within the specified time.

Keywords: innovation; logistics; bakery manufacturing company



นวัตกรรมจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่

โอภาส ชุตินาภรณ์⁵ภคมน โภคะธีรกุล⁶ฐิตินา ให้อย่าง⁷และอริช สิริวิศรา⁸

บทคัดย่อ

บทความวิชาการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1.เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่ 2.เพื่อระบุปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่ 3.เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่ จากการศึกษาปัญหาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่หลังจากพบผู้ติดเชื้อทั่วโลกในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผลิตเบเกอรี่ประสบปัญหาการบริหารจัดการวัตถุดิบ การชำระเงิน การจ่ายเงินเดือนของพนักงาน รวมไปถึงการขนส่งสินค้า ต้นทุนบริษัทที่ทรงตัวสูงต่อเนื่องขณะที่การปรับเพิ่มราคาจำหน่ายสินค้ายังทำได้จำกัด สร้างแรงกดดันต่อกำไรสุทธิของผู้ประกอบการ ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและค่าขนส่งที่ยังคงทรงตัวสูง ราคาวัตถุดิบสำคัญในธุรกิจเบเกอรี่ อาทิ แป้ง น้ำตาล น้ำมัน และสินค้าสิ้นเปลืองต่างๆ รวมถึงราคาพลังงานเชื้อเพลิงที่มีการปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง การขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจทั้งในส่วนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่าย ในหลายๆ ธุรกิจ ต้นทุนการขนส่งนับเป็นต้นทุนที่สำคัญ และกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและมีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างมากร ทุกบริษัทจึงต้องหาวิธีในการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถมียอดขายมากกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ซึ่งในการขนส่งสินค้าในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่าย และมูลค่าของสินค้าที่นำส่งซึ่งต้องดูแลและควบคุม รวมถึงความต้องการลูกค้าที่ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งหากไม่สามารถบริหารจัดการการขนส่งที่ดีแล้ว การศึกษาและนำนวัตกรรมมาเพื่อนำมาใช้ในการจัดการการขนส่งสินค้า ระบบการจัดการการขนส่งทางบก ทั้งเรื่องของยานพาหนะ และการดำเนินงาน รวมไปถึงการวางแผน ควบคุมพนักงาน สร้างผลกำไรให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพให้มากที่สุด เพื่อช่วยในการลดต้นทุนและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด

คำสำคัญ : นวัตกรรม,ขนส่งสินค้า; บริษัทผลิตเบเกอรี่

⁵ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

⁶ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

⁷ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com

⁸ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, Email: brrrqwny.1509@hotmail.com



บทนำ

เศรษฐกิจไทยในช่วงเดือนธันวาคมปีพ.ศ. 2564 ปรับดีขึ้นจากในเดือนที่ผ่านมาโดยการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นมาก ส่วนหนึ่งจากปัญหา supply disruption ที่ปรับดีขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นหลังการเปิดรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2564 ขณะที่การใช้จ่ายในประเทศของภาคเอกชนปรับดีขึ้นทั้งการบริโภคและการลงทุนส่งผลให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมและกิจกรรมในภาคบริการปรับดีขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายภาครัฐหดตัวเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันปีก่อนทั้งรายจ่ายประจำและรายจ่ายลงทุนด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปชะลอตัวตามอัตรา เงินเฟ้อหมวดพลังงานขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานทรงตัวจากเดือนก่อน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 เป็นการระบาดใหญ่หลังจากพบผู้ติดเชื้อทั่วโลก ปัจจุบันมีผู้ติดเชื้อทั่วโลกมากกว่าสองร้อยล้านคน ดังนั้น การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) สร้างความเสียหายอย่างเป็นวงกว้างทั้งต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลและส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านสุขภาพ เนื่องจากพบการระบาดของโรคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังไม่สามารถควบคุมการระบาดของโรคได้ในหลายประเทศทั่วโลกทุกภูมิภาคของโลก ประเทศไทยได้มียอดผู้ติดเชื้อจำนวนมากเช่นกันซึ่งมีผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาและการขนส่ง อีกทั้งการกำหนดมาตรการในการควบคุมและป้องกันโรคโควิด19 เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงสาธารณสุข ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผลิตเบเกอรี่ประสบปัญหาการบริหารจัดการวัตถุดิบ การชำระเงิน การจ่ายเงินเดือนของพนักงาน รวมไปถึงการขนส่งสินค้า ต้นทุนบริษัทที่ทรงตัวสูงต่อเนื่องขณะที่การปรับเพิ่มราคาจำหน่ายสินค้ายังทำได้จำกัด สร้างแรงกดดันต่อกำไรสุทธิของผู้ประกอบการ ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและค่าขนส่งที่ยังคงทรงตัวสูง ราคาวัตถุดิบสำคัญในธุรกิจเบเกอรี่ อาทิ แป้ง น้ำตาล น้ำมัน และสินค้าสิ้นเปลืองต่างๆ รวมถึงราคาพลังงานเชื้อเพลิงที่มีการปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง

ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เป็นปัญหาจากการเกิดโรคระบาดส่งผลกระทบทำให้บริษัทผลิตเบเกอรี่ต้องมีการปรับตัวค่อนข้างมาก เมื่อช่องทางการจำหน่ายน้อยลงผู้ประกอบการต้องพึ่งช่องทางเทคโนโลยีมากขึ้น กอปรกับรูปแบบการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการมีต้นทุนและความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น ใช้เงินลงทุนจำกัด ราคาต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงส่งผลให้ผู้ประกอบการเลือกที่จะแบกรับต้นทุนบางส่วนเพื่อรักษาลูกค้าและยอดขายของบริษัทไว้ หรือเลือกปรับเมนูและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านอื่นทดแทน อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องรักษาสมดุลของช่องทางการขายทำให้ผู้ประกอบการยังคงต้องบริหารจัดการและรักษาสมดุลของช่องทางการขายทั้งแบบออนไลน์และการจัดส่งสินค้าของรถขนส่งให้เป็นไปตามเวลาที่มาตรการของกระทรวงสาธารณสุขกำหนด การขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจทั้งในส่วนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่าย ในหลายๆ ธุรกิจ ต้นทุนการขนส่งนับเป็นต้นทุนที่สำคัญ และกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะ



อย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและมีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างมาก ทุกบริษัทจึงต้องหาวิธีในการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถมียอดขายมากกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ซึ่งในการขนส่งสินค้าในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่าย และมูลค่าของสินค้าที่นำส่งซึ่งต้องดูแลและควบคุม รวมถึงความต้องการลูกค้าที่ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งหากไม่สามารถบริหารจัดการการขนส่งที่ดีแล้ว บริษัทอาจจะต้องประสบกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขนส่งล่าช้าอย่างแน่นอน นอกจากนี้ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบจำกัดและเปลี่ยนแปลงตามกระแสอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามกระแสที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงเร่งทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

