

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า
: กรณีศึกษาบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด

หฤษฎ์ วรโชติรุ่งเรือง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโซ่อุปทานแบบบูรณาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2552

Logistics and Supply Chain Management for Business Selling electrical Equipment
: A Case study of Vata Engineering Co.,Ltd.



Harich Worachotrungruang

A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science

Department of Integrated Supply Chain Management

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2009

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ดี จากความกรุณาการช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ อาจารย์ ดร.ชัชพล มงคลิก อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และ ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโซ่อุปทานแบบบูรณาการ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า ให้ความรู้ คำแนะนำและ ตรวจสอบ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำงานวิจัยนี้ จึงขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้บริหารงานที่เป็นลูกค้า ที่เป็น Supplier และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 ภาคใต้ พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายตรวจรับทุกท่าน และพนักงานของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ที่ได้ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือเพื่อข้อมูลในการจัดทำงานวิจัยนี้จนเสร็จสิ้นลงได้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณคุณคุณมิ่ง เทพครเมือง ที่ได้ช่วยเหลือด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่นพี่ และรุ่นน้องหลักสูตรการจัดการโซ่อุปทานแบบบูรณาการทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้มาตลอด

ท้ายนี้ข้าพเจ้าผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณบิดา มารดาและครอบครัวที่ให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวไว้ข้างต้นที่ทำให้สารนิพนธ์นี้สามารถแล้วเสร็จไปได้ด้วยดี

ทฤษฎี วัชรินทร์เรือง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตของเบื้องต้น.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ความหมายของโลจิสติกส์.....	6
2.2 โซ่อุปทาน.....	9
2.3 การวางแผนการใช้ทรัพยากรองค์การ Enterprise Resource Planning.....	14
2.4 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน.....	21
2.5 การจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า.....	26
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	49
3.2 คำถามสำหรับการวิจัย.....	51
3.3 ขอบเขตการวิจัย.....	51
3.4 การนำระบบ ERP สำหรับธุรกิจขนาดย่อม มาใช้ในกรณีศึกษา.....	55
3.5 ขั้นตอนการสั่งซื้อก่อนนำโปรแกรม ERP มาใช้.....	77
3.6 ขั้นตอนการซื้อสินค้า.....	78

สารบัญ

	หน้า
3.7 ขั้นตอนการขายสินค้า.....	85
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	92
4.1 ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัท.....	93
4.2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของบริษัท วาทะ เอนจินีเยริง จำกัด ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท และ ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานใน การจัดซื้อจัดหา.....	94
4.3 การวิเคราะห์จากความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวัง ของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา.....	95
4.4 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัย การจัดการโซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน.....	96
4.5 วิเคราะห์สถานะภายในและภายนอก.....	100
4.6 การวิเคราะห์กระบวนการ.....	102
5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	105
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	105
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	111
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก.....	115
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	116
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	120
ประวัติผู้เขียน.....	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ต้นทุนสินค้า (Product Cost) อุปโภค/บริโภค ของประเทศที่เจริญแล้ว.....	13
2.2 กระจายรายละเอียดค่าใช้จ่ายในระบบโลจิสติกส์ ออกเป็นโครงสร้างต้นทุนของโลจิสติกส์ของกิจการทั่วไป.....	14
2.3 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) ของบริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด.....	48
4.1 ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการ ของบริษัทจำแนกตามประเภทของลูกค้า.....	93
4.2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ จากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด.....	94
4.3 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา จากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด.....	95
4.4 การประเมินความผิดพลาดในการดำเนินงาน ของบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม.....	96

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กระบวนการ โลจิสติกส์.....	7
2.2 ระดับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในเครือข่าย โลจิสติกส์.....	22
2.3 โครงสร้างองค์กร.....	30
2.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของบริษัท.....	36
2.5 แบบจำลองธุรกิจ.....	38
2.6 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคใต้.....	42
2.7 แผนที่ตลาดในส่วนของภาค.....	43
2.8 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	44
2.9 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคเหนือ.....	45
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Model).....	50
3.2 แสดงหน้าจอโปรแกรม C-D Organize # 9.90.....	55
3.3 ข้อมูลพื้นฐาน.....	56
3.4 ข้อมูลเริ่มต้น.....	56
3.5 ระบบซื้อ/จ่ายเงิน/เช็คจ่าย.....	57
3.6 ระบบขาย/รับเงิน/เช็ครับ.....	57
3.7 ระบบบริหารสินค้าคงคลัง.....	58
3.8 ระบบบัญชี/การเงิน.....	58
3.9 แสดงเมนูทั้งหมดของโปรแกรม.....	59
3.10 แสดงเมนู “ป้อน”	59
3.11 แสดงเมนูสาริทธิการใช้งานจาก CD ROM.....	60
3.12 เมนู “เริ่ม”	60
3.13 แสดงเมนู “ซื้อ”	61
3.14 แสดงเมนู “ขาย”	61
3.15 แสดงเมนู “รับเงิน”	62
3.16 แสดงเมนู “จ่ายเงิน”	62
3.17 แสดงเมนู “เช็ครับ”	63
3.18 แสดงเมนู “เช็คจ่าย”	63

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3.19 แสดงเมนู “สินค้า”	64
3.20 แสดงเมนู “บัญชี”	64
3.21 แสดงเมนู “ออก”	65
3.22 ขั้นตอนการจัดซื้อ.....	77
3.23 ขั้นตอน การซื้อสินค้า.....	78
3.24 ขั้นตอน การกำหนดรูปแบบ.....	78
3.25 ขั้นตอน กำหนดรูปแบบการป้อน.....	79
3.26 ขั้นตอนการเลือกสมุดบัญชี.....	80
3.27 ขั้นตอนการซื้อ.....	80
3.28 ขั้นตอนการยืนยันการทำงาน.....	82
3.29 รายการซื้อมียอด vat.....	83
3.30 อธิบายรายละเอียดการลงบัญชี.....	83
3.31 ใบรับสินค้าและใบแจ้งหนี้.....	84
3.32 ขั้นตอนการขายสินค้า.....	85
3.33 การกำหนดรูปแบบการป้อน.....	85
3.34 การเลือกรายการ.....	86
3.35 การเลือกสมุดบัญชี.....	87
3.36 การซื้อสินค้า.....	87
3.37 ยืนยันการทำงาน.....	89
3.38 อธิบายรายละเอียดของบัญชี.....	90
3.39 บิลขาย.....	91
4.1 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัยการจัดการ โซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน.....	96
4.2 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย (นาที/ใบ) บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม.....	103
4.3 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย (นาที/ใบ) บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม.....	103

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.4 กราฟเปรียบเทียบงานล่าช้างานค้างส่งสินค้าบริษัท ก่อนและหลังการใช้โปรแกรม.....	104
4.5 กราฟเปรียบเทียบค่าสินค้าคงคลังบริษัท ก่อนและหลังการใช้โปรแกรม.....	104

หัวข้อสารนิพนธ์	การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า : กรณีศึกษาบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด
ชื่อผู้เขียน	หฤษฎ์ วรโชติรุ่งเรือง
สาขาวิชา	การจัดการโซ่อุปทานแบบบูรณาการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ชัชพล มงคลิก
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าเพื่อศึกษา ระบบ ERP/Logistics สำหรับการจัดซื้อจัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงของธุรกิจ SMEs ที่ นำระบบ ERP มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยได้แยกออกเป็นสองส่วนคือส่วนแรกเป็น การศึกษาด้านการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ ปัจจัยที่มีผลต่อทั้งลูกค้าและซัพพลายเออร์ในการใช้ บริการ อีกส่วนคือการปรับปรุงก่อนหลังของสินค้าคงคลังเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ผลการศึกษาภายในพบว่าการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานเกี่ยวกับการวางแผนการ จัดซื้อ จัดหา และการนำระบบ ERP มาใช้ในธุรกิจ SMEs ในการประมวลผล ผลลัพธ์ที่ได้ ทำให้ มูลค่าสินค้าคงคลังลดลง 2,000,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 38.46 ในส่วนเวลาในการออกใบ PO ลดลง ร้อยละ 75.00 เวลาในการออกบิลขาย ลดลงร้อยละ 68.00 งานล่าช้างานค้างส่งสินค้าลดลงร้อยละ 70.00 ส่วนผลของการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามพบว่า เฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.53-4.40$) นั่นคือเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ลดต้นทุนในการจัดซื้อ สินค้าคุณภาพมี ความรวดเร็วในการบริการ มีความยืดหยุ่นในการบริการ และลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์

Thematic Paper Title Logistics and Supply Chain Management for High Voltage Equipments
Business: A Case Study of Vata Engineering Co., Ltd.

Author Harich Worachotrungruang

Thematic Paper Advisor Dr. Chatpon Mongkalig

Department Integrated Supply Chain Management

Academic Year 2009

ABSTRACT

The objective of this research is to study the logistics and supply chain management model of high voltage equipments business, which has a significant effect on cost reduction, reliability increase, and customer requirements responsiveness. SMEs enterprise resource planning (ERP) system has been used to effectively implement the concept of logistics and supply chain management. The research has separated into two main parts. First of all, the internally integrated logistics management has been improved to reduce inventory cost and other cost of logistics. Then, the externally integrated logistics management has been taken into account by determining the factors, which have the significant effect on both customers and suppliers.

According to the internally integrated logistics management study, the planning, sourcing and order processing has been improved using the ERP system for SMEs. The procurement and sales processes have been shortened. From the ERP system implementation results, the inventory value decreases by B2,000,000 or 38.46%. The procurement and invoice processing time decrease by 75 %, 68 % and 70 %, respectively. From the supplier and customer interviewing, it is found that 5.53 – 4.40 % focus on reliability, ordering cost reduction, product quality, quick response, service flexibility and risk of product failure.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแบบไร้พรมแดนทำให้การดำเนินการทางด้านธุรกิจและกิจกรรมทางการค้าอยู่ในภาวะของการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและหลีกเลี่ยงไม่ได้ การแข่งขันที่รุนแรงนี้ทำให้ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและกระทบไปถึงผลกำไรที่คาดหวังด้วย การที่กิจการจะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในโลกของการแข่งขันนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงประสิทธิภาพการผลิต ความรวดเร็วในการกระจายสินค้า วัตถุดิบ บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงผู้บริโภคหน่วยสุดท้าย พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่ง และที่สำคัญที่สุดก็คือการผลิตสินค้าในต้นทุนที่ต่ำและตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วย

จากรายงานของธนาคารโลก (2000) ประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศอุตสาหกรรม (Industrialization) ได้มีการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนส่งผลให้ต้นทุนของระบบโลจิสติกส์อยู่ในช่วงร้อยละ 7-10 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross Domestic Products: GDP) ส่วนประเทศกำลังพัฒนาจะมีต้นทุนของระบบโลจิสติกส์อยู่ในช่วงร้อยละ 19-25 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) และจากการศึกษาวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย พบว่า ในปี 2548 ต้นทุนของระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) สูงถึงร้อยละ 19 และรัฐบาลมีเป้าหมายลดลงให้ไม่เกินร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ดังนั้น การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าของประเทศโดยรวม

การผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ผู้ผลิตสินค้าจะต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างน้อย 2 หน่วยงาน คือ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) สำหรับผลิตสินค้า และลูกค้า (Customer) คือผู้ซื้อสินค้า ดังนั้น โรงงานอุตสาหกรรม คือผู้ผลิตซึ่งไม่สามารถทำงานอยู่เพียงลำพังได้จึงเกิดการบูรณาการกระบวนการกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเรียกว่า โซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นห่วงโซ่ระหว่าง

ผู้จำหน่ายและลูกค้า ดังนั้นการจัดการกระบวนการในโลจิสติกส์ซึ่งเป็นกระบวนการฐานรากของโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปริมาณและราคาที่เหมาะสม กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ จำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสม และระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ก็จะมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพโดยตรง เช่น สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลา (Just in Time) และมีสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการลูกค้า ท้ายที่สุดจะเป็นการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ซึ่งจะมีผลทำให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืน

จากเดิมแนวคิดทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าจะเริ่มจากสินค้าที่มีอยู่ในโรงงาน และพยายามค้นหาวีธีที่มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะจำหน่ายให้กับลูกค้า ส่วนแนวความคิดการตลาดในปัจจุบันเป็นการวางแผนการจำหน่ายสินค้า เริ่มจากการพิจารณาทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่ใช้ เริ่มจากเป้าหมายที่เกี่ยวกับลูกค้า ทำเลที่ตั้ง และความจำเป็นเกี่ยวกับการขนส่งของผลิตภัณฑ์ การบริการของคู่แข่งและค่าใช้จ่ายในระดับการบริการนั้นๆ ผู้ประกอบการจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับคลังสินค้า ทำเลที่ตั้งโรงงาน ระดับของสินค้าและรูปแบบของการขนส่ง ทั้งนี้เพื่อการจัดส่งสินค้าและบริการที่ถูกต้องไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายมากที่สุดรวมทั้งการบริการลูกค้าที่ดีสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสามารถรองตลาดได้ในระยะยาว

การจัดการด้านโลจิสติกส์มีหลักการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการผลิต ความรวดเร็วในการกระจายสินค้า วัตถุดิบและบริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงผู้บริโภคหน่วยสุดท้าย การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถทำให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้า และดำเนินงานทางธุรกิจจนได้เปรียบในการแข่งขันหรือได้เปรียบคู่แข่งในด้านการลงทุน และยกระดับการบริการได้ นั่นคือการจัดการโลจิสติกส์ จะต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงมูลค่าเพิ่มที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์มีความสำคัญต่อการแข่งขันในธุรกิจในเรื่องต้นทุนการผลิต การบริหารวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง การบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า การจัดการโลจิสติกส์เป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการกระจายสินค้า และวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นเงื่อนไขที่มีความสำคัญต่อการแข่งขันของธุรกิจการค้า ทำให้กิจการเจริญก้าวหน้า และสามารถแข่งขันและยืนอยู่ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการโลจิสติกส์การจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า เพื่อศึกษาและพัฒนาารูปแบบของระบบโลจิสติกส์ สำหรับวางแผนการบริหารจัดการให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยมีขอบเขตของการศึกษากระบวนการโลจิสติกส์กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กลุ่มผู้จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง กลุ่มผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง กลุ่มผู้ซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงและกลุ่มผู้ขนส่ง

นั่นคือกระบวนการโลจิสติกส์ภายในองค์กร (ERP/Logistics-Enterprise Resource Planning) และกลุ่มกระบวนการที่มีการเชื่อมโยงระหว่างองค์กร (Supply Chain) ของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด (Väta Engineering co., Ltd.)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบของระบบ ERP/Logistics สำหรับการจัดซื้อจัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและพัฒนาให้เป็นรูปแบบที่สามารถช่วยลดต้นทุน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้สามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาระบบ ERP/Logistics ในการดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าให้มีความน่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- 1) ทำให้ทราบถึงแนวทางในการที่จะพัฒนาและการประยุกต์ใช้ ERP/Logistics ในการจัดการองค์กร
- 2) ผลจากการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการเลือกใช้เทคนิควิธี ในการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการสร้างความสำเร็จขององค์กร
- 3) ผลสัมฤทธิ์ของการใช้เทคนิคในการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานจากการศึกษานี้ ได้แก่ ความสามารถในการลดต้นทุน เพิ่มระดับการให้บริการ มีผลประกอบการที่ดีจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะการนำการบริหารจัดการ โลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการจัดซื้อจัดจ้าง จัดการสินค้าคงคลัง และต้นทุนในการขนส่งด้วยระบบโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนสินค้าของบริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

การศึกษานี้ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยกำหนดขอบเขตและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจและศึกษาเป็นกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ERP/Logistics ของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่ม Supplier จำนวน 20 ราย
- 2) กลุ่มลูกค้า จำนวน 60 ราย

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ - กระบวนการ ERP/Logistics โดยทำการการออกแบบระบบ โลจิสติกส์ที่ใช้แนวคิดเชิงบูรณาการเป็นฐาน

ตัวแปรตาม - ประสิทธิภาพในการจัดการ โลจิสติกส์ใน 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ต้นทุนโลจิสติกส์ (Logistics Cost)
- 2) ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย (Reliability and Security)
- 3) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

โดยคำนึงถึงความเหมาะสม 3 ด้าน คือ ด้านการลงทุน (Economic feasibility) ด้านการใช้เทคโนโลยี (Technological feasibility) และด้านการนำไปปฏิบัติงาน (Operational feasibility)

1.6 นิยามศัพท์

Enterprise Resource Planning: ERP คือ การวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรอย่างบูรณาการ หมายถึง กระบวนการหรือระบบที่อยู่ภายในองค์กรต้องมีการมีการบูรณาการเพื่อการวางแผน ซึ่งปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่บูรณาการระบบงานภายในองค์กร หากภายในองค์กรมีการบูรณาการที่ดีและมีการเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้จะทำให้สามารถลดขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อน และมีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น ตัวอย่างกระบวนการในองค์กร เช่น การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ (Procurement/Purchasing) การผลิต (Manufacturing) การจัดการคลังสินค้า (Inventory Management) การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) การจำหน่าย บุคลากร การเงิน และ โลจิสติกส์

โลจิสติกส์ (Logistics) คือ กระบวนการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้าและบริการ และสารสนเทศ มีกระบวนการเกี่ยวข้อง 2 กระบวนการ ดังนี้

Internal logistics คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ จากคลังวัตถุดิบไปยังโรงงาน หรือการเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานไปเก็บไว้ในคลังสินค้า

External logistics คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กรมี 3 อย่าง ดังนี้ 1) Inbound logistics คือ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายมายังองค์กร 2) Outbound logistics คือ การเคลื่อนย้าย จากองค์กรไปยังลูกค้า และ 3) Reverse logistics คือ การขนส่งเพื่อคืนสินค้า หรือทำลายสินค้า

ระบบ ERP/Logistics คือ ระบบงานภายในองค์กร หรือระบบโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้า และสารสนเทศ ทั้งภายในองค์กรและระหว่าง องค์กร

โซ่อุปทาน (Supply Chain) คือ การบูรณาการกระบวนการภายในองค์กร (ERP/Logistics) กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นห่วงโซ่ การบูรณาการกระบวนการระหว่างผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ซึ่งจะมีโลจิสติกส์เป็นของตนเอง

ประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ (Logistics Performance Measurement) คือ การ ตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อประเมินว่าการดำเนินเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ โดยใช้ ดัชนีชี้วัด 3 อย่าง ดังนี้

Cost Efficiency คือ เมื่อมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์โดยนำเทคโนโลยี สารสนเทศไปใช้งานแล้วสามารถลดค่าใช้จ่าย หรือการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่

Responsiveness คือ กระบวนการที่ได้ทำการพัฒนาการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้หรือไม่ เช่น การส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วหรือตามระยะเวลาที่กำหนดได้ เป็นต้น

Reliability & Security คือ การตรวจสอบการเดินทางของสินค้าหรือการตรวจสอบ สินค้าย้อนกลับว่ามาจากแหล่งผลิตใด ความน่าเชื่อถือของสินค้า ความปลอดภัยของการขนส่ง สินค้า และการปลอมปนของสินค้า เป็นต้น

การวิเคราะห์ความเหมาะสม เป็นการวิเคราะห์การดำเนินงานว่ามีความเหมาะสม หรือไม่เพียงใด โดยอาศัยดัชนีชี้วัดความเหมาะสมใน 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic feasibility) คือ องค์กรสามารถลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน ได้อย่างเหมาะสม

ด้านเทคโนโลยี (Technological feasibility) คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการ ประยุกต์แต่ละกระบวนการมีความเหมาะสมหรือไม่

ด้านการปฏิบัติ (Operation feasibility) คือ การนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงมีความ เหมาะสมหรือไม่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อตอบปัญหาของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ความหมายของโลจิสติกส์ (Logistics)
- 2.2 โซ่อุปทาน (Supply Chain)
- 2.3 การวางแผนทรัพยากรองค์การ
- 2.4 การจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง
- 2.5 เทคโนโลยีสารสนเทศในเครือข่ายโลจิสติกส์

2.1 ความหมายของโลจิสติกส์ (Logistics)

โลจิสติกส์ (Logistics) ใช้ครั้งแรกในกิจการทหาร เป็นเรื่องของการจัดส่งกำลังบำรุง อาวุธยุทโธปกรณ์ กำลังพล เสบียงต่างๆ ที่แนวหลังจัดส่งให้แนวหน้าเพื่อทำการรบ ดังนั้น โลจิสติกส์จึงเกี่ยวข้องกับเรื่องการประเมินสถานการณ์ การลำเลียง และการบริหารคลังสินค้า จากนั้นยังได้มีผู้ให้คำนิยามไว้มากมาย ที่สำคัญๆ มี ดังนี้

Logistix Partner Oy Helsinki FI (1996 อ้างในวิทยา สุหฤทธดำรง, 2546 : 9) โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง โครงสร้างของการวางแผนทางธุรกิจ สำหรับบริหารจัดการกับวัตถุดิบ การบริการ การไหลของข้อมูล และเงินทุน ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่มีความซับซ้อนการติดต่อสื่อสาร และกระบวนการควบคุมให้ตรงกับความต้องการในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน

The Council of Logistics Management : CLM (2005) ได้ให้คำนิยามการจัดการ โลจิสติกส์ (Logistics Management) ว่า คือ “กระบวนการของการวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Implementing) และการควบคุม (Controlling) สำหรับการจัดเก็บและการไหลเวียนของ 1) วัตถุดิบ (Raw Material) 2) สินค้า (Finished Goods) และสารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้องจากจุดหนึ่ง ไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และมีต้นทุนที่ต่ำ (Cost Effective)

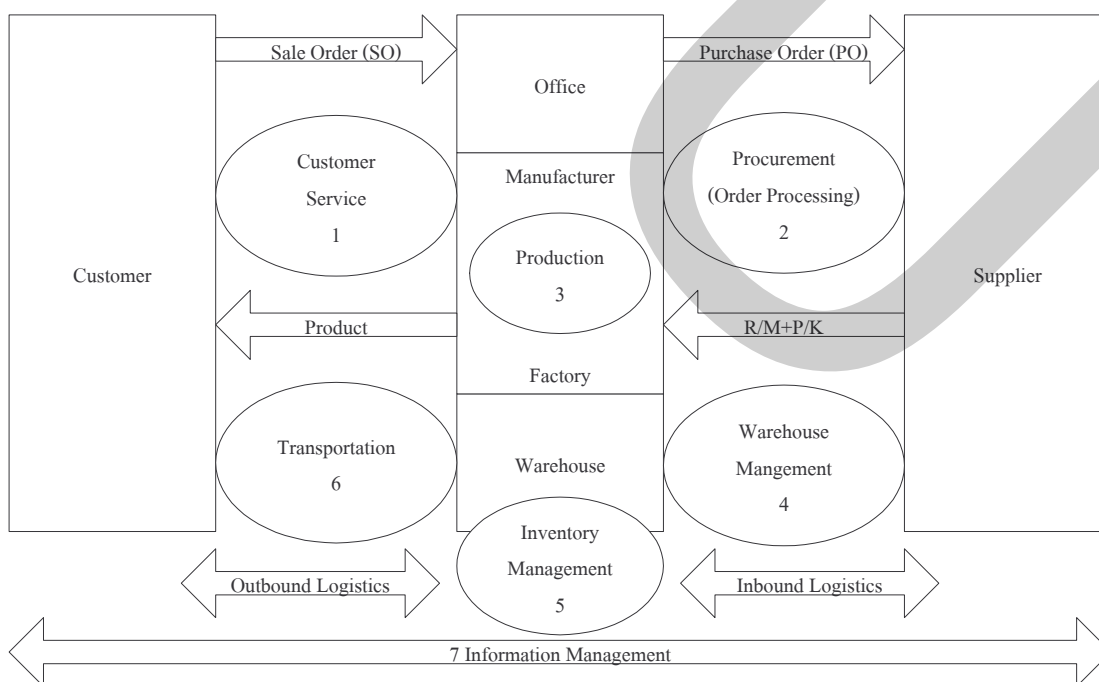
Canadian Association of Logistics Management (อ้างในวิทยา สุหฤทธดำรง, 2546 : 10-11) โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และการควบคุม

ประสิทธิภาพ การไหลอย่างมีประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่าย การเก็บรักษาวัตถุดิบ การเก็บสินค้าคงคลัง ระหว่างการผลิต สินค้าสำเร็จรูป และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้น ไปสู่ผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ดังนั้นเมื่อนำเอาโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับระบบธุรกิจการค้า จึงมีความหมายถึงกระบวนการที่สำคัญที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง อันได้แก่ การสำรองวัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป รวมไปถึงเครื่องจักรเครื่องมือทั้งหลาย และการกำหนดจุดกระจายสินค้าและที่ตั้งโรงงานที่เหมาะสม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ต้นทุนในการขนส่งทั้งขาเข้าและขาออกรวมกันแล้วต่ำที่สุด สามารถบริการและจัดส่งให้ลูกค้าได้เร็วที่สุด ทันท่วงทีตามความต้องการของลูกค้า และลดการสูญเสียสินค้าในการจัดเก็บลง รวมไปถึงการจัดการขนส่งที่สามารถเลือกรูปแบบการขนส่งได้หลายทาง และสามารถทำการจัดส่งสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำ นอกจากนี้ยังรวมถึงการมีมาตรฐานการบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุด ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการดำเนินธุรกิจ

2.1.1 กระบวนการโลจิสติกส์ (Logistics System)

กระบวนการโลจิสติกส์ในโซ่อุปทานขั้นพื้นฐานเริ่มต้นจากลูกค้า (Customer) ต้องการสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจะทำการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตวัตถุดิบ (Supplier) เพื่อผลิตสินค้าตามที่ต้องการของลูกค้า เมื่อผู้ประกอบการผลิตสินค้าเรียบร้อยแล้วจะทำการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ซึ่งสามารถแสดงกระบวนการโลจิสติกส์พื้นฐานได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการโลจิสติกส์

กิจกรรมหลักๆ ในกระบวนการโลจิสติกส์ประกอบด้วย 7 กิจกรรม ดังนี้

1) กิจกรรมบริการลูกค้า (Customer Service)

ผู้ประกอบการต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงสุดในมุมมองของลูกค้า ผู้ประกอบการต้องบริการลูกค้าให้อยู่ในระดับที่สูง ไม่ว่าจะเป็นการทำสินค้ามีคุณภาพสูง ราคาต่ำหรือเหมาะสม การส่งมอบตรงเวลา การบริการที่ดี และมีกรให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากเพียงพอ เมื่อระดับการบริการลูกค้าสูงลูกค้ายินดีที่จะจ่ายที่ย่อมส่งผลให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2) การจัดซื้อ (Procurement)

การจัดซื้อเป็นขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมทั้งด้านคุณภาพ (Quality) ด้านปริมาณ (Quantity) ด้านเวลา (Time) และแหล่งวัตถุดิบ (Source) เพื่อผลิตสินค้า

3) การผลิต (Production)

การผลิตเป็นขั้นตอนของการวางแผนผลิตสินค้าเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเพียงพอใช้ในเวลาที่กำหนด (Just in time: JIT) ซึ่งกิจกรรมในขั้นตอนนี้รวมถึงการพยากรณ์ความต้องการ (Demand) การวางแผนความต้องการวัตถุดิบ (Material Requirement Planning: MRP) และการจัดการการไหลของวัตถุดิบภายใน (Internal Material Flow)

4) การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management)

การกคลังสินค้า คือ กระบวนการจัดการเกี่ยวกับการจัดเก็บสินค้าคงคลัง เกี่ยวกับการจัดหาสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานภาพ เงื่อนไขและจัดสรรจัดวางสินค้าคงคลังที่กำลังเก็บอยู่ในคลังสินค้า คลังสินค้าจะเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต (Producer) และผู้บริโภค (Consumer) กล่าวคือ เมื่อผู้ผลิต ผลิตสินค้าเรียบร้อยแล้วสินค้านั้นจะถูกส่งไปเก็บที่คลังสินค้าเพื่อนำส่งต่อไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภคต่อไป นั่นก็คือจะมีต้นทุนค่าขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการบริการลูกค้า (Customer Service Level: CSL) และต้นทุน คือ การส่งสินค้าถูกชนิด (Right Product) ถูกเวลา (Right Time) ถูกที่ (Right Place) ถูกเงื่อนไข (Right Condition) และค่าใช้จ่ายถูก (Right Cost)

5) การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

สินค้าคงคลัง คือ วัตถุดิบ (Raw material) หรือชิ้นส่วนสำเร็จ (Purchased part) ที่มีไว้เพื่อผลิต หรือประกอบเป็นสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อ เหตุผลสำคัญของการมีสินค้าคงคลัง คือ

- เพื่อลดต้นทุนด้านการผลิต และการขนส่ง
- เพื่อรองรับอุปทานและอุปสงค์

- เพื่อช่วยลดกระบวนการผลิต เช่น สินค้าบางประเภทต้องใช้เวลาในการผลิตมาก ก่อนที่จะสามารถนำออกมาจำหน่ายได้

- เพื่อช่วยในกระบวนการตลาด เช่น ลดระยะเวลาในการส่งมอบ หรือการมีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือก

ดังนั้นเมื่อมีสินค้าคงคลังซึ่งหมายถึงการมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงต้องมีการจัดการเพื่อให้ต้นทุนในส่วนนี้ลดลง หรือมีน้อยที่สุด เพื่อให้ค่าใช้จ่ายของระบบโลจิสติกส์โดยรวมต่ำลง เช่น การมีสินค้าคงคลังที่น้อยที่สุด (Minimum Inventory Investment) ที่สามารถให้บริการลูกค้าได้ในระดับสูงสุด (Maximum Customer Service) และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Operation Efficiency)

6) การขนส่ง (Transportation)

การขนส่งเป็นขั้นตอนการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จ หรือวัตถุดิบจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างเหมาะสมนั่นคือทำให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด สามารถขนส่งถึงลูกค้าเร็วที่สุด

7) การจัดการสารสนเทศ (Information Management)

การจัดการโลจิสติกส์ประกอบด้วยการจัดการใน 2 มิติ คือ 1) การจัดการสินค้า/วัตถุดิบ และ 2) การจัดการสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแต่ละกิจกรรม การจัดการข่าวสารทั้งที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และการเชื่อมต่อระหว่างองค์กร เช่น ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า (Sale Order : SO) การสั่งซื้อวัตถุดิบในโซ่อุปทาน (Purchase Order : PO) และการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้า เป็นต้น

2.2 โซ่อุปทาน (Supply Chain)

โซ่อุปทาน (Supply Chain) มีผู้ให้คำนิยามของโซ่อุปทานไว้มากมาย ที่สำคัญๆ ดังนี้

Jones and Riley (1985) โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง การวางแผนและการควบคุม การไหลของวัตถุดิบทั้งหมดจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) ไปยังผู้ผลิตและผู้กระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค

Stevens (1989) โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง อนุกรมของกิจกรรมต่างๆ ที่เชื่อมต่อกันซึ่งเกี่ยวข้องกับการวางแผน การประสานการทำงานร่วมกัน และการควบคุมวัตถุดิบและสินค้าจากผู้จัดส่งวัตถุดิบไปยังผู้บริโภค

Scott and Westbrook (1991) โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง โซ่ของการเชื่อมต่อขององค์ประกอบของกระบวนการผลิตและการไหลของอุปทาน (Supply) ตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งปกติแล้วโซ่เหล่านี้จะเชื่อมต่อกันโดยข้ามผ่านขอบข่ายธุรกิจในหลายๆ องค์กร

Lee and Billington (1995) โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง โครงข่าย (Network) ของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ทำให้เกิดการผลิตตั้งแต่วัตถุดิบจนแปรรูปไปเป็นผลิตภัณฑ์ ในขั้นสุดท้าย (Final Products) และจัดส่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไปยังลูกค้า (Distribution System) ซึ่งก็คือ ช่วงของการจัดหา (Procurement) การผลิต (Manufacturing) และการกระจายสินค้า (Distribution)

Handfield and Nichols (1999) (อ้างในวิทยา สุหฤทธดำรง. 2546 : 24) โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง การรวมกันของกิจกรรมทั้งหมดในการที่จะให้เกิดการไหลและเปลี่ยนรูป (Transformation) ของผลิตภัณฑ์จากขั้นวัตถุดิบผ่านไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมีการไหลของวัตถุดิบและข้อมูลขึ้น (Flow up) และลง (Flow down) ตลอดโซ่อุปทาน

2.2.1 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management)

โดยทั่วไปกิจกรรมทางโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับการขนส่ง/นำเข้า (Inbound Transportation) และการกระจายสู่ภายนอก (Outbound Distribution) นั้นหมายถึง การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ซึ่งมีการเชื่อมต่อกับสารสนเทศภายนอกเพื่อใช้สำหรับวางแผนจัดซื้อจัดหา (Procurement) และกิจกรรมการผลิต ดังนั้น กระบวนการต่างๆ จึงถูกเชื่อมโยงด้วยความสัมพันธ์ของการไหลที่ประกอบด้วย

2.2.1.1 การไหลของวัตถุ คือ การเคลื่อนย้ายวัตถุ/สินค้าสำเร็จรูป โดยเริ่มจากผู้ส่งมอบ ดำเนินการจัดส่งชิ้นส่วน/วัตถุดิบให้กับผู้ผลิต โดยในแต่ละกระบวนการของระบบโลจิสติกส์จะมุ่งการเพิ่มคุณค่า (Value-Added) ด้วยการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป และทำการส่งมอบให้ลูกค้า ซึ่งจำแนกได้เป็น