การศึกษาและนำนวัตกรรมมาเพื่อนำมาใช้ในการจัดการการขนส่งสินค้า ระบบการจัดการการขนส่งทางบก ทั้งเรื่องของยานพาหนะ และการดำเนินงาน รวมไปถึงการวางแผน ควบคุมพนักงาน สร้างผลกำไรให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพให้มากที่สุด เพื่อช่วยในการลดต้นทุนและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าโดยการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อหาแนวทางช่วยให้สินค้ามีการจัดการและการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งให้เป็นไปตามเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการ

1. เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการการขนส่งสินค้าของบริษัทผลิตเบเกอรี่

นวัตกรรมการจัดการ

ความหมายนวัตกรรมจัดการ (Management Innovation)

Chaiyarat, P. (2004) ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า นวัตกรรม คือ การนำแนวคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งความหมายในเชิงแคบของนวัตกรรมคือ ผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับพลวัตของกิจกรรมของสังคมในขณะที่มีความหมายในเชิงกว้าง หมายถึงแนวความคิด การปฏิบัติหรือสิ่งต่างๆที่ใหม่ต่อตัวปัจเจกหรือหน่วยที่รับเอาสิ่งเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่การทำให้สิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส และ นำไปสู่แนวคิดใหม่ ที่ทำให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและสังคม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2550) ได้ทำการสำรวจผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่มีนวัตกรรม โดยสรุปพบว่า ผู้บริหารระดับสูงมีความเชื่อมั่นว่า นวัตกรรมจะนำไปสู่การสร้าง ความมั่นคงทางการตลาดหรือการสร้างตลาดใหม่ รวมทั้งบริษัท ต่างๆจะเห็นความสำคัญต่อการลงทุนและพัฒนา นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

นวัตกรรมในการจัดการในแต่ละภาคส่วน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริหารองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การศึกษาเรื่องนวัตกรรมได้ถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของวิทยาศาสตร์ทางสังคม ในช่วงแรกเป็นการศึกษาบทบาทของนวัตกรรมในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจมหภาคและถูกพัฒนาต่อมา โดยผู้ค้นพบเศรษฐกิจแบบมาร์กซิสต์ (Marxist economic) (Marshall, 1966; Marx, 1974; Smith, 1910) หลังจากนั้นมีการศึกษาเรื่องนวัตกรรมในการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันเพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Gomulka, 1990; Porter, 1985) การศึกษาบทบาทของนวัตกรรมในช่วงชีวิตขององค์กร (Bessant & Grunt, 1985) รวมทั้งได้รับความสนใจจากกูรูด้านการจัดการในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการองค์กร (Wutthirong, P. 2008 : 26; Adair, 1990; Drucker, 1985; Kanter, 1985; Peters, 1988) ศตวรรษที่ผ่านมาโลกได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สำคัญอย่างก้าว กระโดดก่อนจะก้าวเข้าสู่ศตวรรษใหม่ การก้าวกระโดดดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางสังคมอย่างมาก ซึ่งนับจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยิ่งมีความเร็วมากขึ้นทุกขณะ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางสังคมมากขึ้น ประเทศใดที่สามารถปรับตัวได้ทันก็ย่อมสามารถเจริญก้าวหน้าได้อย่างมั่นคงและหากมีการปรับตัวทางสังคมไปพร้อม ๆ กันด้วยแล้วก็ถือว่าเป็นการเร่งให้สังคมนั้นมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในส่วนของประเทศไทยเองก็ต้องการการปรับเปลี่ยนเช่นกัน แต่ทว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในฐานะที่มีบทบาทในการติดตามความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมากกว่าบทบาทของ “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง” ซึ่งย่อมจะต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการดำเนินงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันกับความเร็วของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งมาพร้อมกับความท้าทายสำหรับประเทศในห้วงศตวรรษแห่งอนาคต ทั้งนี้ภาครัฐเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนการยกระดับของสังคม ซึ่งการสร้างนวัตกรรมในองค์กรภาครัฐจะเป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น (Wutthirong, P., 2008 : 26) สำหรับภาครัฐซึ่งเป็นระบบการบริหารองค์กรขนาดใหญ่ มีโครงสร้างที่สลับซับซ้อนการริเริ่มคิดค้นจนถึงการนำนวัตกรรมไปปฏิบัติในองค์กร จึงเป็นสิ่งที่มีความท้าทายอย่างมากสำหรับนักบริหารสมัยใหม่ด้วยเหตุผลที่ว่า นวัตกรรมคือ เครื่องมือหรือกระบวนการในการสร้างความเปลี่ยนแปลงภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนวัตกรรมทางการบริหารเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างองค์กรระบบรูปแบบและกระบวนการจัดการในองค์กร ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่าภาครัฐมีการนำนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารงานที่มากขึ้นเพื่อให้การทำงานการบริหารงานของรัฐเกิดความคล่องตัวและสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร 32 การศึกษานวัตกรรมการบริหาร



ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือผู้วิจัยได้มีการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไว้หลากหลายประเด็น ได้แก่ ความหมายและประเภทของนวัตกรรมการบริหารจัดการภาครัฐ แรงกระตุ้นในการสร้าง นวัตกรรมภาครัฐ กระบวนการสร้างนวัตกรรมภาครัฐที่มาของนวัตกรรมและการยอมรับนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นดังนี้ ความหมายและประเภทนวัตกรรมการบริหารจัดการภาครัฐ นวัตกรรมการบริหารจัดการภาครัฐ หมายถึง แนวคิด วิธี และรูปแบบใหม่ๆ ในการจัดการองค์กร (Organization development) การดำเนินงาน (Work process) และการให้บริการ (Service delivery) อันเป็นผลมาจากการสร้างพัฒนา เพิ่มพูนต่อยอดหรือประยุกต์ใช้องค์ความรู้และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและคุณภาพของการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาบรรพชาการไทย, 2556) นวัตกรรมการบริหารงานภาครัฐมีขอบเขตอยู่ภายใต้กรอบบทบาทและหน้าที่ ของรัฐบาล (Role and functioning of government) โดยสามารถจัดแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

1. นวัตกรรมเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ (Strategy business concepts innovation) เป็น การคิดค้น ออกแบบหรือกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ ภารกิจ เป้าประสงค์ใหม่ขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์หรือวางทิศทางใหม่ในการนำพาองค์กรในอนาคต
2. นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ (Service and product innovation) เป็นการปรับปรุงปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบของสินค้าและบริการ เช่น บัตรประจำตัวประชาชนแบบ Smart card หน่วยบริการเคลื่อนที่ (Mobile unit)
3. นวัตกรรมด้านรูปแบบการให้บริการการส่งมอบงาน (Delivery innovation) ได้แก่ การสร้างหรือปรับเปลี่ยนแนวทางและรูปแบบในการบริการหรือการติดต่อกับประชาชน เช่น การให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต
4. นวัตกรรมด้านกระบวนการและการบริหารองค์กร (Process and organizational innovation) ได้แก่ การออกแบบโครงสร้างองค์กรและกระบวนการภายในใหม่เช่น การจัดตั้งหน่วยบริการรูปแบบพิเศษเพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การพัฒนาแนวทางการบริหารงบประมาณการบริหารงานบุคคล เป็นต้น
5. นวัตกรรมด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงกระบวนการ (Process Interaction Innovation) เป็นแนวทาง การปรับปรุงหรือพัฒนาระบบความสัมพันธ์หรือการปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจหน้าที่กับภาคส่วนอื่น ๆ ขึ้นใหม่เช่น การพัฒนากระบวนการให้บริการในงานที่สัมพันธ์กันอย่างครบวงจร อาทิ การบริการในรูปแบบ Single Window

การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร เป็นสิ่งที่ผู้นำองค์กรและสมาชิกในองค์กรต้องให้ความสำคัญเพราะยุคสังคมที่มีการสื่อสารสะดวกรวดเร็ว เป็นสังคมที่ทุกคนมีทางเลือกในการใช้บริการมาก องค์กรจะต้องเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่น่าเสนอสิ่งที่เหมาะสมให้ผู้รับบริการ การนำนวัตกรรมเข้า



มามีส่วนในการดำเนินงานและจัดการนวัตกรรมนั้นอย่างเหมาะสมจะเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรแข็งแกร่ง สร้างผลผลิตผลงานคุณภาพออกมาอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ในการจัดการองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กร หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงสุดในปัจจุบัน สถานการณ์ประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการแข่งขันสูงมาก องค์กรที่มีการจัดการได้ดีจะ คงอยู่และก้าวหน้าเติบโต ส่วนองค์กรที่การจัดการไม่มีการพัฒนาให้เหมาะสมจะค่อย ๆ มีปัญหาอันจะ นำไปสู่การปิดตัวลงในที่สุด องค์กรยุคใหม่เป็นองค์กรที่ต้องพัฒนาและบูรณาการให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระดับโลก ระบบเทคโนโลยีเข้ามามีอิทธิพลมากการจัดการที่ดีและเหมาะสม จะช่วยให้องค์กรมีความมั่นคง แม้จะต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกองค์กรที่อยู่ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่รุนแรงรวดเร็วจึงต้องปรับตัวเพื่อ เรียนรู้สิ่งใหม่ ปัจจัยใหม่ ๆ ที่เข้ามาซึ่งส่งผลต่อค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนวิถีชีวิตของคน ในองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร สามารถรับรู้ข่าวสารจากการสื่อสารแบบไร้พรมแดนมีการ เข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วกว้างขวาง ทางเลือกสินค้าและบริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการที่แปร เปลี่ยนไป ขณะเดียวกันองค์กรก็มีทางเลือกในการจัดการนำเอานวัตกรรมเข้ามาเพิ่มศักยภาพ ใช้พัฒนา ให้ เกิดความพร้อมในการขับเคลื่อนพันธกิจไปสู่เป้าหมายได้มากขึ้น การแข่งขันระหว่างองค์กรจึงมีความ เข้มข้นสูง การจัดการนวัตกรรมภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างมาก การ บริหารงานองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการและช่วงที่มีภาวะวิกฤติหรือ ปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้น อย่างรุนแรงและหนักหน่วง จะต้องมีการนำเอานวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสม การจัดการจึงเป็นปัจจัย สำคัญอย่างหนึ่งที่จะใช้เป็นแนวทางในการคลี่คลายปัญหา ลดความสูญเสียหรือหลีกเลี่ยงโอกาสให้กับ องค์กร องค์กรคุณภาพเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาเชิงกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีขั้นตอนและมีความ ต่อเนื่องที่เกิดจากบุคคลหลาย ๆ คนที่อยู่ในองค์กรและจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ในการ ติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ทำให้เกิดพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ตาม สภาพการณ์และเคลื่อนไหวบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ ปัจจัย นวัตกรรมจะเข้ามาเกี่ยวข้อง กับการเคลื่อนไหวขององค์กร ซึ่งจะเกิดผลกระทบผลสืบเนื่องเสมอ พฤติกรรมกลุ่มคนในองค์กรที่เป็น บุคคลแห่งการเรียนรู้จะช่วยให้การจัดการนวัตกรรมขององค์กรสะดวกขึ้น พฤติกรรมบุคคลในองค์กร เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้นำองค์กรอย่างยิ่ง (Larsen J. and Buss N., 2002) เพราะสามารถทำให้มองเห็น ภาพลักษณ์ทิศทางของการเคลื่อนไหว แนวการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นภายในองค์กร จะช่วยให้ สามารถวางแผนปรับปรุงแผนการดำเนินงาน จัดปรับเปลี่ยนระบบรูปแบบวิธีการดำเนินงานขององค์กร ให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับนวัตกรรมที่จะเข้ามามีส่วนสำคัญในการดำเนินงานได้ตามสถานการณ์ นวัตกรรมที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาพฤติกรรมองค์กร มีหลายปัจจัยด้วยกันแต่ละปัจจัยจะมีส่วน เกี่ยวข้องต่อกันในการผลักดันให้เกิดการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยการเรียนรู้ถึงแนวทาง ในการควบคุมจัดการนวัตกรรมที่มาเป็นปัจจัยผลักดันการขับเคลื่อนพัฒนากระบวนการดำเนินงานใน