- การกระจาย เป็นกิจกรรมที่เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าด้วยระบบการกระจายสินค้า ซึ่งมีการเชื่อมโยงกับผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ค้าปลีก

- การปฏิบัติการ เป็นกิจกรรมในช่วงของการผลิตโดยมุ่งการบริหารระดับของสินค้าคงคลังในรูปของงานระหว่างผลิต (Work-in-Process) ด้วยการวางแผนกำหนดการผลิตหลักสำหรับจัดเตรียมวัสดุ/ชิ้นส่วนให้พร้อมไปกับกิจกรรมการผลิต

- การจัดซื้อจัดหา เป็นกระบวนการ โลจิสติกส์นำเข้า (Inbound Logistics) ประกอบด้วยกิจกรรมการจัดซื้อและดำเนินการเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากผู้ส่งมอบเข้าสู่องค์กร เพื่อดำเนินการแปรรูป

2.2.1.2 การไหลของสารสนเทศ ปัจจัยหลักความสำเร็จที่สนับสนุนการวางแผนและควบคุมการดำเนินงาน นั่นคือ ความแม่นยำของสารสนเทศ ซึ่งถูกใช้สนับสนุนการตัดสินใจทางกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร ดังนั้น การไหลของสารสนเทศจึงมีบทบาทต่อการเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้เพราะการจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการของการวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Implementing) และการควบคุม (Controlling) สำหรับการจัดเก็บและการไหลเวียนของวัตถุดิบ (Raw Material) ในสายการผลิต สินค้า (Finished Goods) และสารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้องจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง จะเห็นได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์เป็นการจัดการกระบวนการ (Process) ต่างๆ อย่างบูรณาการที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้าของหน่วยงานหนึ่งๆ (Manufacturer) เท่านั้น โดยไม่ครอบคลุมการบูรณาการกระบวนการของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการภายในองค์กรไม่ว่าจะเป็นกระบวนการเกี่ยวกับการผลิตโดยตรง หรือกระบวนการทางธุรกิจซึ่งเป็นกระบวนการสนับสนุนอื่นๆ

อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ผู้ผลิตสินค้าจะต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างน้อย 2 หน่วยงาน คือ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) สำหรับผลิตสินค้า และลูกค้า (Customer) คือผู้ซื้อสินค้า ดังนั้น โรงงานอุตสาหกรรม คือผู้ผลิตซึ่งไม่สามารถทำงานอยู่เพียงลำพังได้จึงเกิดการบูรณาการกระบวนการกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเรียกว่า โซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นห่วงโซ่ระหว่างผู้จำหน่ายและลูกค้า ดังนั้นการจัดการกระบวนการในโลจิสติกส์ซึ่งเป็นกระบวนการฐานรากของโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปริมาณ และราคาที่เหมาะสม กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ จำนวนสินค้าคงคลังที่เหมาะสม และระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ก็จะมีผลต่อการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพโดยตรง เช่น สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลา (Just in Time) และมีสารสนเทศเพียงพอที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำที่สุดลูกค้าก็พึงพอใจ (Customer Satisfaction) ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ซึ่งจะมีผลทำให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืน

2.2.2 ต้นทุนโลจิสติกส์

การบริหารโลจิสติกส์ (Logistics Management) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุม เพื่อให้เกิดการไหลของทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงประสิทธิภาพด้านต้นทุน การจัดเก็บสินค้าคงคลัง และการไหลของสารสนเทศ ซึ่งโดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับการขนส่งนำเข้า (Inbound Logistics) และการกระจายสู่ภายนอก (Outbound Distribution) ที่มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการด้วยการไหลของวัสดุและข้อมูลสารสนเทศ ดังนี้

2.2.2.1 การไหลของวัสดุ คือการเคลื่อนย้ายวัสดุ หรือสินค้าสำเร็จรูป เริ่มจากผู้ส่งมอบดำเนินการจัดส่งชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบ เพื่อส่งมอบให้กับผู้ผลิต โดยในแต่ละกระบวนการของระบบโลจิสติกส์จะมุ่งการเพิ่มคุณค่าจากการแปรรูปวัตถุดิบเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบ่งเป็น การกระจาย การปฏิบัติการ และการจัดหาจัดซื้อ

2.2.2.2 การไหลของสารสนเทศ เป็นปัจจัยหลักความสำเร็จที่สนับสนุนการวางแผน และควบคุมการดำเนินงาน นั่นคือ ความแม่นยำของสารสนเทศ ซึ่งนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางกลยุทธ์ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร การไหลของสารสนเทศ จึงมีบทบาทต่อการเชื่อมโยงระบบ โลจิสติกส์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การกำหนดกิจกรรม โลจิสติกส์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคิดคำนวณต้นทุน โลจิสติกส์ตามแนวคิดที่ว่า ต้นทุน โลจิสติกส์เกิดขึ้นจากกิจกรรมหลายๆ กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อรองรับกระบวนการ โลจิสติกส์ในระบบแนวคิดต้นทุนรวม ทั้งนี้ในการคำนวณ ต้นทุน โลจิสติกส์นั้นสามารถแบ่งออกได้ตามระดับของการศึกษา คือ การศึกษาในระดับมหภาค ซึ่งเป็นการคำนวณ ต้นทุน โลจิสติกส์ในเชิงองค์รวมของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือประเทศชาติ และการศึกษา ต้นทุน โลจิสติกส์ในระดับจุลภาคที่เป็นการคำนวณ ต้นทุน โลจิสติกส์เกี่ยวกับต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม โลจิสติกส์ในแต่ละกิจกรรมภายในองค์กร และสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้

ต้นทุนเชิงมหภาค (Macro Approach)

ต้นทุนเชิงมหภาค (Macro Approach) คือ ต้นทุนหลักของกระบวนการ โลจิสติกส์ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การถือครองสินค้า (Inventory Carry Cost: ICC) คือ ค่าเสียโอกาสที่ทุนจมอยู่กับสินค้าคงคลัง
- 2) การขนส่ง (Transportation)
- 3) การบริหารจัดการ (Administration) ซึ่งคำนวณจากต้นทุนระดับจุลภาคที่เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกระบวนการ โลจิสติกส์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการถือครองและการขนส่ง

ต้นทุนเชิงจุลภาค (Micro Approach)

ต้นทุนเชิงจุลภาค (Micro Approach) คือ ต้นทุนย่อยของต้นทุนมหภาค ประกอบด้วย

- 1) การถือครองสินค้า (Inventory Carry Cost)
- 2) ค่าภาชนะบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
- 3) การขนส่ง (Transportation)
- 4) การบริหารจัดการ (Administration)
- 5) การจัดซื้อ (Procurement)
- 6) การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management)
- 7) การจัดการคำสั่งซื้อ (Order Processing)

จากการศึกษาต้นทุนสินค้า (Product Cost) อุปโภค/บริโภคของประเทศที่เจริญแล้ว พบว่า ราคาขายสินค้า 100 บาท มีสัดส่วนของต้นทุนต่างๆ และ โจรจิสติกส์ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ต้นทุนสินค้า (Product Cost) อุปโภค/บริโภคของประเทศที่เจริญแล้ว

ต้นทุน	ร้อยละจากราคาขาย
1. วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์	50
2. ค่าการผลิต	10
3. ค่าการตลาดและการขาย	10
4. ค่าการจัดการ ธุรการ บุคคล การเงิน	10
5. โจรจิสติกส์	10
6. กำไร	10
รวม	100

ที่มา : โจรทรีพี พุ่มพวง (Inventory Management)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่า หากสามารถลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการโลจิสติกส์ลงได้ เช่นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อย่างเต็มรูปแบบและเหมาะสม นอกจากจะเป็นส่วนเพิ่มสัดส่วนของกำไรโดยตรงแล้วยังอาจจะช่วยลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆ ได้ด้วย เช่น ค่าการตลาด และ ค่าบริหารจัดการ เป็นต้น

จากการศึกษาของธนาคารโลก (2000) พบว่า ค่าใช้จ่ายทางโลจิสติกส์ของประเทศที่พัฒนาแล้วอยู่ที่ประมาณ 10% ต่อ GDP ในขณะที่ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 19% ต่อ GDP และเมื่อได้กระจายรายละเอียดค่าใช้จ่ายในระบบโลจิสติกส์ออกเป็นโครงสร้างต้นทุนของโลจิสติกส์ของกิจการทั่วไปแล้วจะได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.2 กระจายรายละเอียดค่าใช้จ่ายในระบบโลจิสติกส์ออกเป็นโครงสร้างต้นทุนของ
โลจิสติกส์ของกิจการทั่วไป

ต้นทุน	ร้อยละจากราคาขาย
1. Order Processing	6
2. Warehouse Management	27
3. Inventory Carry Cost	24
4. Transportation	39
5. Administration	4
รวม	100

ที่มา : ธนาคารโลก

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ 4% ซึ่งถือว่าน้อย ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการของต่างประเทศมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วย ในขณะที่ประเทศไทยยังมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีน้อยมาก

2.3 การวางแผนการใช้ทรัพยากรองค์กร Enterprise Resource Planning

การวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning) ERP ย่อมาจากคำว่า Enterprise Resource Planning แนวคิด ERP เริ่มในยุคปี ค.ศ. 1990 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จุดกำเนิดเริ่มแรกของ ERP มาจากแนวคิดของการพัฒนาระบบการบริหารการผลิตรวม (Material Requirement Planning/Manufacturing Resource Planning, MRP System) ของอุตสาหกรรมการผลิตในอเมริกา โดยคำว่า ERP และแนวคิดของ ERP นั้นก็พัฒนามาจาก MRP นั้นเอง

แนวคิด ERP เริ่มในยุคปี ค.ศ. 1990 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จุดกำเนิดเริ่มแรกของ ERP มาจากแนวคิดของการพัฒนาระบบการบริหารการผลิตรวม (Material Requirement Planning/Manufacturing Resource Planning, MRP System) ของอุตสาหกรรมการผลิตในอเมริกา โดยคำว่า ERP และแนวคิดของ ERP นั้นก็พัฒนามาจาก MRP นั้นเอง

แนวคิด MRP เกิดขึ้นครั้งแรกที่อเมริกาในยุคต้นของทศวรรษ 1960 ในช่วงแรก MRP ย่อมาจาก Material Requirement Planning (การวางแผนความต้องการวัสดุ) เป็นวิธีการในการหาชนิดและจำนวนวัสดุที่ต้องใช้ในการผลิตตามตารางเวลาและจำนวนสินค้าที่ได้วางแผนโดย MPS (Master Production Schedule)

วิธี MRP เป็นเทคนิคในการจัดการที่สามารถหารายการวัสดุที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูปตามแผนการผลิตหลักที่ได้วางไว้ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย สามารถสร้างใบรายการวัสดุ (Bill of Material) ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถบอกชนิดของวัสดุ จำนวนที่ต้องการ และเวลาที่ต้องการ ได้อย่างแม่นยำ แต่วิธี MRP นี้ไม่มีความสามารถในการตรวจสอบหาข้อแตกต่างระหว่างแผนการผลิตกับสภาพการผลิตจริงที่ shop floor เนื่องจากไม่มีฟังก์ชันเกี่ยวกับการป้อนกลับข้อมูลกลับมาปรับแผนใหม่

ช่วงเข้าสู่ยุคปี ค.ศ. 1970 MRP ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการป้อนกลับข้อมูลสภาพการผลิตจริงใน shop floor นอกจากนี้ยังเพิ่มแนวคิดเรื่อง การวางแผนความต้องการกำลังการผลิต (Capacity Requirement Planning) ระบบ MRP ที่ได้วิวัฒนาการ โดยรวมเอาความสามารถรับ feed back จากฝ่ายการผลิต และ CRP เข้าไปในนี้ ต่อมาถูกเรียกว่า MRP แบบวงปิด (Closed Loop MRP) ในขั้นตอนนี้ของวิวัฒนาการเราจะเห็นว่ามีกระบวนการวางแผนการผลิตและการบริหารการผลิตเข้าเชื่อมโยงกัน จากที่ก่อนหน้านี้ทำงานแยกกัน (Closed Loop MRP) นี้ประสบความสำเร็จอย่างมากในอุตสาหกรรมการผลิต ในปัจจุบัน MRP ที่ใช้ในทุกธุรกิจการผลิตก็คือ Closed Loop MRP นี้เอง

จากความสำเร็จของ Closed Loop MRP ก็เกิดการพัฒนาต่อยอดขึ้นเป็น MRP II ในยุคปี ค.ศ. 1980 (โดย MRP ใหม่นี้ย่อมาจาก Manufacturing Resource Planning) ซึ่งได้รวมการวางแผนและบริหารทรัพยากรการผลิตอื่นๆ นอกจากการวางแผนและควบคุมกำลังการผลิตและวัตถุดิบการผลิต เข้าไปในระบบด้วย

MRP II ได้วิวัฒนาการถึงขั้นที่รวมหน้าที่ต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนงบการจัดซื้อวัตถุดิบ การวางแผนต้นทุนสินค้าคงคลังของระบบบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนกำลังคนที่สัมพันธ์กับกำลังการผลิต ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนของการผลิต เข้าอยู่ในระบบ MRP II ด้วยความสามารถนี้ทำให้ MRP II เป็นระบบที่สามารถส่งข้อมูลทุกชนิดที่ระบบบัญชีต้องการให้แก่ระบบบัญชีได้ นั่นก็คือ MRP II เป็นระบบที่รวมเอา Closed Loop MRP, ระบบบัญชี และระบบซิมูเลชัน เข้าด้วยกัน เป็นการขยายขอบเขตของสิ่งที่สามารถวางแผนและบริหารให้กว้างขวางออกไปยิ่งขึ้นกว่าเดิม

โดยการใช้ระบบ MRP II ธุรกิจการผลิตสามารถที่จะวางแผนและบริหารระบบงานต่างๆ คือ การขาย บัญชี บุคคล การผลิต และ สินค้าคงคลัง เข้าด้วยกันได้อย่างบูรณาการ ด้วยความสามารถนี้ทำให้ MRP II เริ่มถูกเรียกว่า BRP (Business Resource Planning) และเริ่มเป็นแนวคิดหลักของระบบ CIM (Computer Integrated Manufacturing)

โดยการใช้ระบบ MRP II ธุรกิจการผลิตสามารถที่จะวางแผนและบริหารระบบงานต่างๆ คือ การขาย บัญชี บุคคล การผลิต และ สินค้าคงคลัง เข้าด้วยกันได้อย่างบูรณาการ ด้วยความสามารถนี้ทำให้ MRP II เป็นแนวคิดที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต ERP ได้ขยายแนวคิดของ MRP II ให้สามารถใช้ได้ทั้งองค์กรของธุรกิจที่หลากหลาย โดยการรวมกระบวนการธุรกิจทุกอย่างในองค์กรเข้ามาเป็นระบบเดียวกัน

นั่นคือ ERP เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะสามารถตัดสินใจด้านธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและแบบเรียลไทม์ โดยอาศัยข้อมูลทุกชนิดจากทุกกระบวนการธุรกิจ ในองค์กรที่ระบบนำมาบันทึกเก็บไว้ในฐานข้อมูลรวมเดียวกัน แนวคิด ERP เกิดจากการขยาย MRP II ซึ่งเป็นระบบที่ให้จุดที่ดีที่สุด (Optimize) ในปัจจุบันมีการพัฒนา E-Business อย่างรวดเร็ว และทำให้ขอบเขตของระบบต้องมองให้กว้างมากขึ้นไปกว่าเดิม เป็น Global optimization นั่นหมายความว่า ERP ก็จะมีวิวัฒนาการต่อไปอีก

2.3.1 ERP เทคโนโลยีเพื่อองค์กร

ระบบ ERP หรือ Enterprise Commerce Planning ได้เตรียมไว้สำหรับการทำธุรกิจในอนาคตโดยเตรียมบุคคล 3 กลุ่มที่มีความจำเป็นในการทำธุรกรรม ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ขนส่งและผู้ใช้ ผู้ผลิตหมายถึงพนักงานในบริษัทที่ทำหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อของลูกค้า จนกระทั่งผลิตสินค้าเสร็จ และรวมถึงพนักงานที่ทำหน้าที่ในการจัดซื้อหรือจัดหาวัตถุดิบสำหรับกระบวนการผลิตด้วย นอกจากนี้ยังต้องทำหน้าที่ในการติดต่อกับผู้ใช้และผู้ขนส่งอีกด้วย ผู้ขนส่งหมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่ในการจัดส่งสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วให้กับลูกค้า พร้อมทั้งดูแลคลังสินค้าต่างๆ ด้วย ผู้ใช้หมายถึงผู้ใช้สินค้าและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต ในที่นี้อาจหมายถึงทั้งลูกค้าและผู้ขาย ERP เทคโนโลยีเพื่อองค์กร

ในยุคที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้นเจ้าของธุรกิจหลายรายต้องดิ้นรนเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตน ตลอดจนการสร้างคุณค่าและลดต้นทุนการผลิต การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เพื่อช่วยบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งที่บริษัทหลายบริษัทให้ความสำคัญด้วยเช่นกันหนึ่งในเทคโนโลยีที่สำคัญนั่นก็คือ ระบบบริหารทรัพยากรองค์กร หรือ ERP