องค์กรสู่การเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปในทิศทางเป้าหมายที่ต้องการขององค์กร องค์กรที่มีการนำเอา นวัตกรรมมาปรับใช้ในการดำเนินงาน โดยพยายามเรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาปรับ นวัตกรรมให้เหมาะสม (Hisrich and Kearney, 2014) จะช่วยให้เกิดระบบการทำงานที่รวดเร็ว มีการ ช่วยลดภาระของบุคลากรลงเทคโนโลยีจะกลายเป็นฐานเบื้องต้นที่จะสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของ องค์กร ให้เกิดกระบวนการพัฒนาให้มีความทันสมัยกับเหตุการณ์สังคมมากขึ้น (Bessant and Tidd, 2015) นวัตกรรมที่นำมาใช้ในกระบวนการดำเนินงานขององค์กร จะช่วยลดเวลาทำงานสร้างผลงาน ออกมาอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพและสามารถทำงานแทนคนได้มาก สามารถผลิตผลงานคุณภาพ หรือสร้างสรรค์พัฒนาสิ่งใหม่ในเวลาอันรวดเร็ว นวัตกรรมยังจะเป็นเครื่องช่วยแบ่งเบาภารกิจต่าง ๆ ของ คนในองค์กรให้การดำเนินงานมีความคล่องตัว มีความสะดวกรวดเร็วแม่นยำและมีความสามารถในการ ดำเนินงานได้ตามที่ต้องการ ผู้นำองค์กรที่เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้สนใจติดตามเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็น นวัตกรรมอยู่เสมอและสามารถกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรที่เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ จะนำพาองค์กรให้ เป็นเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้สมาชิกในองค์กรมีพฤติกรรมที่สนใจเรียนรู้ติดตาม ความก้าวหน้าของ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ สมาชิกส่วนใหญ่ในองค์กรเกิดความตระหนักและสนใจนวัตกรรมเพื่อ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นพฤติกรรมใฝ่รู้ด้วยตัวเองสูงเป็นความต้องการติดตามพัฒนานวัตกรรมจาก ภายในบุคคลนั้น ให้เป็นคนที่มีลักษณะของบุคคลแห่งการเรียนรู้ (Irma Becerra-Ffrandez and Rajiv Sabherwal, 2010) การจัดการองค์กร จะต้องเน้นการปรับระบบโครงสร้าง ให้มีสภาพเกื้อหนุนให้ สมาชิกพัฒนาบทบาทพฤติกรรมการทำงาน เพื่อให้การเคลื่อนไหวขององค์กรให้มีการพัฒนาอยู่ เสมอสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีคุณภาพ สามารถเพิ่มเติมต่อยอดเป้าหมายให้ได้ผล มากกว่าเดิมมีคุณภาพมากกว่าเดิม และสามารถปรับสภาพให้เกิดการขยายตัวต่อยอดกระบวนการ ดำเนินงานจนเกิดการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพของบุคคล กลุ่มคน ส่วนใหญ่ใน องค์กรมากขึ้น การจัดการนวัตกรรมองค์กรด้วยการนำเอานวัตกรรมเข้ามาจะช่วยให้องค์กรประสบ ความสำเร็จในการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน โดยจะต้องขยับปรับระบบการจัดการภายในไปสู่การ ใช้ความคิด การปฏิบัติและการต่อยอดองค์ความรู้องค์กรที่ใช้นวัตกรรมเดียวกันแต่กลยุทธ์เทคนิควิธีการ การวางแผนเลือกจังหวะเวลาในการนำนวัตกรรมมาใช้ที่แตกต่างกัน รวมถึงมีการประยุกต์พัฒนาต่อยอด ปรับความเหมาะสมของกลยุทธ์ย่อมส่งผลการดำเนินงานออกมาต่างกัน การจัดการนวัตกรรมจึงเป็นทั้ง ศาสตร์และศิลป์ของฝ่ายวางแผนและฝ่ายจัดการขององค์กรอย่างมาก การเรียนรู้ติดตามพัฒนา นวัตกรรมด้วยคนขององค์กร ด้วยการสร้างบุคคลแห่งการเรียนรู้และสร้างความเป็นนักนวัตกรรม ไว้ใน จิตใจของสมาชิกองค์กร การวางแผน การจัดการอย่างมีคุณภาพขององค์กร (Boonthong, P. 2018) จึง เป็นการจัดการนวัตกรรมที่ยั่งยืนการจัดการนวัตกรรมเป็นแนวทางที่มีความสำคัญต่อองค์กรที่มีความ เสี่ยงที่มีภัยคุกคามจากภายนอก ผู้นำองค์กรและสมาชิกในองค์กร จะต้องปรับวิธีคิดในการดำเนินงาน ด้วยการจัดระบบบริหารจัดการที่นำเอานวัตกรรมเข้ามาร่วมดำเนินงานอย่างมีขั้นตอนที่ต่อเนื่องเป็น

กระบวนการพัฒนาเชิงระบบจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Humphrey H., 2014) การการจัดตั้งเริ่มต้นที่ตัวคนในองค์กรให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นในการจัดการพัฒนาหรือเลือกนำเข้ นวัตกรรมมาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมองค์กรให้เกิดการพัฒนาก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

การขนส่งสินค้า

โดยทั่วไปการขนส่ง (Transportation) หมายถึงการเคลื่อนย้ายคน (People) สัตว์ สิ่งของ (Goods) จากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่อีกแห่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากนิยามนี้แล้วอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นมาได้ว่า การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ หรือสิ่งของจากอาคารแห่งหนึ่งเท่านั้นแต่แท้จริงแล้วการขนส่งยังมีความหมายกว้างขวางโดยครอบคลุมไปถึงการขนส่ง การขนถ่าย การเคลื่อนย้ายคนหรือสิ่งของภายในอาคาร ภายในบ้านภายในที่ทำงานหรือภายในโรงงานด้วย ดังนั้นหากยึดคำจำกัดความถูกต้องแล้วการที่คนเราเดินอยู่ภายในบ้าน การใช้รถเข็นช่วยบรรทุกของเมื่อเข้าไปซื้อสินค้าหรือการที่กรรมกรขนถ่ายสินค้าที่ท่าเรือก็นับเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการขนส่งเช่นเดียวกัน (Duangpatra, J., 2000) การขนส่ง กล่าวคือ การขนส่งหมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อันก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) และอรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) ดังนั้นถ้าพิจารณาจากนิยามข้างต้น การขนส่งสินค้า (Freight Transportation) จึงหมายถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่ที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งอันก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) และอรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) ทั้งนี้การเคลื่อนย้ายดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าซึ่งจะเป็นการก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่และเวลาในการขนส่ง (Time-in-Transit) กับความต่อเนื่องในการให้บริการ (Consistency of Service) เป็นตัวที่บ่งบอกถึงอรรถประโยชน์ด้าน (Duangpatra, J., 2000)

แลมเบิร์ต (Lambert, Stock & Ellran, 1998) ได้ให้ความหมายของโลจิสติกส์ (Logistics) ไว้ว่าเป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงานและการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเคลื่อนย้ายการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้าระหว่างผลิตสินค้าสำเร็จรูปและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องดำเนินไปจากแหล่งจัดหาไปสู่จุดบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยต้นทุน ประสิทธิภาพในการขนส่ง การพัฒนาการขนส่งนั้นมุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐานและประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่งแล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. การขนส่งสินค้าที่ถูกต้องคือ การส่งของได้ตามความต้องการและคุณสมบัติของสินค้าที่ถูกต้อง โดยเริ่มจากความเข้าใจในตัวสินค้าหรือสิ่งของที่ต้องการขนส่งเช่น สินค้าเป็นสินค้าประเภทใด เป็นสินค้าประเภทบางหรือสามารถทนทานต่อแดดลมและฝนได้ดี สินค้าสามารถถอดประกอบได้หรือไม่ เป็นสินค้าขนาดใหญ่หรือสินค้าที่มีน้ำหนักมากเกินไปหรือไม่และสินค้าเหล่านี้