ระบบบริหารทรัพยากรองค์กร หรือ ERP (Enterprise resource planning) คือ ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กร เป็นระบบที่ใช้ในการจัดการและวางแผนการใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร โดยเป็นระบบที่เชื่อมโยงระบบงานต่างๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน ตั้งแต่ระบบงานทางด้านบัญชีและการเงิน ระบบงานทรัพยากรบุคคล ระบบบริหารการผลิต รวมถึงระบบการกระจายสินค้า

เพื่อช่วยให้การวางแผนและบริหารทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยลดเวลาและขั้นตอนการทำงานอีกด้วย

2.3.2 ความสำคัญของ ERP

สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมระบบอีอาร์พี ถือว่าเป็นระบบสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยม เพราะเป็นระบบคอมพิวเตอร์ ที่เข้าไปควบคุมกระบวนการทำงานในทุกๆ หน่วยงานขององค์กร และเชื่อมโยงข้อมูลจากทุกแผนกที่เกี่ยวข้องเข้ามาสู่ฐานข้อมูล ศูนย์กลาง ส่งผลให้ข้อมูลดำเนินงานสอดคล้องประสานอย่างคล่องจงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งบริษัท ในปัจจุบัน ได้มีการขยายนิยามของคำว่าอีอาร์พีไปเป็น Extended ERP หรืออีอาร์พี พลัส ซึ่งหมายถึง การครอบคลุม ความสามารถอื่นๆ ในระบบ คือระบบซีอาร์เอ็ม (CRM) ซึ่งหมายถึงการบริหาร ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งก่อนขาย เช่น ระบบการขายเชิงรุก (Sales Force Automation) และหลังการขาย เช่นระบบสนับสนุนลูกค้า (Customer Support) ระบบอีอาร์พี พลัส ใช้ในการควบคุมกระบวนการทางธุรกิจต่างๆ (Business Processes) ภายในองค์กรเกือบทุกจุด ไม่ว่า องค์กรจะมีการทำธุรกรรมแห่งเดียวหรือหลายแห่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตการจัดจำหน่ายและ การเงิน และรวมไปถึงระบบสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร (Executive Information System) ERP ช่วยเพิ่มความสามารถให้กับบริษัทได้อย่างไรERPได้แสดงถึงคุณค่าของมันเองได้เป็นอย่างดี ในการเพิ่มประสิทธิภาพบริษัทของคุณในระบบการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าจนถึงการออกไปส่ง ซื้อ เก็บเงิน และขั้นตอนอื่นๆที่ช่วยเติมเต็มระบบการสั่งซื้อนี้ นี่ก็เหตุผลว่าทำไม ERP ถึงเป็น ผู้ช่วยที่คอยหนุนหลังการทำงานขององค์กรได้อย่างดี ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ช่วยการขายหน้าร้านหรือ ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง แต่ ERP ได้จัดกระบวนการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้ามาทำกระบวนการ ต่อๆไปตามลำดับได้อย่างสมบูรณ์ เมื่อตัวแทนขายได้ส่งคำสั่งซื้อจากลูกค้าเข้ามาในระบบ ERP ซึ่ง ตัวแทนคนนั้นจะมีข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดเพื่อปิดการสั่งซื้อให้เสร็จได้ ตัวอย่างเช่น สามารถขอยอด ลูกค้าการค้า หรือเครดิตของลูกค้าและยอดการสั่งซื้อที่ผ่านมาจากฝ่ายการเงินโดยเช็คจากโมดูล การเงิน ตรวจสอบสถานะของสินค้าคงคลังจากโมดูลคลังสินค้า และสามารถดูตารางรถขนส่งได้ จากโมดูลลอจิสติก นอกจากนี้

ERPยังสามารถใช้กับงานอื่นของบริษัทได้อีก อาทิ ด้านสวัสดิการของพนักงานหรือแม่

กระทั่งรายงานฐานะทางการเงินของบริษัท

2.3.3 การติดตั้ง ERP

ถ้าหากบริษัทคุณจะติดตั้งซอฟต์แวร์ ERP จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาและ คำแนะนำการใช้ซอฟต์แวร์นั้นๆ โดยส่วนใหญ่ระยะเวลาการอบรมการใช้ซอฟต์แวร์จะอยู่ที่ ประมาณ 3-6 เดือน ซึ่งถือเป็นระยะเวลาที่สั้นพอควร (ในความเป็นจริงแล้วระยะเวลา 6 เดือนนั้นก็

ยังถือว่าสั้นมากต่อการทดลองใช้ 1 ซอฟต์แวร์) แต่ก็อาจจะเป็นไปได้ในกรณีที่บริษัทค่อนข้างจะมีขนาดเล็ก หรือบางฝ่ายของบริษัทเท่านั้น หรือแม้กระทั่งใช้เฉพาะส่วนของบริษัท อาทิ ระบบการเงินของบริษัท เป็นต้น สิ่งที่สำคัญไม่ได้อยู่ที่เวลาที่ใช้ในการติดตั้งหรืออิมพลีเมนต์ แต่อยู่ที่ว่าคุณจะเข้าใจมันและจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัทคุณได้อย่างไร ERP จะช่วยแก้ไขและปรับปรุงบริษัทคุณได้อย่างไรมีเหตุผลอยู่ 5 ประการที่บริษัทจะต้องอาศัย ERP เข้ามาช่วย

2.3.3.1 ช่วยรวบรวมข้อมูลการเงินของบริษัทเพื่อให้ประธานกรรมการบริษัทเข้าใจถึงภาพรวมฐานะทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารได้ ERP จะเข้ามาช่วยรวบรวมข้อมูลชุดเดียวซึ่งจะตอบคำถามและข้อสงสัยทุกคนได้เพราะว่าทุกคนได้ใช้ระบบเดียวกัน

2.3.3.2 ERP ารรวบรวมข้อมูลการตั้งสินค้าของลูกค้า ตั้งแต่การสั่งซื้อของลูกค้าผ่านตัวแทนขายจนกระทั่งถึงขั้นตอนของการส่งสินค้าและเก็บเงิน โดยจะทำให้บริษัทดำเนินการต่างๆ ได้ง่ายขึ้น และยังสามารถตรวจสอบสถานะ การดำเนินงานได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการประสานกันระหว่างกระบวนการตั้งแต่ การผลิตการเก็บรักษาสินค้า จนถึงการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าไปยังที่หมายปลายทางที่ต่างกันในเวลาเดียวกันได้

2.3.3.3 สร้างมาตรฐานและเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทผู้ผลิตที่ใช้ระบบต่างๆ กันสามารถเชื่อมโยงข้อมูลและสื่อสารกันได้ โดยที่ ERP ได้เข้ามาช่วยสร้างมาตรฐานดังกล่าวในกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอนโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ระบบเดียว ทำให้ประหยัดเวลาเพิ่มผลผลิตการผลิตและลดต้นทุนต่อหน่วยได้เป็นอย่างดี

2.3.3.4 ลดภาระด้านสินค้าคงคลัง ERP ช่วยให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่นยังเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ด้วยยอดการสั่งซื้อที่เป็นจริงทำให้ช่วยลดสินค้าคงคลังได้ยังช่วยในการวางแผนการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าซึ่งจะช่วยลดสินค้าขั้นสุดท้ายในระบบคงคลังของการขนส่งได้เป็นอย่างดี

2.3.3.5 ช่วยจัดและสร้างระบบมาตรฐานในเรื่องข้อมูลด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่มีหลายหน่วยธุรกิจ ซึ่ง ERP จะสามารถขจัดปัญหาการสื่อสารเรื่องผลประโยชน์และบริหารไปยังพนักงานทุกคนได้ จะใช้ ERP จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าใดเมื่อเร็วๆ นี้ เมื่อดำเนินการได้ ทำการศึกษาถึงต้นทุนรวมในการเป็นเจ้าของ ERP ซึ่งรวมถึงอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และการบริการอย่างมืออาชีพและรวมต้นทุนของพนักงานไว้แล้ว และต้นทุนรวมดังกล่าวได้รวมตั้งแต่ติดตั้งโปรแกรมดังกล่าวจนถึงสองปีให้หลังซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษาระบบ การปรับปรุงให้ทันสมัยและเข้ากับการดำเนินงานของบริษัทจากการสำรวจพบว่ามีค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จะมากับ ERP ซึ่งมักจะประมาณไว้ต่ำกว่าความเป็นจริงเสมอ ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกินกว่าที่คาดไว้จะเกิดขึ้น

ในกิจกรรมดังต่อไปนี้การฝึกอบรม ค่าใช้จ่ายฝึกอบรมมักถูกประเมินไว้น้อยกว่าความเป็นจริงมากที่สุด โดยค่าใช้จ่ายการฝึกหัดหรือฝึกอบรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ใช้ที่ใช้กระบวนการ ERP ยอมรับเกือบเป็นเอกฉันท์ว่ามักมีการใช้จ่ายเกินงบมากที่สุด ค่าใช้จ่ายด้านนี้มักจะสูงเนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่จะต้องเรียนรู้กระบวนการใหม่ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทรับฝึกหัดพนักงานภายนอกจะไม่สามารถให้ความช่วยเหลือทางด้านนี้ได้ บริษัทเหล่านี้มักมุ่งเน้นที่การสอนวิธีการใช้ซอฟต์แวร์ แต่ไม่ได้ให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับวิธีการทำธุรกิจการรวมระบบและการทดสอบ การที่จะสร้างความเชื่อมโยงของ ERP ให้เข้ากับโปรแกรมอื่นนั้นอาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเกินจริงขึ้นมา เนื่องจากจะต้องทำที่ละกรณีๆ ซึ่งรวมถึงการเพิ่มโมดูลหรือปรับปรุง โปรแกรมให้ทันสมัย ซึ่งจะมีค่าจ่ายอื่นตามมา ลักษณะเฉพาะทาง สิ่งที่เพิ่มเติมเข้ามาจาก ERP ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมากเนื่องจากบางโปรแกรมใช้กับบางกระบวนการของบริษัทไม่ได้ จึงต้องพัฒนาหรือเพิ่มกระบวนการใหม่เข้าไปในโปรแกรม ซึ่งการจัดทำปรับปรุงเพิ่มเติมนี้มันจะต้องไปปรับเปลี่ยนหลายสิ่งหลายอย่างต่อเนื่องจากแต่ละโมดูลใน ERP จะเชื่อมโยงกัน นอกจากนี้แล้วยังอาจต้องจ้างเจ้าหน้าที่มาดูแล โดยเฉพาะเนื่องจากตัวแทนขายจะไม่รับผิดชอบนอกเหนือจากที่ตกลงกันเท่านั้นการแปลงข้อมูล การเคลื่อนย้ายหรือแปลงข้อมูลของบริษัท เพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบใหม่ ERP ซึ่งโดยทั่วไปแล้วบริษัทส่วนใหญ่จะนึกไม่ถึงว่าการเคลื่อนย้ายหรือแปลงข้อมูลเพื่อเข้าสู่ระบบใหม่จะมีค่าใช้จ่ายมากมายขนาดนั้น แต่การชำระหรือแปลงข้อมูลก็เป็นสิ่งจำเป็นและต้องทำสำหรับบริษัทที่คิดว่าจะใช้ ERP อยู่ดีการวิเคราะห์ข้อมูล บ่อยครั้งที่ข้อมูลจากระบบ ERP จะถูกรวมกับข้อมูลจากระบบภายนอกเพื่อนการวิเคราะห์ ปกติแล้วจะต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าข้อมูลไปในค่าติดตั้ง ERP ด้วยและจำเป็นสำหรับการทำให้ระบบดำเนินไปอย่างไหลลื่นมากขึ้น การปรับปรุงข้อมูลในคลังข้อมูลทุกวันคงเป็นเรื่องที่ยากและอาจทำให้ ERP ลดประสิทธิภาพการทำงานลง ฉะนั้นการติดตั้งโปรแกรมเฉพาะทางจะช่วยและวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละวันได้ แต่อาจต้องแลกกับค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นมา

2.3.4 การนำ ERP มาใช้ และการเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการปฏิรูปองค์กร

การนำ ERP มาใช้นั้น จะต้องเริ่มจากการปฏิรูปจิตสำนึกให้เห็นความจำเป็นของการปฏิรูปองค์กร และเมื่อจิตสำนึกดังกล่าวเกิดขึ้นแล้วในองค์กร การนำเอา ERP มาใช้ก็จะเป็นขั้นตอนของการทำให้เกิดกิจกรรมการปฏิรูปองค์กร ซึ่งก็คือการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในด้านต่างๆ คือ

- 2.3.4.1 ความสามารถในการรับรู้สภาพการณ์โดยรวมของการบริหารได้แบบเรียลไทม์
- 2.3.4.2 ความสามารถในการปรับเปลี่ยนเพื่อให้องค์กร โดยรวมมีประสิทธิภาพสูงสุด
- 2.3.4.3 ความสามารถในการตัดสินใจให้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

2.3.5 ขั้นตอนของการนำ ERP มาใช้

การนำ ERP มาใช้นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่

2.3.5.1 ขั้นตอนการวางแผน

2.3.5.2 ขั้นตอนการวางแผน

2.3.5.3 ขั้นตอนการพัฒนา

2.3.5.4 ขั้นตอนการใช้งานจริงและทำให้คุ้นเคย

2.3.5.5 ขั้นตอนพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง

2.3.6 ความสำเร็จและความล้มเหลวในการนำ ERP มาใช้คือ

กรณีที่ประสบความสำเร็จและความล้มเหลวในการนำ ERP มาใช้

2.3.6.1 ไม่สามารถปฏิรูปการทำงานได้

เป้าหมายการนำ ERP มาใช้เพื่อปฏิรูปการทำงาน เช่น การลดต้นทุน การเพิ่มความเร็ว การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นต้น แต่ในทางปฏิบัติจริง ยังคงดำเนินการตามกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process) เหมือนกับที่เคยทำมาแต่เดิม

2.3.6.2 ไม่สามารถปฏิรูปการบริหารจัดการได้

หลังจากนำ ERP มาใช้ การใช้ข้อมูลที่ได้ไม่มีความก้าวหน้า ยังคงใช้วิธีการจัดการ เหมือนกับที่เคยทำมา ไม่ทำให้เกิดการปฏิรูปการจัดการ

2.3.6.3 ระยะเวลาพัฒนานานและต้นทุนสูง

การสร้างระบบ ERP ใช้ระยะเวลาพัฒนานาน มีต้นทุนสูง การนำไปใช้ล่าช้ากว่ากำหนด ยิ่งทำให้ต้นทุนของการพัฒนาสูงกว่าที่ตั้งเป้าไว้มาก ทำให้ ERP กลายเป็นของแพง

2.3.6.4 ต้นทุนของการดูแลรักษาหลังจากนำมาใช้สูง

การนำ ERP มาใช้จะทำให้เกิดระบบสารสนเทศขององค์กรใหม่ โดยใช้ ERP Package ซึ่งควรจะทำให้การดูแลรักษาทำได้ง่าย และต้นทุนในการดูแลรักษาลดลง แต่ในความเป็นจริง เนื่องจากมี Software ที่พัฒนาขึ้นด้วยมือที่เรียกว่า Add-on สำหรับการ Customize อยู่มาก ทำให้ต้นทุนไม่ต่างจากการพัฒนาแบบ Customize ที่ทำด้วยมือ

2.3.6.5 ไม่สามารถตาม Upgrade version ของ ERP Package ได้

เมื่อมีการ Upgrade version ของ ERP Package ผู้ผลิต ERP package แจ้งว่าจะยกเลิกการบำรุงรักษา version เก่า แต่เมื่อจะพยายาม upgrade version ของ ERP package ที่นำมาใช้ ก็จะพบว่ามีความขัดแย้งกับ Software ที่พัฒนาขึ้นแบบ Add on โดยการ Customize ทำให้ทราบว่าจะต้องทำการสร้างขึ้นมาใหม่ ดังนั้นในการ upgrade version ของ ERP package จำเป็นต้องมีการทดสอบและการพัฒนาที่ยุ่งยาก และมีต้นทุนการ upgrade version เท่าๆ กับการนำเอาระบบใหม่เข้ามาใช้

2.3.7 สาเหตุของความล้มเหลวในการนำ ERP มาใช้ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

สาเหตุของความล้มเหลวในขั้นตอนวางแผน

2.3.7.1 การนำมาใช้โดยผู้บริหาร ไม่ได้ตัดสินใจ เป็นการนำ ERP มาใช้โดยผู้บริหาร ไม่ได้ตัดสินใจ ทั้งๆที่การนำ ERP มาใช้นั้น มีเป้าหมายเพื่อสร้างแนวคิดเรื่อง ERP เพื่อปฏิรูปองค์กร และฝังรากฐานอย่างมั่นคง ขาดการปฏิรูปจิตสำนึกที่ว่า ต้องมีการปฏิรูปองค์กรก่อน โดยมักจะหยุดอยู่เพียงแค่การนำ ERP มาใช้โดยฝ่ายระบบสารสนเทศเป็นผู้ผลักดัน