เหมาะกับการขนส่งประเภทใด ซึ่งการมีความรู้และความเข้าใจในตัวสิ่งของที่ต้องการขนส่งนั้นจะช่วยให้จัดการเวลาและควบคุมต้นทุนได้เป็นอย่างดี

2. ความรวดเร็วการขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถจะทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วทันเวลาและทันต่อความต้องการมีความสดและมีคุณภาพเหมือนกับสินค้าและบริการที่แหล่งผลิต

3. การประหยัดการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุนการขนส่งและประหยัดในราคาค่าบริการกล่าวคือผู้ประกอบการกิจการขนส่งต้องพยายามให้ ต้นทุนในการขนส่งต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่ำแล้ว การเรียกเก็บอัตราค่าบริการก็ลดลงด้วยอันจะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียอัตราค่าบริการโดยสารหรือค่าระวางด้วย ดังนั้นความประหยัดถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

4. ความปลอดภัยหมายถึง ความปลอดภัยจากการสูญเสียหรือเสียหายของสินค้า ตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับระบบการขนส่ง ซึ่งถือได้ว่าผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียและเสียหาย ในทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ

5. ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการหรือความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการเช่น ยานพาหนะจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที

6. ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการขนส่งเพราะการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมี กำหนดในการเดินทางที่แน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา มีจำนวนเที่ยวที่วิ่งเวลาที่ออกเดินทางจากต้นทางเวลาที่เดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทางเวลาที่ผ่านจุดที่สำคัญต่างๆ ซึ่งจะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ (Ahiprajaskun, K. 2003) จากทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า สรุปได้ว่า การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายคน (People) สัตว์ สิ่งของ (Goods) จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง โดยการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยความเร็วการประหยัดความปลอดภัยความสะดวกสบายความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา

ปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งสินค้า

“การขนส่ง” เป็นกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง ที่จะจัดให้มีการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่งตามความประสงค์ เพื่อให้เกิดอรรถประโยชน์ ตามต้องการ ในปัจจุบันการขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจเกือบทุกประเภททั้งในส่วนของการจัดหา วัตถุดิบ การผลิต การขายและการจัดจำหน่ายในหลายธุรกิจต้นทุนจากการขนส่งนับเป็นต้นทุนที่สำคัญ และส่งผลกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์/ บริการ นอกเหนือจากนี้การขนส่งยังเป็นกิจกรรมที่ช่วย เพิ่มคุณค่าของสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานที่ที่การขนส่งเข้าไปถึงได้ มีสินค้าหรือ บริการบริโภคตามที่ตนต้องการเนื่องจากการขนส่งจะช่วยนำสินค้าจากแหล่งผลิตผ่านมือคนกลาง จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นการดำเนินธุรกิจใดๆ ย่อมอาศัยการขนส่งทั้งสิ้น หากจะพิจารณาจาก มุมมองทางเศรษฐกิจ ในท้องถิ่นใดที่มีการขนส่งดี ถนนดีและมียานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเพียงพอ ก็ ย่อมทำให้การลำเลียงสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดทำได้สะดวกรวดเร็วเป็นผลให้เศรษฐกิจในท้องถิ่น นั้นเจริญ ดังนั้นการขนส่งจึงมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากิจกรรมอื่นๆ ซึ่งมีต้นทุน ของการขนส่ง (Cost of Transportation) โดยต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการขนส่งสามารถจำแนกออกเป็น หลายประเภท ตามลักษณะของกิจกรรมที่ เกิดส่งผลให้เกิดต้นทุน ดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ไม่มีมีการเปลี่ยนแปลงใดๆตาม การผลิต ไม่ว่าจะทำการผลิตหรือไม่ผลิตก็ตามต้นทุนนี้จะเกิดขึ้นเป็นจำนวนที่คงที่ ต้นทุนนี้ถึงแม้จะมีการผลิตเป็น จำนวนมากหรือจำนวนน้อยเพียงใด ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในอัตราเท่าเดิมอยู่ตลอดเวลา เช่น ค่าเช่า ที่ดิน อาคาร ค่าประกันภัย ค่าทะเบียนยานพาหนะ ค่าเสื่อมราคา เงินเดือนประจำ ค่าใบอนุญาตเช่า สถานที่ เป็นต้น ในบางครั้งต้นทุนประเภทนี้อาจเรียกชื่อได้อีกอย่างอื่นอีก เช่น Constant Cost หรือ Overhead Cost ต้นทุนชนิดนี้แม้จะให้บริการมากน้อยเพียงใดหรือไม่ได้ให้บริการเลย ก็ต้องเสียเป็น จำนวนเท่ากัน เป็นต้น

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) เป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตาม ปริมาณของการผลิต อาจเรียกชื่อเป็นอย่างอื่นได้อีก คือต้นทุนดำเนินงาน (Operation Cost) ถ้า ให้บริการขนส่งมากต้นทุนชนิดนี้ก็มากด้วย ถ้าผลิตบริการขนส่งน้อยต้นทุนนี้ก็น้อย ถ้าไม่ได้ให้บริการ เลยก็ไม่ต้องจ่ายต้นทุนนี้เลย ต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าซ่อมแซม ค่าน้ำมันหล่อลื่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นต้น

3. ต้นทุนรวม (Total Cost หรือ Joint Cost) เป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยรวมเอา ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรมารวมกัน ถือเป็นต้นทุนของการบริการทั้งหมด ในการขนส่งถือว่าเป็น ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับการขนส่งสินค้า โดยไม่สามารถจะแยกออกได้ว่าต้นทุนของการ ขนส่งสินค้าหรือบริการแต่ละอย่างแต่ละประเภทนั้นเป็นเท่าใด เช่น การขนส่งทางรถไฟ โดยรถขบวน หนึ่งอาจมีทั้งผู้โดยสาร สินค้าและบริการอยู่ในขบวนเดียวกัน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจะเป็นต้นทุนร่วมกัน



เพราะไม่สามารถจะแยกออกได้ว่าเป็นต้นทุนในการขนส่งผู้โดยสาร หรือเป็นต้นทุนสำหรับการขนส่งสินค้าและบริการ เป็นต้น ดังนั้นต้นทุนที่เกิดขึ้นในการขนส่งเท่านั้น ก็ควรจะแบ่งสรรไปยังสินค้าแต่ละชนิดที่ขนส่งในเท่านั้น การที่ต้องแบ่งสรรต้นทุนเช่นนี้ก็จะประโยชน์แก่ธุรกิจ เพื่อจะได้ทราบว่าสินค้าแต่ละประเภทที่ดำเนินการอยู่นั้นมีต้นทุนและให้กำไรเพียงใด ต้นทุนรวมที่สามารถแยกแยะได้ชัดเจน เช่น ค่าน้ำมันซึ่งอาจคิดเฉลี่ยค่าน้ำมันแต่ละเที่ยวไปตามน้ำหนักบรรทุกสินค้า เป็นต้น

4. ต้นทุนที่ยกกลับ (Back Haul Cost) เป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ได้รวมเอาลักษณะของค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) เข้าไปด้วย ถือเป็นค่าชดเชยที่ต้องทำให้เสียโอกาสขึ้น ในกรณีของการขนส่งหมายถึง การที่ต้องบรรทุกผู้โดยสาร สินค้าหรือบริการ ไปส่งยังจุดหมายปลายทางแล้ว ในเที่ยวกลับนั้นไม่ได้บรรทุกอะไรกลับมาเลย กรณีนี้จึงต้องมีการคิดถึงต้นทุนที่ยกกลับรวมไว้ใน การคิดต้นทุนค่าบริการขนส่งด้วย ซึ่งในบางครั้งลักษณะเช่นนี้ ถือว่าการสูญเสียเปล่าได้เกิดขึ้นและถือเป็นการขนส่งที่ไม่ทำให้เกิดการประหยัดอีกด้วย ผู้ประกอบการขนส่งต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ยกกลับด้วยหรือในกรณีของธุรกิจที่มีรถบรรทุกสินค้าเองก็ควรคำนึงถึงต้นทุนนี้ด้วยเช่นกัน ต้นทุนของการขนส่งจะแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ลักษณะของเส้นทางที่ใช้ในการขนส่ง ระยะทางและระยะเวลาของการขนส่ง อุปกรณ์และมาตรฐานต่างๆ ในการขนส่ง ลักษณะของสินค้าและบริการที่จะทำการขนส่ง และสภาพแวดล้อมและภูมิประเทศที่จะทำการขนส่งการจัดการการขนส่งจึงเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อเศรษฐศาสตร์การขนส่ง ได้แก่ ระยะทาง ปริมาณ ความหนาแน่น การจัดเก็บ การจัดการ ความรับผิดชอบและการตลาด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ

ระยะทาง (Distance) ระยะทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการขนส่ง เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนผันแปรคือ ค่าแรง เชื้อเพลิงและการบำรุงรักษา จากภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ที่สำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรกคือ ต้นทุนของการรับและส่งสินค้าที่ไม่คำนึงถึงระยะทาง ประการที่สองคือ เส้นต้นทุนเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงตามระยะทาง เรียกว่า tapering principle เป็นผลจากการเคลื่อนย้ายระยะไกลขึ้นซึ่งมีแนวโน้มทำให้เปอร์เซ็นต์การวิ่งระหว่างเมืองจะมีมากกว่าในเมือง การวิ่งระหว่างเมืองจะถูกกว่าเนื่องจากระยะทางวิ่งที่มากกว่าโดยใช้เชื้อเพลิงและค่าแรงที่เหมือนกันและผลจากอัตราวิ่งที่สูงกว่า และเป็นเพราะความถี่ของการหยุดรถในเมืองที่ทำให้ต้นทุนการรับและส่งสินค้าสูง

จำนวน (Volume) แสดงให้เห็นถึงต้นทุนการขนส่งต่อน้ำหนักสินค้าลดลงเมื่อปริมาณสินค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะต้นทุนคงที่ของการรับและส่งสินค้าและการจัดการต่างๆ ได้ถูกเฉลี่ยลงไปตามจำนวนสินค้าที่เพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์นี้จะถูกจำกัดด้วยความสามารถในการบรรทุกของยานพาหนะ เช่นเมื่อยานพาหนะคันที่หนึ่งเต็ม ก็จะต้องใช้คันที่สองบรรทุกส่วนที่เหลือ ดังนั้น ถ้าปริมาณสินค้าน้อยก็ควรที่จะทำการรวบรวมสินค้าให้มีมากพอเพื่อจะได้เปรียบตามหลักของเศรษฐศาสตร์

ความหนาแน่น (Density) ปัจจัยที่สามคือความหนาแน่นของสินค้า ซึ่งต้องพิจารณาถึงน้ำหนักและพื้นที่ด้วย โดยทั่วไปจะคิดค่าขนส่งตามน้ำหนักเช่น ท่อตันเป็นตัน ยานพาหนะบรรทุกจะถูก



จำกัดด้วยพื้นที่มากกว่าน้ำหนักบรรทุก ถ้าบรรทุกเต็มแล้วก็เป็นไปได้ที่จะบรรทุกเพิ่มแม้ว่าสินค้านั้นจะเบาก็ตาม ค่าแรงคนขับและค่าเชื้อเพลิงไม่ได้มีผลจากน้ำหนักบรรทุก ความหนาแน่นของสินค้าเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ต้นทุนคงที่ถูกแบ่งไปตามน้ำหนักที่เพิ่ม เป็นผลให้ต้นทุนค่าขนส่งต่อน้ำหนักน้อยลงด้วยจากภาพที่ 3 ต้นทุนค่าขนส่งต่อน้ำหนักลดลง แม้ว่าความหนาแน่นจะเพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างความหนาแน่นของสินค้าและต้นทุนการขนส่งโดยทั่วไปผู้จัดการฝ่ายโลจิสติกส์พยายามที่จะเพิ่มความหนาแน่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะบรรทุกได้มากขึ้น การเพิ่มความหนาแน่นให้บรรจุภัณฑ์เพื่อที่จะบรรจุสินค้าได้มากขึ้นตัวอย่างเช่น ของเหลว เบียร์ โซดา สามารถบรรทุกได้เพียงครั้งเดียวเนื่องจากน้ำหนักบรรทุกเต็มหรือน้ำหนักถึงก่อนปริมาณที่ทำการบรรทุกได้ อย่างไรก็ตามความพยายามที่จะเพิ่มความหนาแน่นของผลิตภัณฑ์จะเป็นผลให้ต้นทุนค่าขนส่งลดลง

การจัดเก็บ (Stowability) หมายถึงขนาดของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลต่อยานพาหนะที่จะบรรทุกขนาดและรูปทรงที่ผิดแผก เช่นเดียวกับน้ำหนักที่เกินหรือความยาวที่เกิน จะทำให้การจัดเก็บได้ไม่ดีและสิ้นเปลืองเนื้อที่บรรทุก แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีความหนาแน่นเท่ากันแต่การจัดเก็บก็จะแตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์ที่รูปทรงมาตรฐานจะจัดเก็บได้ง่ายกว่ารูปทรงที่ผิดแผกออกไป ตัวอย่างเช่น แท่งเหล็กและคันเบ็ด มีความหนาแน่นเท่ากัน แต่คันเบ็ดจัดเก็บยากกว่าเพราะความยาวและรูปทรง การจัดเก็บมีผลต่อขนาดของการจัดส่ง บางครั้งผลิตภัณฑ์จำนวนมากสามารถจัดเก็บเป็นกลุ่มได้ มิฉะนั้นก็จะยากต่อการจัดเก็บ ตัวอย่างเช่น รถบรรทุกขนกระป๋องที่ไม่ใช่แล้ว ถ้าบรรทุกเป็นกระป๋องเดียวทำให้ยากแก่การจัดเก็บมากกว่ากระป๋องที่ถูกอัดให้แบน