2.3.7.2 การนำมาใช้แบบทดลอง

เนื่องจากไม่มั่นใจในการใช้ ERP package จึงทดลองทำเพียงแค่เปลี่ยนส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กรโดยใช้ ERP package หากทำเพียงเท่านี้ ไม่สามารถที่จะกล่าวได้ว่าเป็นการนำ ERP มาใช้

2.3.7.3 การนำมาใช้เป็น Stand Alone Operation Application

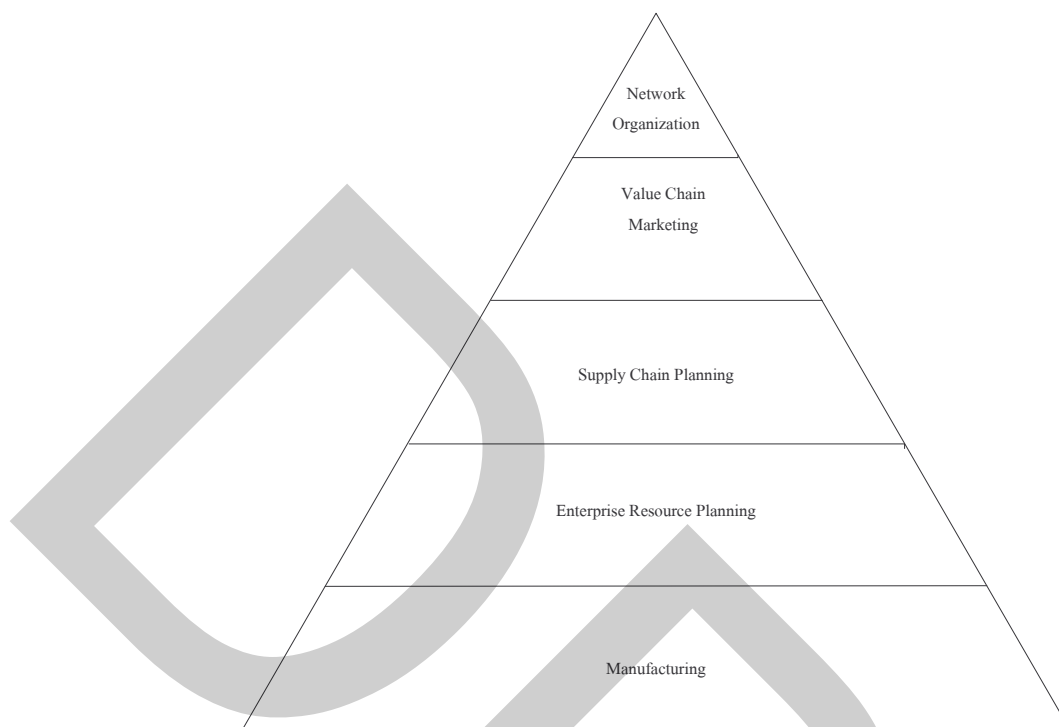
นำ ERP package มาใช้กับเพียงส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้ ERP Package เป็น Stand Alone Operation Application หากเป็นเช่นนี้ ไม่ได้นำ ERP มาใช้

2.3.7.4 การนำมาใช้ในการสร้างระบบสารสนเทศ

ในกรณีที่เป้าหมายของการนำ ERP มาใช้เน้นที่การสร้างระบบสารสนเทศ โดยไม่ปฏิบัติตามแนวความคิดของ ERP จึงยังคงห่างไกลที่จะกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างแนวคิด ERP และฝังรากฐานอย่างมั่นคง

2.4 เทคโนโลยีสารสนเทศในเครือข่ายโลจิสติกส์

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับกิจกรรมในเครือข่ายโลจิสติกส์ตั้งแต่การสื่อสารข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับเครื่องจักรในระบบจนถึงการประมวลผลข้อมูลเพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร



ภาพที่ 2.2 ระดับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในเครือข่ายโลจิสติกส์

จากภาพจะเห็นว่าเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้เพื่อประโยชน์หรือวัตถุประสงค์ขององค์กรหนึ่งๆ ได้ 5 ระดับ

ระดับที่ 1 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับการผลิต เป็นการเชื่อมระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตกับระบบฐานข้อมูล เพื่อนำระบบข้อมูลไปประมวลผลแบบทันที (Real Time)

ระดับที่ 2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระบบ ERP เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเป็นระบบสารสนเทศในกิจกรรมต่างๆ ของโลจิสติกส์ภายในองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นระบบรากฐานของกิจกรรมในเครือข่ายโลจิสติกส์ เป็นการประสานรวมองค์กรต่างๆ ในโซ่อุปทานให้มารวมกันเพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าและสมาชิกในโซ่อุปทาน ทั้งนี้เพราะการดำเนินงานในองค์กรจะมีลักษณะที่เป็นระบบซับซ้อน โดยส่วนต่างๆ หลายๆ ส่วนจะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในลักษณะองค์กรทั้งหมด นอกเหนือจากโครงสร้างขององค์กรแล้วระบบขององค์กรจะรวมถึงสถานะเชิงเศรษฐศาสตร์ สังคม และธุรกิจ รวมถึงลูกค้าที่ได้รับบริการอีกด้วย

ระดับที่ 3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระบบวางแผนโซ่อุปทาน เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบสารสนเทศขององค์กรหนึ่งๆ เพื่อเชื่อมโยงกับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในโซ่อุปทาน เพื่อสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานในโซ่อุปทานได้ทั้งระบบ

ระดับที่ 4 Value Chain Marketing คือ สารสนเทศที่ได้จากระดับ 1-3 สามารถนำมาเป็นมูลค่าเพื่อการตลาดและการขายได้

ระดับที่ 5 Network Organization เป็นผลที่ได้รับจากการที่องค์กรสามารถเชื่อมโยงกับองค์กรอื่นๆ ในโซ่อุปทาน ทำให้องค์กรเป็นสมาชิกในเครือข่ายซึ่งจะเป็นหุ้นส่วนธุรกิจในเครือข่าย จะทำให้สามารถทำงานประสานร่วมกันและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

2.4.1 การวัดประสิทธิภาพในระบบโลจิสติกส์ (Logistics Performance Measurement)

การวัดประสิทธิภาพ เป็นการตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อประเมินว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ผลจากการวัดประสิทธิภาพจะต้องสะท้อนผลการดำเนินงานออกมาให้ได้ทั้งสองระดับ คือ ระดับสูง เป็นการแสดงผลการดำเนินงานที่เป็นผลในขั้นสุดท้ายที่เกิดขึ้นกับองค์กร เช่น ผลกำไร ยอดขาย และต้นทุน และ ระดับปฏิบัติการ เป็นการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เช่น การส่งสินค้าที่ถูกต้อง ตรงตามเวลา และจำนวนถูกต้อง เป็นต้น ดังนั้นการวัดการดำเนินงานในระบบโลจิสติกส์จึงแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ตัววัดทางการเงิน (Financial Indicator) ได้แก่ สัดส่วนกำไร ต้นทุน และยอดขาย กับตัววัดที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Non-financial Indicator) ได้แก่ ระดับการบริการลูกค้า (Customer Service Level: CSL) และความพึงพอใจของลูกค้า โดยการวัดประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์จะวัดใน 3 เรื่อง (วิโรจน์ พุทธิวิถิ, 2547) คือ

1) ประสิทธิภาพ (Efficiency)

ประสิทธิภาพ ได้แก่ การวัดเวลาในกระบวนการผลิต (Processing Time) อัตราการใช้ทรัพยากร (Resource Utilization) เวลารนำ (Lead Time) ต่างๆ

2) ประสิทธิภาพ (Effectiveness)

ประสิทธิผล ได้แก่ การวัดผลการลดเวลาดำเนินการส่งมอบ ความเที่ยงตรงของข้อมูลผลการลดต้นทุนการขนส่ง และความเชื่อถือได้ (Reliability)

3) ความยืดหยุ่น (Flexibility)

ความยืดหยุ่น ได้แก่ ความสามารถในการปรับหรือยืดหยุ่นกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โภคทรัพย์ พุ่มพวง ได้ศึกษาต้นทุนสินค้าอุปโภค/บริโภคของประเทศที่เจริญแล้ว พบว่า ราคาขายสินค้า 100 บาท มีสัดส่วนของต้นทุนต่างๆ และโลจิสติกส์ ดังนี้

ต้นทุน	ร้อยละจากราคาขาย
1. วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์	50
2. ค่าการผลิต	10
3. ค่าการตลาดและการขาย	10
4. ค่าการจัดการ ชุรการ บุคคล การเงิน	10
5. โลจิสติกส์	10
6. กำไร	10
รวม	100

ที่มา : โภคทรัพย์ พุ่มพวง (Inventory Management)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าถ้าสามารถลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการโลจิสติกส์ลงได้ นอกจากจะเป็นการเพิ่มสัดส่วนของกำไรโดยตรงแล้วยังอาจช่วยลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆ เช่น ค่าการตลาดและค่าบริหารจัดการได้อีกด้วย

วิโรจน์ พุทธิวิถิ (2547) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน พบว่า สิ่งที่ใช้ในการชี้วัดผลสัมฤทธิ์ในรูปแบบของการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

- 1) การเงิน (Finance) ในรูปของผลกำไร (Profit) และต้นทุน (Cost)
- 2) ผลผลิต (Productivity) ในรูปของปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น
- 3) คุณภาพ (Quality) ในรูปของคุณภาพของเสียในระบบ
- 4) เวลามา (Lead Time) ในรูปของการลดเวลาในการผลิต หรือการส่งมอบ
- 5) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทำการวัดในรูปของความพึงพอใจของลูกค้า จำนวนสินค้าที่ส่งคืน
- 6) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) ในรูปของการตอบสนองลูกค้าในเรื่องการจัดการต้นทุนในการจัดเก็บต่อหน่วยสินค้า
- 7) อุปทาน (Supply) ในรูปแบบของความสามารถในการตอบสนองลูกค้าได้ตามความต้องการและความพร้อมของสินค้าหรือบริการ (Availability)

8) การขนส่ง (Transportation) ในรูปแบบของต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยสินค้า อัตราการใช้ทรัพยากรคลังสินค้า (Warehouse) เวลานำในการจัดเก็บ เวลาในการจัดเก็บ เวลาในการจัดส่ง และประสิทธิภาพการบริการอื่นๆ

จากการศึกษาของธนาคาร โลก (2000) พบว่า ค่าใช้จ่ายทางโลจิสติกส์ของประเทศพัฒนาแล้วอยู่ที่ประมาณร้อยละ 10 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ในขณะที่ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ร้อยละ 19 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) และเมื่อได้กระจายรายละเอียดค่าใช้จ่ายในระบบโลจิสติกส์ออกเป็น โครงสร้างต้นทุนของกิจการทั่วไปสามารถแสดงได้ดังนี้

ต้นทุน	ร้อยละ
1. การจัดการคำสั่งซื้อ (Order Processing)	6
2. การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management)	27
3. การถือครองสินค้า (Inventory Carry Cost)	24
4. การขนส่ง (Transportation)	39
5. การบริหารจัดการ (Administration)	4
รวม	100

ที่มา : ธนาคาร โลก

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการร้อยละ 4 ซึ่งถือว่าน้อย ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการของต่างประเทศมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วย ในขณะที่ประเทศไทยมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศน้อยมาก

Craig (1997) ได้ทำการศึกษาประเด็นหลักที่มีผลต่อประสิทธิผลของโลจิสติกส์ ซึ่งมีอยู่ 5 ประเด็น ได้แก่ การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายของข้อมูลด้านสารสนเทศ เวลา ต้นทุนและการบูรณาการ พบว่า 5 ประเด็นดังกล่าว ควรจะถูกดำเนินการให้สอดคล้องเป็นประเด็นหลักในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการปรับปรุงความสามารถเชิงการแข่งขันที่ผู้บริหารทุกคนควรให้ความสำคัญ และวิธีปฏิบัติอีกประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ก็คือ องค์กรจำเป็นที่จะต้องมีความสามารถในการสอดคล้องการดำเนินงานของโซ่อุปทานอย่างทั่วถึงตลอดทั้งโซ่อุปทาน จากปลายไปสู่อีกปลายหนึ่ง โดยหากมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้จะทำให้สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินการจัดการโซ่อุปทานได้ ตลอดเวลาในการ

ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอันเป็นปัจจัยที่สร้างความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีศักยภาพในการดำเนินงานและประสบความสำเร็จมากกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ

2.5 การจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า

แผนพัฒนาระบบไฟฟ้าในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาระบบไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ให้มีความเพียงพอ ทัวถึง มั่นคง ตามมาตรฐานคุณภาพบริการ ตลอดจนสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบไฟฟ้า

การพยากรณ์ความต้องการใช้ไฟฟ้าในช่วงปลายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2545) คาดว่าจะมีการใช้พลังงานไฟฟ้าตามพยากรณ์ความต้องการใช้ไฟฟ้าฉบับเดือนกรกฎาคม 2549 กรณีฐาน (ฉบับปรับปรุงเดือนเมษายน 2549) ประมาณ 115,868 ล้านหน่วย ความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุดประมาณ 18,461 เมกะวัตต์ และจำนวนผู้ใช้ไฟประมาณ 15.99 ล้านราย โดยมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยต่อประมาณร้อยละ 8.87 7.15 และ 2.86 ตามลำดับ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้คำนึงถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านพลังงานไฟฟ้า สรุปได้ดังนี้

1) การพัฒนาสนับสนุนการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและการลงทุน โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ กระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ กระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ทั่วถึงเพียงพอับความต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และเร่งรัดการพัฒนาพลังงานทดแทน โดยจัดหาแหล่งพลังงานใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงาน ศึกษา วิจัย และพัฒนาพลังงานทางเลือก พลังงานหมุนเวียน

2) เพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการของภาครัฐวิสาหกิจ โดยปรับบทบาทการดำเนินงานของภาครัฐวิสาหกิจให้สอดคล้องกับขีดความสามารถทั้งในด้านการดำเนินงานและการเงิน กำหนดให้มาตรการและกระบวนการในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยการสร้างกลไกการกำกับดูแลกระบวนการมีส่วนร่วม เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินกิจกรรม และการให้บริการของภาครัฐวิสาหกิจ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาระบบไฟฟ้าในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 สรุปได้ดังนี้

- 1) เพื่อให้มีระบบไฟฟ้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มั่นคง เชื่อถือได้
- 2) เพื่อจัดหาพลังงานไฟฟ้าที่มีคุณภาพ และเพียงพอต่อความต้องการ
- 3) เพื่อพัฒนาพลังงานทดแทนตามนโยบายของรัฐ
- 4) เพื่อขยายการบริการกระแสไฟฟ้าให้ทั่วถึง รวมทั้งพื้นที่ทำกินทางการเกษตรตาม

นโยบายของรัฐบาล

- 5) เพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 6) เพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการดำเนินการเชิงธุรกิจ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน
- 7) เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

จากแผนและโครงการต่างๆ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จะเห็นได้ว่าตลาดของการจำหน่ายของอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงยังมีความต้องการสูง โดยที่การไฟฟ้าส่วนภูมิกษาคำจะมียงบประมาณโดยรวมทั้งบลงทุน งบผู้ใช้ไฟ มากกว่า 3,000 ล้านบาทต่อปี โดยจะอยู่ในส่วนขยายของการจัดซื้อจัดหาของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งไม่เกี่ยวกับงบแผนพัฒนาในส่วนของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และถูกแบ่งงานออกตามลำดับชั้น ตามอำนาจและระเบียบข้อบังคับของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ดังนี้ 1) ส่วนกลาง คือ สำนักงานใหญ่จะจัดซื้อจัดหาโดยการประมูล ซึ่งในการประมูลแต่ละครั้งจะมีปริมาณมาก แล้วกระจายสินค้าไปตามเขตต่างๆ ทั่วประเทศ ปัญหาที่พบก็คือ การจัดซื้อแต่ละครั้งก็ไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้เขตต่างๆ เพื่อแจกจ่ายตามคลังพัสดุในแต่ละจังหวัดได้ทันเวลา หรือการประมูลบางครั้งก็ส่งผลทำให้เกิดสินค้าคงคลังจำนวนมากๆ ทั้งนี้เพราะการไฟฟ้าในแต่ละเขตแต่ละจังหวัดมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน และ 2) ในส่วนของเขตต่างๆ ที่กระจายตามภูมิภาคต่างๆ จะมี 12 เขต ดังนี้ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาคละ 3 เขต ในแต่ละเขตจะมีอำนาจในการจัดซื้อจัดหาเอง โดยการจัดซื้อจัดหาจะใช้วิธีการประมูลที่มีวงเงินไม่เกิน 2,000,000 บาท แต่ส่วนใหญ่แล้วแต่ละเขตจะกระจายอำนาจให้แก่คลังพัสดุสามารถจัดซื้อได้เอง โดยมีวงเงินในการจัดซื้อไม่เกิน 300,000 บาทต่อใบสั่งซื้อ แต่ไม่จำกัดจำนวนสั่งซื้อแล้วแต่คลังพัสดุมีความจำเป็นจะใช้เงินงบประมาณในการพัฒนาของพื้นที่นั้นๆ บางพื้นที่ก็ได้งบประมาณมาก บางพื้นที่ก็ได้งบประมาณน้อย ขึ้นอยู่กับงบของผู้ใช้ไฟ และงบของผู้ลงทุน เช่น ภาคกลางคลังพัสดุจังหวัดปทุม และคลังพัสดุรังสิตอาจจะได้งบจัดซื้อประมาณถึง 10 ล้านบาทต่อเดือน ทั้งนี้เพราะในพื้นที่มีโครงการหมู่บ้านจัดสรร และโรงงานเกิดขึ้นมากมาย และภาคใต้คลังพัสดุจังหวัดภูเก็ต หรือคลังพัสดุจังหวัดกระบี่อาจจะได้รับงบประมาณ 5 ล้านบาทต่อเดือน หากงบที่จัดสรรไปให้หมดลงก็สามารถขอไปที่เขตที่ดูแลคลังพัสดุนั้นๆ ได้ ซึ่งแต่ละเขตก็จะได้รับการจัดสรรมาจากส่วนกลาง

โดยประมาณครั้งละ 25 ล้านบาท แต่ละเขตพื้นที่ก็จะกระจายไปให้กับคลังพัสดุที่ดูแลโดยประมาณ 2-5 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับพื้นที่ของการที่มีการพัฒนาตาม

2.5.1 ข้อมูลบริษัทที่ทำการศึกษา (บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด)

2.5.1.1 ความเป็นมาของบริษัท

บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด เริ่มดำเนินการก่อตั้งเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2548 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ต่อมา ได้เพิ่มทุนเป็น 3,000,000 บาท ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2550 ด้วยความมุ่งมั่นนำเสนอ จำหน่าย และให้บริการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพและมาตรฐาน อันดีที่พึงประสงค์ของลูกค้า บริษัทฯ ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อที่จะนำเข้าและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง แรงต่ำ ฮาร์ดแวร์ งานเหล็ก อลูมิเนียม เครื่องมือช่าง ละเอียดๆ ให้กับ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าฝ่ายผลิต ภาครัฐ ภาคเอกชน บริษัทและหน่วยงานต่างๆ ที่ทำสถานีย่อยไฟฟ้า ธุรกิจยังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ กำลังการผลิตไฟฟ้าบ้านเราจึงจำเป็นต้องมีการขยายกำลังการผลิตอีกมาก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ไฟฟ้า ส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าก็ยังเป็นที่ต้องการของหน่วยงานไฟฟ้าอีกเป็นจำนวนมาก ทั้งในส่วนที่ขยายสร้างโรงงานการผลิตสร้างสถานีย่อย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆและในส่วนของการบริการซ่อมบำรุง

บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ดำเนินธุรกิจมาโดยการเริ่มต้นด้วยการจำหน่ายหม้อแปลงไฟฟ้าแรงสูง ให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะสมุย และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ภาคใต้ (เขต 2) จังหวัดนครศรีธรรมราช หลังจากนั้นทางฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ก็ได้ทำการสำรวจ ทำการวิจัยทางการตลาดดูความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทางการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความจำเป็นต้องใช้ ซึ่งทางฝ่ายการตลาดก็ใช้เวลาพอสมควรในการวิจัย จึงได้ลงทำการขยายตลาดในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ภาคใต้ เขต 2 ซึ่งมีอยู่ 6 จังหวัด 9 คลังพัสดุ ได้แก่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สุราษฎร์ธานี การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพุนพิน, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเกาะสมุย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคนครศรีธรรมราช การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทุ่งสง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตรัง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคกระบี่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคภูเก็ต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพังงา ร่วมด้วยกันมีอยู่ 9 คลังพัสดุที่สามารถซื้อของได้จากเดิมที่ทางบริษัททำการขาย โดยใช้ทุนของเจ้าของกิจการ ขายต่อเดือนเพียง 1 ล้าน - 2 ล้าน หลังจากนั้นขยายผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขาย ก็เพิ่มตามลำดับ จนไตรมาสที่ 3 ของปี 50 ยอดขายขึ้นไปเป็น 10 ล้านบาทต่อเดือน จึงได้ส่งผลให้กับบริษัทฯในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อสินค้าในสภาพความเป็นจริง โอกาสที่จะประสบความสำเร็จ และเพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดยังมีอีกมาก แต่บริษัทก็ยังต้องรักษาสภาพการทำธุรกิจไว้โดยคือต่อเดือนไม่สามารถทำยอดขายเกิน 5 ล้านบาท เนื่องจากปัจจัยทางการเงิน หรือเงินทุนมีจำกัด แต่ความต้องการมากกว่าเงินทุนของบริษัทฯที่จะทำได้ตามความเป็นจริง หลังจากนั้นฝ่ายการตลาดของบริษัทฯได้ออก

สำรวจตลาดภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้รับตอบสนองความต้องการมาากพอสมควรทางบริษัทก็จะพยายามจะตอบสนองบ้างบางกลุ่ม เฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยเปิดตลาดไว้ ในส่วนภาคใต้รอเงินทุนหมุนเวียนมากขึ้นบริษัททำการขยายในส่วนอื่นๆ

2.5.1.2 สถานที่ตั้งของบริษัท

- **ที่ตั้ง** : 141/5 ซอยลาดพร้าว 87 ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กทม. 10310 โทร. 02-729-7259 02-372-0463-4 แฟกซ์ 02-729-6743

- **สำนักงานขาย** : 48/221 เซ็นเตอร์เพลส ซอยรามคำแหง 104 ถนนรามคำแหงเขตสะพานสูง แขวงสะพานสูง กทม. 10240 โทร. 02-729-7259 02-372-0463-4 แฟกซ์ 02-729-6743

2.5.1.3 วิสัยทัศน์ (Company Vision)

บริษัท วาดะ เอ็นจิเนียริง จำกัด จะดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด **เราจะเป็นผู้นำทางธุรกิจอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีมาตรฐาน** นำพองค์กรเป็นแหล่งการเรียนรู้ ผู้การพัฒนาศักยภาพเพื่อความเข้มแข็ง

2.5.1.4 ภารกิจ (Vision Statement)

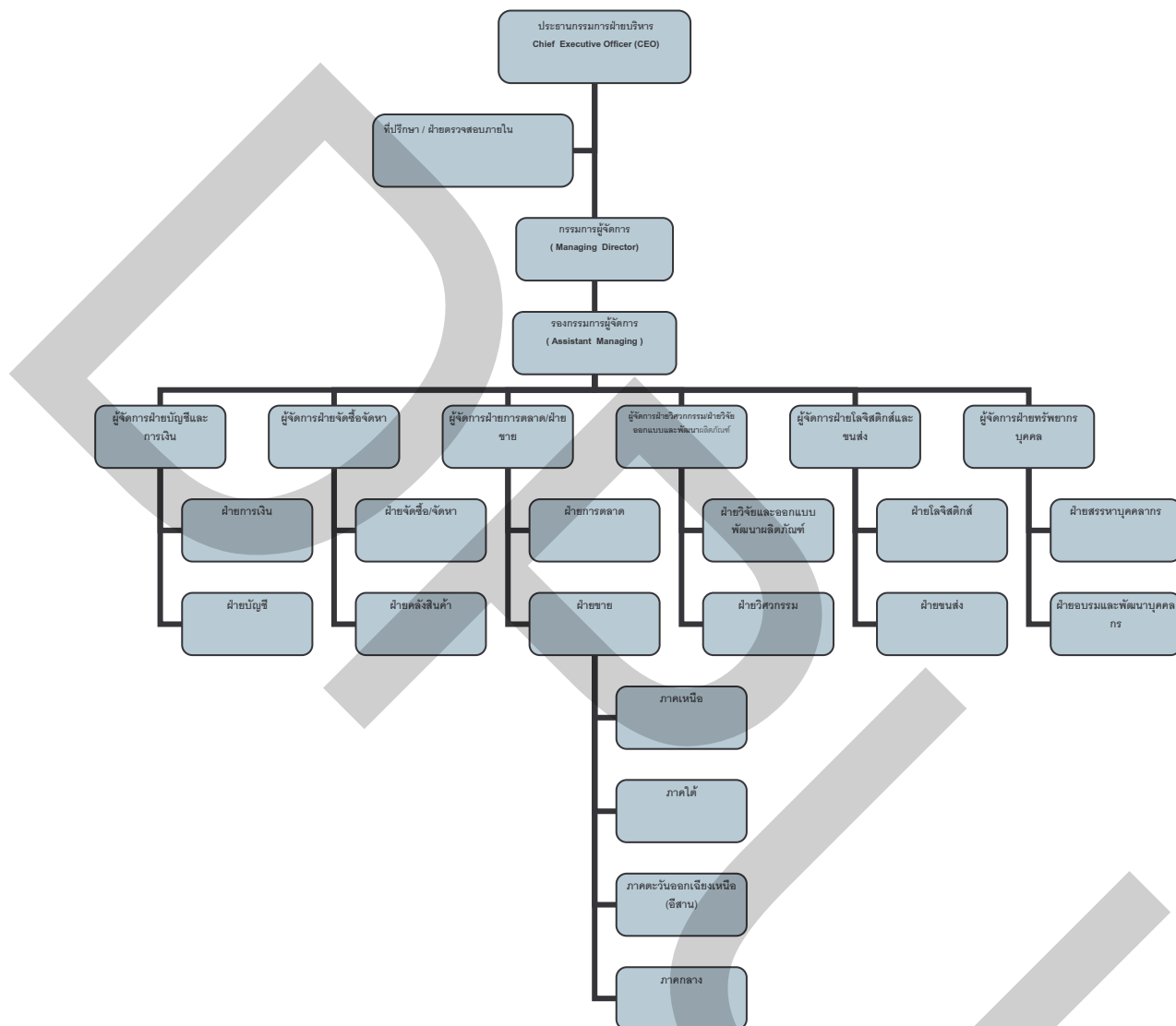
- บริษัทฯจะดำรงความเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจการจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง แรงต่ำ และฮาร์ดแวร์

- บริษัทฯจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้ได้รับการบริการด้วยความพึงพอใจสูงสุดและ เชื่อถือได้ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ความทันสมัย และความสะดวกสบายในการใช้บริการที่ดีในราคายุติธรรม

- บริษัทฯ จะให้ความสำคัญการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างดี ยึดหลักการทำงานเป็นทีม

- บริษัทฯจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อคืนกำไรสู่สังคมตามความเหมาะสม

2.5.1.5 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 2.3 โครงสร้างองค์กร

2.5.1.6 บทบาทหน้าที่ทีมงานและฝ่ายบริหาร

บริษัทที่มีทีมงานบริหารที่มีความสามารถและประสิทธิภาพในทุกด้านของการบริหารองค์กร

1) กรรมการผู้จัดการ กรรมการบริหาร เป็นนักธุรกิจหญิง ที่มีวิสัยทัศน์และเป็นที่ยอมรับในการบริหารงานในความคล่องตัวสูง ซึ่งปัจจุบันมีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการและหุ้นส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งเคยประสบความสำเร็จในเรื่องการบริหารจัดการด้านการบริหาร

การจัดซื้อจัดหาและฝ่ายการตลาดของบริษัท สยามสแกนดิเนเวีย คอนซัลตันแอนด์บิซิเนส จำกัด ซึ่งทำงานรับเหมาระบบไฟฟ้า ประปา และงานโครงสร้างอาคาร

2) รองกรรมการผู้จัดการซึ่งเคยผ่านงานด้านซื้อขายไป (Trading) มากกว่า 7 ปี และยังมีประสบการณ์ทางด้านบัญชีการเงินด้วยซึ่งปัจจุบันยังได้เป็นฝ่ายตรวจสอบและควบคุมบัญชี/การเงินของบริษัท

3) ฝ่ายวางแผนและนโยบาย เป็นบุคคลที่มีความชำนาญด้านการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและวิเคราะห์แผนและนโยบายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาควมไปถึงการไฟฟ้านครหลวงเป็นผู้กำกับดูแลเรื่องแผนกนโยบายในการบริหารจัดการองค์กรวมและกำหนดกลยุทธ์การเป็นผู้นำศูนย์กลางการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและปัจจัยในความสำเร็จของการบริหารจัดการ

4) ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย ดูแลลูกค้าทั้ง 4 ภาค (ภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง) และทำการสำรวจความต้องการและการรับรู้ด้านสินค้าของลูกค้ารวมทั้งทำการสำรวจความพึงพอใจในสินค้าของลูกค้าที่มีต่อบริษัท และทำการวิจัยตลาด ติดตามสถานะของตลาดและคอยดูแลว่ามีคู่แข่งเข้ามาใหม่หรือไม่

5) ฝ่ายระบบสารสนเทศ ดูแลงานในด้านระบบ IT เทคโนโลยี ดูแลระบบบริหารภายในบริษัท พัฒนาอบรมพนักงานในเรื่องของระบบ การพัฒนาบุคคลกร และทำการสำรวจ วิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการบริการหรือการทำงานของพนักงาน (ธุรการฝ่ายขาย พนักงานขาย การจัดส่งสินค้า การดูแลหลังการขาย) และทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยจัดทำสถิติเพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานและพัฒนาบุคคลกรของบริษัท เพื่อให้การบริการที่ดีเลิศสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

6) ฝ่ายวิศวกรรมดูแลงานในด้านวิศวกรรม เป็นผู้ควบคุมสเปค (Specification) ของสินค้าเพื่อให้สินค้าถูกต้องตรงตามมาตรฐานของการไฟฟ้าฯ นอกจากดูแลสเปคของสินค้าแล้วยังดูแลในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

7) ฝ่ายโลจิสติกส์ ดูแลในเรื่องโลจิสติกส์ วางแผน การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า ดูแลเรื่องการผลิต และระบบการขนส่งของบริษัท เพื่อให้สินค้าไปถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ สินค้าถึงมือลูกค้าในสภาพ 100 % ดูแลในการจัดระบบจัดคิวส่งสินค้า ดูแลและควบคุมกำกับระบบขนส่งโดยคำนึงถึงความปลอดภัยทั้งของพนักงานขับรถและสินค้าเป็นหลัก

2.5.1.7 แนวคิดในการจัดการ

สามารถเขียนตามรายละเอียดลำดับต่อไปนี้ได้โดยใช้หลักของการการบริหารจัดการภาพรวมและการตลาดเป็นเป้าหมายในการเขียนจากสภาพความเป็นจริงของธุรกิจและได้ลงสัมผัสจริงมาโดยตลอดได้เรียนรู้ทั้งภายนอกและภายในองค์กร

2.5.1.8 เป้าหมาย (Goals)

- ขยายตลาดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทั่วทั้งประเทศ ภายใน 3 ปี
- สร้างความพึงพอใจสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องบริการและคุณภาพของสินค้า
- สร้างความพึงพอใจแก่พนักงานและผู้ถือหุ้น โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านบุคลากรและสร้างองค์กรให้เป็นแห่งการเรียนรู้และพัฒนาในรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

2.5.1.9 ลักษณะสินค้าและบริการ

บริษัท วาดะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อจำหน่าย อุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง แรงต่ำ และ ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์งานเหล็ก งานอคูมิเนียม

1) หมวด A : หม้อแปลง (Transformers)

- ขนาด 30 – 1,000 KVA 22 KV
- ขนาด 30 – 1,000 KVA 33 KV

2) หมวด B : อุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง&แรงต่ำ (High & Low Voltage)

- ครอบเอาท์ ฟิวส์คัทเอาท์
- ฟิวส์ลิงค์
- ล้อฟ้าแรงสูง
- ลูกถ้วยแขวน
- ลูกถ้วยมะเฟือง
- ลูกถ้วยก้านครา
- ลูกถ้วยไลน์โพสท์
- ลูกถ้วยทันทโพสท์
- ล้อฟ้าแรงต่ำ
- แอลทีสวีทซ์
- ฟิวส์ไบเมิด H.R.C
- Disconnecting

3) หมวด C : สายไฟ

- สายแอร์เรียล
- สายพาเรียล
- สายใต้ดิน
- อื่นๆ

4) หมวด D: อุปกรณ์งานเหล็ก (Hardware)