การจัดการ (Handling) อุปกรณ์พิเศษในการจัดการสินค้าช่วยในการขนย้ายสินค้าขึ้นลงรถบรรทุกหรือเรือ รวมถึงลักษณะของภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ เช่นกล่อง พาเลต เชือกผูก ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนของการจัดการ

ความรับผิดชอบ (Liability) ผลิตภัณฑ์ที่จะถูกความกระทบกระเทือนได้ง่าย การเนาเปื้อย การถูกขโมย ระเบิด ผู้รับขนส่งควรจะทำประกันสินค้า และผู้ส่งออกสามารถลดความเสี่ยง และค่าขนส่งได้โดยการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันหรือลดการสูญหายหรือเสียหาย

ปัจจัยด้านการตลาด (Market Factors) ช่องทางขนส่งหมายถึงการเคลื่อนย้ายจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดปลายทาง รถส่งสินค้าและพนักงานจะต้องกลับมายังจุดเริ่มต้นจึงควรจะทำให้การบรรทุกสินค้าขากลับ (back-haul) มิเช่นนั้นก็จะต้องติดเปล่ากลับ (deadhead) กรณีของ deadhead แรงงานเชื้อเพลิงและต้นทุนของการบำรุงรักษาจะต้องคิดขากลับรวมด้วย ดังนั้น ควรที่จะทำการบรรทุกสินค้าทั้งไปและกลับให้เกิดความสมดุล จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า ต้นทุนในการขนส่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายปัจจัย ดังนั้นหากองค์กรจะทำการลดต้นทุนการขนส่งสินค้า องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยหลายด้านประกอบกัน เพื่อให้ สามารถลดต้นทุนได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

องค์ประกอบของการขนส่ง (การกระจายสินค้า)

การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กรและผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่ง การเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้า และการดำเนินการสั่งซื้อ ความสำเร็จของสินค้าขึ้นอยู่กับ การเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในเวลาที่ถูกต้อง (at the Right Time) และในสถานที่ที่ถูกต้อง (to the Right Place) ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด(at theLeast Cost) และในปริมาณที่ถูกต้อง(in the Right Quantity)

การจัดการกระจายสินค้าต้อง พิจารณาในภาพรวมของระบบโลจิสติกส์ ในด้านเครือข่ายการปฏิบัติงานการจัดการกระจายสินค้า ต้องกำหนดคลังสินค้าให้สามารถเชื่อมโยงการปฏิบัติงานเข้ากันอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนอง เป้าหมายของระบบโลจิสติกส์ จากสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่กำลังเผชิญอยู่กับการนำเสนอคุณค่าของสินค้าสู่ลูกค้าหรือองค์กรธุรกิจจะสำเร็จได้เกิดจากระบบการจัดการกระจายสินค้า และกลยุทธ์การจัดการกระจายสินค้าขององค์กรที่ดี ดังนั้นต้องพิจารณาเปรียบเทียบกับ การปฏิบัติงานของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการวางแผนที่สำคัญ คือ ต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ลูกค้าสนใจและเป้าหมายการจัดการกระจายสินค้าเป็นสำคัญ

กลยุทธ์การกระจายสินค้า จะเป็นผลมาจากการกำหนดกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานโดยในแต่ละอุตสาหกรรมหรือแต่ละผลิตภัณฑ์ มีองค์ประกอบและความ ซับซ้อนที่แตกต่างกันไปเช่นกัน จุดเริ่มต้นที่สำคัญในการกำหนดแนวทางการจัดการโลจิสติกส์คือ การวิเคราะห์ถึงรูปแบบ ลักษณะความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ มีองค์ประกอบในการพิจารณาเช่น ช่วงวัฏจักรอายุของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการได้ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของระยะเวลา (Lead Time) และการบริการ โดยปัจจัยเหล่านี้ทำให้สามารถพิจารณาแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 2 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งด้านการใช้งาน (Functional Product) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตอบสนองความจำเป็นในการใช้งานทั่วไปที่มีความต้องการใช้งานสม่ำเสมอมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากสามารถคาดการณ์ปริมาณความต้องการได้ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีคู่แข่งมากเกิดการแข่งขันด้านต้นทุนผลิตภัณฑ์ทำให้อัตรากำไรลดลง

2. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation Product) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการที่แตกต่างออกไปหรืออาจจะต้องสร้างความต้องการให้เกิดกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วยความแตกต่างนี้ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมจะสามารถสร้างอัตรากำไรได้ในระดับสูง มีคู่แข่งน้อยและเข้ามาได้ยาก อย่างไรก็ตามเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีเฉพาะกลุ่มอาจมีความต้องการที่เปลี่ยนได้ง่ายเมื่อมีผลิตภัณฑ์อื่น



ที่ต้องการทำให้การพยากรณ์ความต้องการได้ยาก จากลักษณะความต้องการในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์การกระจายสินค้าของแต่ละผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งการใช้งาน จะมุ่งที่ประสิทธิภาพของกระบวนการ โดยเฉพาะด้านต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำ

2. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม จะมุ่งในการตอบสนองความแปรเปลี่ยนความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นสูง

จากแนวคิดของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทดังกล่าว ควรนำมาพิจารณากำหนดกระบวนการปฏิบัติงานในการกระจายสินค้าและกระบวนการต่าง ๆ ของระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านการกำหนดเครือข่ายของคลังสินค้าและขั้นตอนการกระจายสินค้าที่เหมาะสม การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า (Distribution Requirement Planning: DRP) การกระจายสินค้าควรพิจารณาลักษณะเครือข่ายของคลังสินค้าที่สามารถครอบคลุมลูกค้าในพื้นที่ต่าง ๆ ในการจัดการต้องมีวิธีการช่วยในการตัดสินใจการวางแผนและการควบคุม การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ วิธีการที่สามารถใช้ได้คือ การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้าหรือ Distribution Requirement Planning (DRP) มีหลักการพื้นฐานจากระบบดึง (Pull System) เช่นเดียวกับระบบ MRP ที่ใช้ในการจัดการด้านการผลิตแต่ DRP จะประยุกต์ใช้ในส่วนการจัดการกระจายสินค้าไปยังคลังสินค้าต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม DRP จะเชื่อม MRP ในส่วนการผลิตเช่นกัน โดยที่ข้อมูลการพยากรณ์ความต้องการของ DRP จะเป็นข้อมูลพื้นฐานของแผนกำหนดการผลิตหลัก หรือ Master Production Scheduling (MPS) ซึ่งต้องทำการผลิตเพื่อรองรับความต้องการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ จากที่ได้กล่าวถึงแนวทางการจัดการกระจายสินค้าสามารถสรุปถึงสิ่งที่ต้องตัดสินใจในการกระจายสินค้าได้ ดังนี้

1. การจัดการด้านข้อมูลสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจในการปฏิบัติงานทั้งในด้านปริมาณ เวลาและสถานที่ของระบบการกระจายสินค้า

2. การพิจารณากำหนดเครือข่ายคลังสินค้าให้เหมาะสมกับเป้าหมาย ทั้งนี้เครื่องมือในการจัดการอาศัยแนวคิดของ Network Research เป็นวิธีการวิเคราะห์เชิงเครือข่ายที่อาศัยพื้นฐานของการคำนวณทางด้านการวิจัยดำเนินงาน (Operations Research) ที่จะช่วยให้สามารถพิจารณาการกำหนดเครือข่ายคลังสินค้าได้อย่างเหมาะสม อาศัยข้อมูลพื้นฐานในการจัดการที่มีอยู่เช่น ต้นทุนการขนส่ง ปริมาณการขนส่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มาประกอบการพิจารณา โดยการหาคำตอบที่มีค่าดัชนีวัดผลเหมาะสมตามที่กำหนดไว้เช่น ต้นทุนรวมทั้งระบบในการกระจายสินค้าในแต่ละปี เป็นต้น

3. การพิจารณาด้านเส้นทางการขนส่งของพาหนะ ค่าใช้จ่ายด้านขนส่งจะเป็นต้นทุนส่วนที่มีความสำคัญในการปฏิบัติงานการกระจายสินค้า การพิจารณากำหนดเส้นทางการขนส่งควรพิจารณาควบคู่กับการกำหนดเครือข่ายคลังสินค้าที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง



ปัจจัยพิจารณาในการประเมินผลการปฏิบัติงานกระจายสินค้า คือ

1. ระยะเวลาและความรวดเร็วในการกระจายสินค้า เปรียบเทียบกับแผนดำเนินงานใน ส่วนอื่น ๆ ของธุรกิจโดยรวมเช่น ด้านแผนการตลาด การกระจายสินค้าต้องสอดคล้องกับการ ประชาสัมพันธ์ สินค้าด้านการผลิต ต้องกระจายสินค้าไปสู่คลังสินค้าต่าง ๆ ได้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า
2. ปริมาณการขนส่ง การส่งมอบได้ครบถ้วนตามปริมาณความต้องการ
3. ต้นทุนการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในหลาย ๆมุม เช่น ต้นทุนกระจายสินค้า แบ่งแยกตามกลุ่มสินค้า แบ่งแยกตามประเภทช่องทางกระจายสินค้า หรือ ตามประเภทพาหนะขนส่ง เป็นต้น
4. ความครอบคลุมในด้านช่องทางกระจายสินค้าหรือด้านภูมิศาสตร์เป็นการวัดผล เปรียบเทียบต่อเป้าหมายเชิงกลยุทธ์โดยรวมขององค์กร (Suharitdamrong, W. & Kitchainukul, T. 2000) จากทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจายสินค้า สรุปได้ว่าการกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กรและผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับกิจการขนส่งการเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงเหลือ การหีบห่อ การนำส่งสินค้าและการดำเนินการคำสั่งซื้อ และความสำเร็จของสินค้า ขึ้นอยู่กับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในเวลาที่ถูกต้อง (At the Right Time) ในสถานที่ถูกต้อง (to the Right Place) ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด (At the Least Cost) และในปริมาณที่ถูกต้อง (in the Right Quantity)

สรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า การขนส่งสินค้าส่งผลกระทบต่อทำให้บริษัทผลิตเบเกอรี่ต้องมีการปรับตัวค่อนข้างมาก เมื่อช่องทางการจำหน่ายน้อยลงผู้ประกอบการต้องพึ่งช่องทางเทคโนโลยีมากขึ้น กอปรกับรูปแบบการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการมีต้นทุนและความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น ใช้เงินลงทุน จำกัด ราคาต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงส่งผลให้ผู้ประกอบการ เลือกที่จะแบกรับต้นทุนบางส่วนเพื่อรักษาสถานลูกค้าและยอดขายของบริษัทไว้ หรือเลือกปรับ เมนูและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านอื่นทดแทน อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องรักษาสมดุลของช่องทางการ ขายทำให้ผู้ประกอบการยังคงต้องบริหารจัดการและรักษาสมดุลของช่องทางการขายทั้งแบบออนไลน์ และการจัดส่งสินค้าของรถขนส่งให้เป็นไปตามเวลาที่มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขกำหนด การขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจทั้งในส่วนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่าย ในหลายๆ ธุรกิจ ต้นทุนการขนส่งนับเป็นต้นทุนที่สำคัญ และกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและมีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างมากร ทุกบริษัทจึง ต้องหาวิธีในการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถมียอดขายมากกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน



ซึ่งในการขนส่งสินค้าในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่าย และมูลค่าของสินค้าที่นำส่งซึ่งต้องดูแลและควบคุม รวมถึงความต้องการลูกค้าที่ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งหากไม่สามารถบริหารจัดการการขนส่งที่ดีแล้ว บริษัทอาจจะต้องประสบกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขนส่งล่าช้าอย่างแน่นอน นอกจากนี้ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบจำกัดและเปลี่ยนแปลงตามกระแสอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามกระแสที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงเร่งทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

References

- Apiprathayasakun, K. (2003). *Logistics and Supply Chain Management "Strategy: Make Rich, Help. Save"*. Bangkok: Nattaporn Printing House
- Boonthong, P. (2018). Administration of the Sangha in the Southern Region. *Journal of Mahachulalongkornrajavidyalaya University*, 5(1), 1-12.
- Chairat, P. (2004). *Introduction to Innovation Management: Innovation Management for Executives*. Bangkok: National Innovation Agency, Ministry of Science and Technology.
- Duangpastra, C. (2000). *Principles of Transportation*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House
- Hisrich & Kearney. (2014). *Managing Innovation and Entrepreneurship: A Global Perspective*. New York: SAGE Publications.
- Suharitdamrong, W. & Kitchainukul, T. (2000). Development of Gillette's logistics strategy. *INDUSTRIAL TECHNOLOGY REVIEW*. 75, 133-138.
- Wutthirong, P. (2008). *Organizational Development, Human Resource Development, Technological Innovation—Management*. Bangkok: Chulalongkorn University Book Center.