- เหล็กคานรูปราวหนัก
- คานเหล็กฉาก
- คานเหล็กท้าวแขนแบบรางน้ำ
- เหล็กท้าวแขนข้างเดียว
- กราวด์รูดสี่แฉก
- เหล็กท้าวแขนแบบเขาควาง
- เหล็กโอเวอร์เฮด
- เหล็กคองเคเบิลอากาศทางตรง (สระอา)
- เหล็กคองเคเบิลอากาศทางโค้ง (ป.ปลา)
- เหล็กรับคานหม้อแปลง
- อายนัทรุ่นย่น
- อายนัทรุ่นเชื่อม
- แผ่นห่วงสำหรับยึดสายโยง 30 องศา
- คายทิมเบิล สำหรับสายยึดโยง 50 – 55 มม.
- ทิมเบิลเคลวิสสำหรับเฟิร์มแวร์เข้าปลายสาย
- แองเกิล โบลท์
- อินเตอร์กราฟด์เคเบิลแรด และซัพพอร์ต
- แมน โฮสเด็พ และพูลลิ่งไอออน
- โอเวอร์เฮด กราวด์ไวร์แคล้มป์
- โอเจ แคล้มป์
- กายแคล้มป์ และห่วงแขวนสเปเซอร์
- ยูแคล้มป์ ซิงเกิ้ล และดับเบิลโบลท์
- สลักเกลียวตลอด
- สลักเกลียววางตั้งกะสี

- สมอบกชนิดเชื่อม
- สมอบกชนิด 1 ร่อง 2 ร่อง 3 ร่อง
- สลักห่วงกลม
- สลักเกลียวห่วงกลม
- สลักเกลียวห่วงกลม
- สลักห่วงโอเวล
- นัทหกเหลี่ยม
- นัทสี่เหลี่ยม
- แหวนสี่เหลี่ยม
- แหวนสี่เหลี่ยม โค้ง
- ระเบิดช่องแบบการไฟฟ้า
- อื่นๆ

5) หมวด E : อุปกรณ์งานอลูมิเนียม (Hardware)

- ฟรื่อร์มสำหรับสายอลูมิเนียมหุ้ม และเปลือย
- หลอดต่อสายอลูมิเนียม ชนิดรับแรงดึง
- หลอดต่อสายอลูมิเนียม ชนิดไม่รับแรงดึง
- ฟินเทอร์มินอล
- หลอดต่อสายอลูมิเนียม แกนเหล็กชนิดรับแรงดึง
- หางปลาอลูมิเนียมเจาะรูตามมาตรฐาน
- เสตรนเคล์มปี พร้อมเคล์มปีบั้งคิปเปอร์
- เสตรนเคล์มปีแบบตรง
- ฟิจิคอนเนตเตอร์
- ฟิจิเคล์มปี AL/cu
- ฟิจิเคล์มปีแบบมือเสือ
- คอนเนตเตอร์เข้าปลายสาย
- คอนเนตเตอร์ ชนิดบีบ(เอชไทร์)
- ฮอทไลน์เคล์มปี
- เฟียชชิง ฮอทไลน์
- เบลเคล์มปี
- ลวดอลูมิเนียมกลม

- ลวดอลูมิเนียมแบน
 - ตู้อลูมิเนียมสำหรับมิเตอร์
- 6) หมวด F : โคมไฟถนน
- โคมไฟถนน 2 x 36 W
 - สวิตช์ควบคุมเปิดปิดพลังแสงอาทิตย์
 - อื่นๆ
- 7) หมวด G: เครื่องมือและอื่นๆ
- เข็มขัดป็นเสา (Safety Belt)
 - สายกันตก
 - รอกดึงสาย
 - ตาข่ายลากสาย
 - แก้วมบีคิงสาย
 - ไม้อัดฟิวส์
 - ท่อ PVC
 - อื่นๆ

2.5.1.10 จุดเด่นของบริษัท

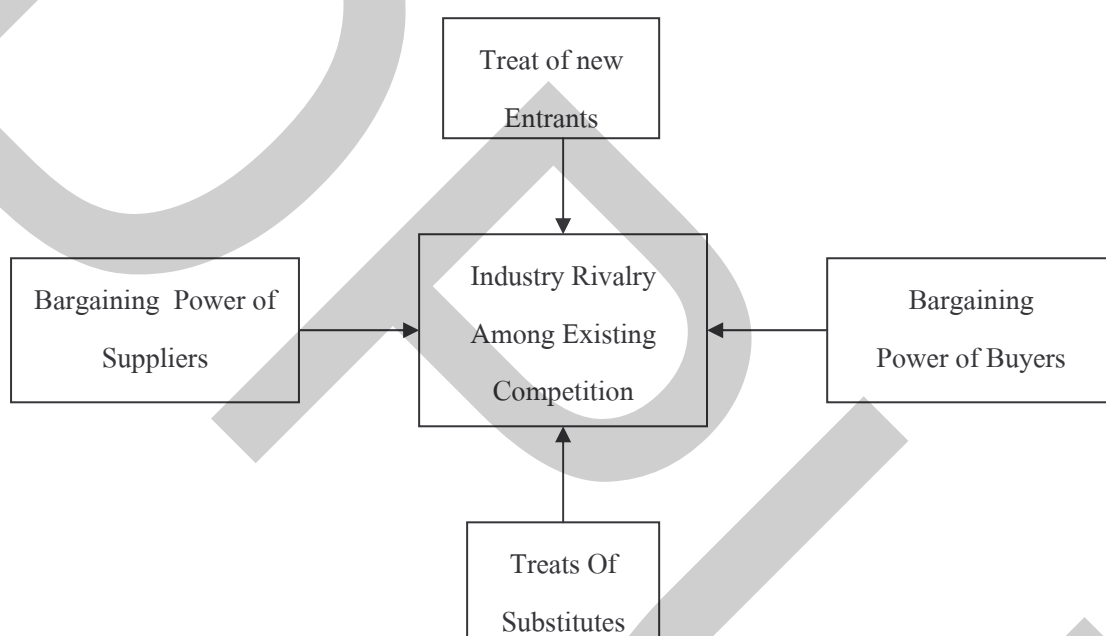
เนื่องจาก บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด เป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก มีความคล่องตัวสูง และมีความยืดหยุ่นได้เร็ว เข้าถึงผู้ซื้อหรือลูกค้าในแต่ละองค์กรในส่วนของกรไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแต่ละจังหวัดนั้นๆ ได้ทุกระดับไม่ว่าจะเป็นแผนกจัดซื้อ ตรวจจับ บัญชีการเงิน ตลอดจนผู้จัดการการไฟฟ้าของแต่ละการไฟฟ้า บริษัทฯ มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมและนโยบายของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี จึงมีความได้เปรียบที่จะมีโอกาสในการขยายตลาดอย่างสูง ลักษณะเด่นของบริษัทอีกด้านหนึ่ง นั่นก็คือการใช้หลักการผสมผสาน ผู้ขาย คู่แข่ง ลูกค้า ในลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการตลาด แต่ไม่คิดบริษัทฯ เป็นคู่แข่งใคร มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการต่ออุปสงค์ที่มีอยู่ แต่จะเน้นในการสร้างความต้องการหรืออุปสงค์ขึ้นมาใหม่ โดยจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญลูกค้ามากกว่าคู่แข่งเดิมๆ ที่มีอยู่นอกจากนี้บริษัทยังมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมคืนกำไรสู่สังคม ซึ่งทางบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ก็ได้มีนโยบายเฉพาะการทำธุรกิจกับลูกค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังคงคำนึงถึง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆที่จะคืนกำไรสู่สังคมโดยรวมทั่วประเทศด้วยเช่น

- ร่วมกิจกรรมการแข่งขันกอล์ฟการกุศลของการไฟฟ้านำเงินช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสตามชนบท

- ร่วมสนับสนุนการแข่งขัน Rally การกุศลหาทุนเปลี่ยนเลนซ์แก้วตาให้กับผู้ยากไร้
- ร่วมสภทบของขวัญกิจกรรมวันเด็กทุกๆปี
- อื่นๆ

2.5.1.11 สถานการณ์ทั่วไปของอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

บริษัทฯ จะใช้ Michael Porter's Competition Force Frame Work ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีต่อ บริษัทฯ โดยการแยกการวิเคราะห์ โดยใช้องค์ประกอบหลัก 5 ประการ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของบริษัท

ที่มา : Porter M. How Competitive Forces Shape Strategy. Harvard Business Review. March /April 1979

1) Threat of industry competitor (อุปสรรคของคู่แข่งในอุตสาหกรรม)

- คู่แข่งขันจะเป็นกลุ่มบริษัทเก่าๆ ที่เคยผูกขาดการขาย มาจากในอดีตยาวนาน นอกจากจะเป็นผู้ผลิตแล้วยังเป็นผู้ขายเอง ที่สืบทอดมาถึงรุ่นลูก รุ่นหลาน
- คู่แข่งขันบางรายก็ยังเป็นคู่ค้ากับทางบริษัทในกรณีสินค้า ที่หาจากผู้ผลิตรายอื่นไม่ได้บริษัทจำเป็นต้องซื้อจากคู่แข่ง
- คู่แข่งขันรายย่อยเริ่มมีเพิ่มมากขึ้น

2) Threat of new Entrance (อุปสรรคด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา)

- เนื่องจากตลาดกลุ่มเอกชนมีความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น บริษัทที่ทำการค้าภาคเอกชนเริ่มหันมาสนใจตลาดของรัฐวิสาหกิจเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้คู่แข่งรายใหม่ๆ เข้ามาแต่ความต้องการยังมีสูง ก็ถือว่า ยังมีความสดใสในการทำตลาดอยู่

- หน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ ยังไม่มีบทบาทพอ ในการเข้ามาควบคุม การตั้งราคา ในธุรกิจนี้ดังนั้นอาจทำให้เกิดปัญหาการ Dump ราคาจากคู่แข่งรายใหญ่ๆ ในตลาดได้เช่นกัน

3) Threat of substitute Products (อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ทดแทนกันได้)

- Products ที่ใช้ในส่วนการไฟฟ้า เป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวิศวกรรมคือ อุปสรรคสินค้าทดแทนเป็นอุปสรรคที่น้อยมาก เพราะสินค้า แต่ละตัวอยู่ในแง่ของ วิศวกรรมมี Spec กำหนดไม่สามารถใช้หมวดอื่นๆ มาทดแทนใช้ นอกจากชนิดเดียวกันหรือที่มี Brand Name ที่ไฟฟ้าเคยใช้เท่านั้น

4) Threat of Growing Bargaining Power of Buyer (อุปสรรคจากการเพิ่มอำนาจของผู้ซื้อมากขึ้น)

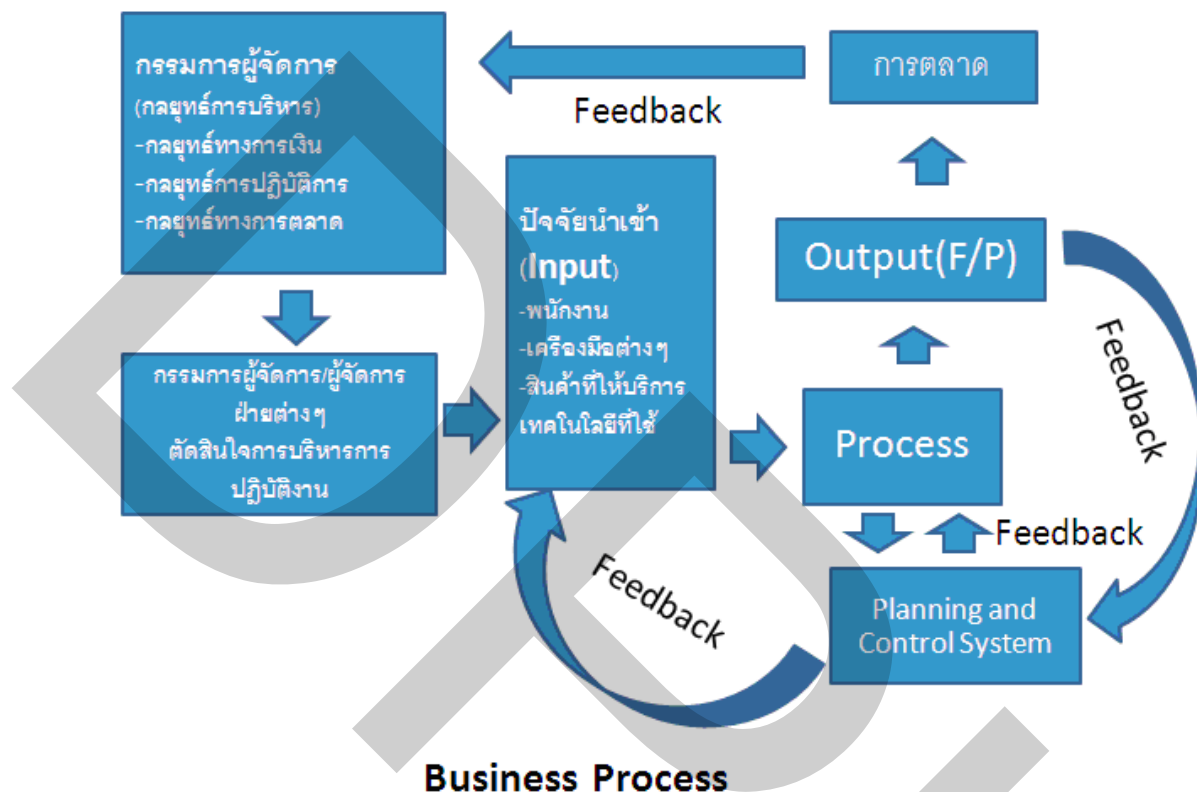
- แต่ละภูมิภาคในการซื้อประเพณีวัฒนธรรมการซื้อ แตกต่างกัน อุปสรรคทางด้านแรงกดดันเรื่องระยะเวลาในการส่งสินค้าหรือแม้แต่ปริมาณจำนวนในการสั่งซื้อถือว่าเป็นเรื่องปกติของหน่วยงาน

- การให้บริการมากรายก็จริง แต่ผู้ซื้อนั้นจะพยายามแบ่ง Order กระจายให้หลายๆ ราย มีปริมาณสั่งซื้อมากน้อยนั้น ก็ขึ้นอยู่กับความพร้อมหลายๆอย่างเช่นเรื่องสินค้ามี สต็อกพร้อมส่ง เรื่องราคาและเรื่องความสัมพันธ์ส่วนตัวนั้นก็มีความสำคัญมากๆในเรื่อง การทำธุรกิจ

5) Threat of Growing Bargaining Power of Suppliers (อำนาจต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรม)

- สินค้าที่ผลิตอยู่มากรายก็จริงแต่เรื่อง Spec ที่ทางการไฟฟ้ายอมรับได้นั้นก็เป็นข้อจำกัดเหมือนกันในการสั่งซื้อบางครั้งจะต้องเลือกรายนั้นรายนี้ซึ่งแน่นอนก็คือว่าเป็นปัญหา Spec คุณภาพ และปัญหาต่างๆถูกบังให้ซื้อผู้หอนี้หรือยี่ห้อหนึ่งที่ทางการไฟฟ้าเคยใช้เท่านั้นแต่ก็มีให้เราเลือกซื้ออยู่หลายรายอย่างน้อยก็ไม่ต่ำกว่า 3 รายขึ้นไป

2.5.1.12 แบบจำลองธุรกิจ



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองธุรกิจ

จากแบบจำลองกระบวนการธุรกิจ (Business Process) พบว่า มีการเริ่มต้นจากกรรมการผู้จัดการ ในการกำหนดกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร ซึ่งได้แก่ งานทางการเงิน การตลาด การปฏิบัติการ และกรรมการผู้จัดการและผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ทั้ง 6 ฝ่ายหลักตามผังองค์กร เป็นผู้ควบคุมและดูแลการปฏิบัติงาน ซึ่งมีองค์ประกอบในด้านทรัพยากรและการจัดการ ประกอบด้วย พนักงาน เครื่องมือเครื่องจักร และสินค้าต่างๆ (Input) ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อนำเข้าสู่การบริการตามลูกค้าต้องการ (Process) ซึ่งมีระบบในการวางแผนและควบคุมการจัดการจัดซื้อจัดหาเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า

2.5.1.13 กลุ่มเป้าหมายหลัก

- 1) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
 - ภาคใต้เขต 1,2 และ 3
 - ภาคกลางเขต 1,2 และ 3

- ภาคเหนือเขต 1,2 และ 3
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต1,2 และ 3

- 2) การไฟฟ้านครหลวง
- 3) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตกล

2.5.1.14 กลุ่มเป้าหมายรอง

- 1) บริษัทภาคเอกชนต่างๆ
- 2) โรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลังงาน
- 3) โรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

2.5.1.15 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

- มุ่งเน้นคุณภาพและได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฯ ผ่านการทดสอบจากสถาบันที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองจากการไฟฟ้าฯ

- คุณสมบัติ (Specification) สิ้นค้าอยู่ในข้อกำหนดและข้อบังคับของการไฟฟ้า

- เป็นสินค้าที่การไฟฟ้าเคยใช้งานมาจากผู้ผลิตหรือเป็นที่ยอมรับ

- มุ่งขยายผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

- เพิ่มรายผลิตสินค้า Brand “VATA” โดย Assembly หรือ OEM

2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- มีวิศวกรฝ่ายขาย คอยดูแลอย่างใกล้ชิด สม่ำเสมอทั่วทุกภูมิภาค ทั้ง 4 ภูมิภาคดังนี้ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นฝ่ายพบปะ เยี่ยมเยียน และรับทราบสถานการณ์ทางการตลาดของแต่ละแห่งเพื่อจะได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์สำหรับแต่ละแห่งให้มีความเหมาะสมได้มากยิ่งขึ้น

- ผ่านการแนะนำจากลูกค้าที่เคยให้บริการลูกค้าเก่าๆ ที่มีความสนิทชิดเชื้อกันมาก่อน

3) ราคา (Price)

- เป็นไปตามข้อกำหนดราคากลางของการไฟฟ้า

- กำหนดราคาโดยมุ่งที่ความต้องการของลูกค้า (Demand) โดยราคาสามารถเปลี่ยนแปลงได้

- พิจารณาจากราคาคู่แข่งรายอื่นๆ เพื่อรักษาความสมดุลของลูกค้า

- ปรับตามสถานะเศรษฐกิจของประเทศให้สอดคล้องกับตลาดปัจจุบัน

4) การส่งเสริมการขาย (Promotion)

2.5.1.16 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

- การให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วม เช่นการมีส่วนร่วมการส่ง-รับสินค้า และพยายามให้ลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท คอยมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบเช่นผลิตภัณฑ์ ราคา และการให้บริการ

- ศึกษาประเพณี วัฒนธรรมองค์กร และให้ความสำคัญกับสังคมด้วยการมีส่วนร่วมของบริษัทในกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้า

- ดูแลลูกค้าเหมือนลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ช่วยเหลือซึ่งกันและกันมีส่วนในการช่วยเหลือสังคม องค์กร และสิ่งแวดล้อม ซึ่งอยู่ในกรอบและเงื่อนไขที่หน่วยงานกำหนด

2.5.1.17 การจัดการความรู้

เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงานภายในที่ดีขึ้นมองเห็นภาพรวมในองค์กร การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นจากการเรียนรู้จากการจัดการองค์ความรู้ ช่วยทำให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจถึงทุกๆ ด้านขององค์กรและการบริหารงาน การทำงานเป็นทีม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และประสบการณ์ที่ดีต่อกัน ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า Supplier ตลอดจนเพื่อนร่วมงานในองค์กร ตลอดจนมีมุมมองและเข้าใจถึงการที่จะเข้าใจแก้ปัญหาและการบริหารที่ดีต่อลูกค้า มีการสร้างวัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กร ต่อลูกค้า และ Supplier ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไข พัฒนา และยืดหยุ่นอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้แผนงานจะวางได้แล้วก็จริงจะดูสถานการณ์ปัจจุบันเป็นหลักที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และผลประโยชน์ที่ทุกฝ่ายได้รับและไม่เกิดผลเสียต่อภาพรวมเป็นหลัก

ในเรื่องของความรับผิดชอบ เป็นหน้าที่หลักที่ทุกคนในองค์กรจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน ทุกคนจะต้องทุ่มเทเพื่อให้เกิดการจัดการความรู้ร่วมกัน

ผู้บริหารสูงสุด คือจะมีตำแหน่ง ประธานกรรมการ กรรมการบริหาร ทำหน้าที่ กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย ทำหน้าที่เปรียบเสมือน

“คุณเอื้อ” คอยเป็นผู้สนับสนุน นโยบาย อำนาจ วิสัยทัศน์ ให้เป็นไปตามเป้าหมาย บริหารงานแบบเอื้ออำนาจ เพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับการปฏิบัติงาน

“คุณอำนวย” คือระดับผู้จัดการฝ่ายต่างๆเช่นฝ่ายบัญชี ฝ่ายจัดซื้อจัดหา ฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายโลจิสติกส์และการขนส่ง ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ คอยเป็นผู้ประสานระหว่างระดับผู้บริหารสูงสุด (คุณเอื้อ) กับระดับปฏิบัติงาน (คุณกิจ)

“คุณกิจ” จัดสรรทรัพยากรในการใช้กิจกรรม คอยเชื่อมโยงการจัดการความรู้เข้ากับกิจกรรมสร้างสรรค์ทั้งในและนอกองค์กร ผู้ปฏิบัติงานในระดับของฝ่ายปฏิบัติในแผนกต่างๆ ขององค์กร เช่นฝ่ายบัญชี ฝ่ายจัดซื้อจัดหา ฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายโลจิสติกส์และการขนส่ง ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เป็นฝ่ายที่สร้างความรู้ในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

“คุณประสาน” คือเจ้าหน้าที่ในแผนกธุรการทั่วไป ทำหน้าที่ในการประสานงานเหมือนกับธุรการฝ่ายขายที่ทำหน้าที่ในการประสานงานกับฝ่ายขายขององค์กรกับลูกค้า เช่น การทำใบเสนอราคา ติดตามการเสนอราคาจากลูกค้า ติดตามพูดคุยกับลูกค้า คอยให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการขององค์กร และประสานงานต่างๆ ภายในองค์กร

ทุกแผนกทำงานจะต้องมีการประสานงานที่สอดคล้องกัน มีการเปลี่ยนแปลง มีการสื่อสารที่มีความยืดหยุ่น มีจุดมุ่งหมายเดียวกันเพื่อให้องค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และเป็นองค์กรที่มีเสถียรภาพ อยู่รอดได้ในทุกสถานการณ์ ของสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันและการแข่งขันที่รุนแรงตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่มีเข้ามาโดยไม่ทันตั้งตัว

2.5.1.18 แผนการตลาด (Marketing Plan)

แผนการตลาดในปีงบประมาณ ปี พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นการขยายฐานตลาด จากเดิมมุ่งเน้นลูกค้าภาคใต้ เขต 2 แต่ในปีนี้จะขยายให้ครอบคลุมพื้นที่ภาคใต้ทั้งหมดที่เหลือ ภาคใต้ เขต 1 และ 3 ดังนี้

ตลาดในส่วนของ (ภาคใต้)

ภาคใต้ เขต 1

- เพชรบุรี
- ราชบุรี
- ชุมพร
- สมุทรสงคราม
- ระนอง
- ประจวบคีรีขันธ์

ภาคใต้ เขต 2

- นครศรีธรรมราช
- ตรัง
- กระบี่
- สุราษฎร์ธานี
- ภูเก็ต
- พังงา

ภาคใต้ เขต 3

- ยะลา
- ปัตตานี
- พัทลุง
- สตูล
- สงขลา
- นราธิวาส



ภาพที่ 2.6 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคใต้

ทางบริษัทฯมีโครงการที่จะรักษาลูกค้ากลุ่มฐานเดิมก่อนและดูแลเป็นอย่างดีและในขณะเดียวกันพร้อมที่จะขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มดังต่อไปนี้ ตามลำดับ ขยายไปภาคใต้ให้เร็วที่สุด และขยายเพิ่มในส่วนของภาคกลาง เขต ก.1, ก.2 และ ก.3 ตามลำดับ

ตลาดในส่วนของ (ภาคกลาง)



ภาพที่ 2.7 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคกลาง

ภาคกลาง เขต 1

- พระนครศรีอยุธยา
- สระบุรี
- อ่างทอง
- ปทุมธานี
- ปราจีนบุรี
- นครนายก
- สระแก้ว

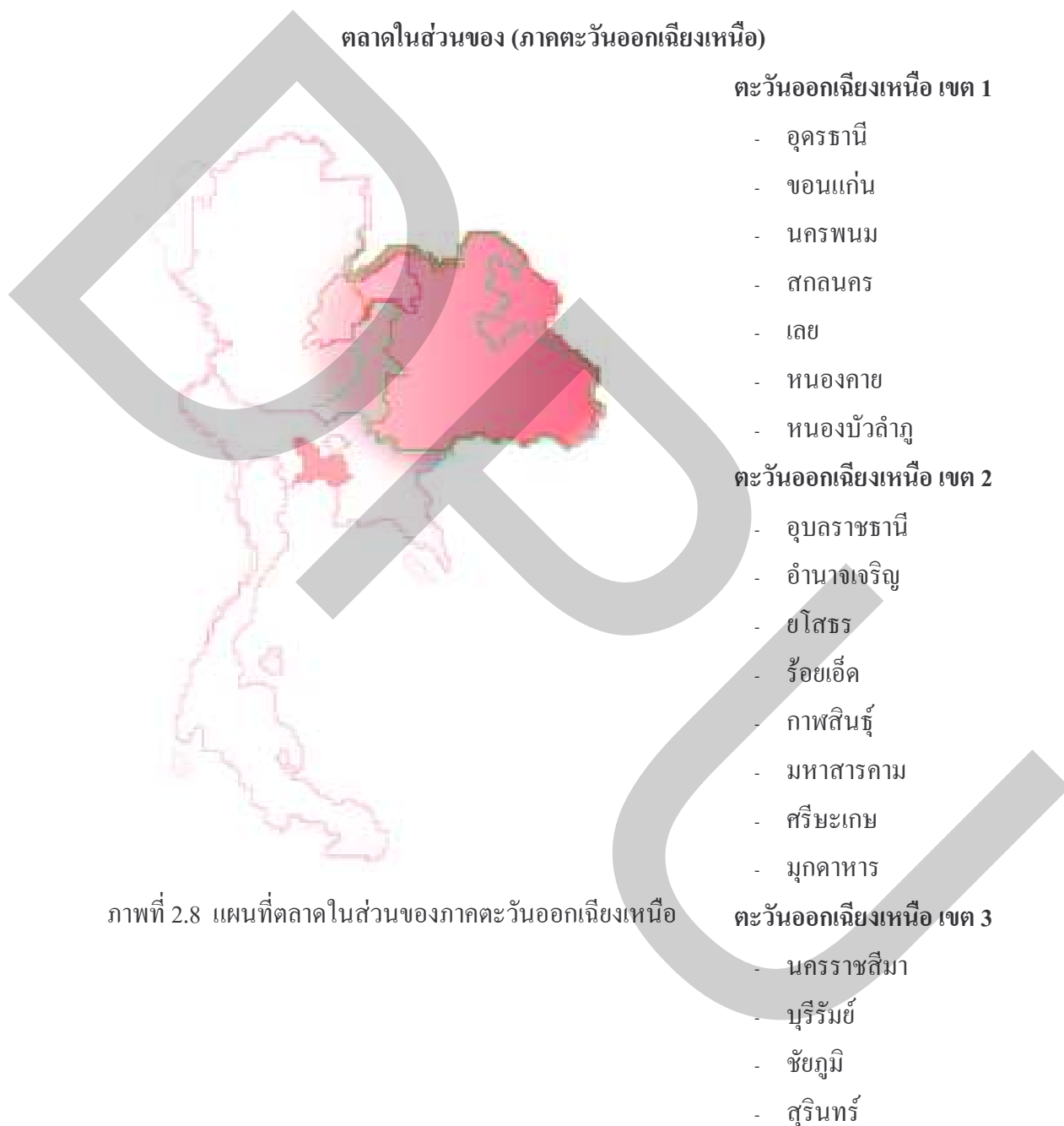
ภาคกลาง เขต 2

- ชลบุรี
- จันทบุรี
- ระยอง
- ตราด
- ฉะเชิงเทรา

ภาคกลาง เขต 3

- นครปฐม
- สมุทรสาคร
- กาญจนบุรี
- สุพรรณบุรี

ส่วนภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จ.1, จ.2 และ จ.3 ก็ขยายไปพร้อมกับในส่วนของภาคกลางเช่นเดียวกัน โดยเพิ่มเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายตามภูมิภาคพร้อมๆ กัน



แผนการตลาดในปีงบประมาณ ปี พ.ศ. 2552 จะเพิ่มขยายฐานลูกค้าขึ้นภาคเหนือ น.1 น.2 และ น.3 ตามลำดับที่เหลือที่เป็นส่วนของการไฟฟ้าภูมิภาคดังนี้



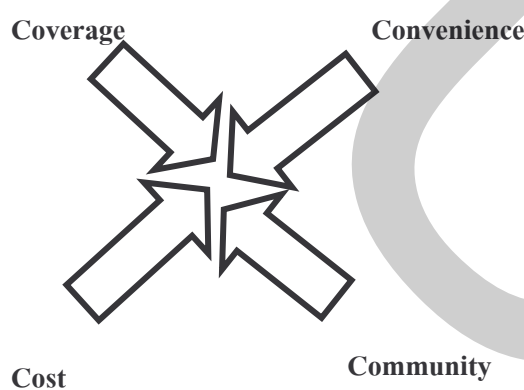
ภาพที่ 2.9 แผนที่ตลาดในส่วนของภาคเหนือ

นอกจากมีแผนขยายทางด้านฐานลูกค้าหลัก ทางบริษัทฯที่เป็นลูกค้ากลุ่มการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแล้ว บริษัทฯ ยังมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่การไฟฟ้ามีความต้องการใช้ตามลำดับเช่นเดียวกัน ทั้งแนวนอนหรือแนวตั้งของผลิตภัณฑ์ ตลอดระยะเวลาบริษัทฯทำการตลาดแนวรุกและรับตลอดมาซึ่งต่อไปก็เริ่มเข้าประมวลส่วนกลางของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคปีๆหนึ่งเฉพาะอุปกรณ์ที่เป็นงานหลัก

งานอลูมิเนียม อุปกรณ์ที่เป็นแรงสูงและแรงต่ำขอความต้องการโดยรวมที่ดูจากขอความต้องที่
 ประมูลไม่ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาทต่อปี ซึ่งไม่รวมในส่วนที่ตามภูมิภาคที่มิ้งจัดซื้ออุปกรณ์พีสดูที่
 เป็นงานหลัก งานอลูมิเนียม อุปกรณ์ที่เป็นแรงสูงและแรงต่ำขอความต้องการต่างหากต่อปี ไม่ต่ำ
 2,500 ล้านบาทเช่นเดียวกันในส่วนจะเข้าประมูลไฟฟ้านครหลวง เข้าประมูลในฝ่ายผลิต เป็นลำดับ
 ต่อๆไปจนกว่าจะควบคุม กลุ่มธุรกิจหน่วยงานของไฟฟ้าภาครัฐวิสาหกิจทั้งหมด ไฟฟ้าภูมิภาค
 ไฟฟ้านครหลวง ไฟฟ้าฝ่ายผลิต ส่วน ภาคเอกชนที่เป็นบริษัทผู้รับเหมานั้นคงจะเน้นขายในกรณีเงิน
 สดเท่านั้นยกเว้นกลุ่ม อุตสาหกรรมปรีโตเคมีในนิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุดที่เป็นเจ้าของซื้อ
 โดยตรงโดยไปผ่านผู้รับเหมาแผ่นการขยายตลาดของบริษัทฯมีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนตลอดจนการ

2.5.1.19 นโยบายทางการตลาด

จากสภาพการตลาดโดยรวมการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงแรงต่ำ อุปกรณ์งาน
 หลัก งานอลูมิเนียมตลอดจนการผลิตทางบริษัทฯมุ่งเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักคือการ ไฟฟ้า
 ส่วนภูมิภาคโดยการนำเสนอบริการและขยายตลาดให้กลุ่มทุกพื้นที่โดยใช้วิศวกรฝ่ายขาย ประจำแต่
 ละภาคเป็นฝ่ายออกตลาดพบปะลูกค้า ในเชิงรุกและฝ่ายธุรการฝ่ายขายประจำที่บริษัทแบ่งเป็นแต่
 ละภาคเขตดูแลและคอยให้บริการลูกค้าทำใบเสนอราคาและติดตามงานของลูกค้าเป็นประจำอยู่ที่
 บริษัทและใช้โทรศัพท์คอย สอบถาม ข้อมูลในแต่ละวันที่ลูกค้าจะให้เสนอราคาโดยบริษัทฯมุ่งเน้น
 สนองต่อลูกค้าเป้าหมายหลักตามนโยบาย 4 C คือ 4C + 1



- Coverage** : ครอบคลุม พื้นที่ บริการตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- Convenience** : สร้างความพึงพอใจการบริการที่ดี
- Cost** : ราคายุติธรรมเหมาะสม
- Community** : เป็นสื่อกลางหรือศูนย์กลางการจัดจำหน่ายที่มีมาตรฐานคอยบริการลูกค้าทุกราย

2.5.1.20 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์ระดับหน้าที่ ปัจจุบันบริษัทมุ่งขยายพื้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ขยายครอบคลุมพื้นที่ให้ทั่วพื้นที่เพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการติดต่อสื่อสาร โดยใช้บุคลากรทางด้านวิศวกรฝ่ายขาย และบุคลากรฝ่ายขายคอยติดต่อสื่อสารและบริการอยู่ตลอดเวลา การวางตำแหน่งงานของบริษัทเพื่อเน้นความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ด้วยกลยุทธ์การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการตลาดแบบเชิงรุก โดยให้วิศวกรฝ่ายขายแต่ละภูมิภาคที่เป็นฝ่ายดูแล และเชิงรับให้ฝ่ายธุรการฝ่ายขายแต่ละภาค คอยตอบสนองการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้วยการบริหารแบบง่ายๆ สบายๆ มีความเป็นกันเองและรวดเร็วตลอดจนการบริหารจัดการ การวางแผน การจัดซื้อจัดหา การจัดเก็บสินค้า การขนส่ง โดยยึดหลักกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจดังนี้

- การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)
- ความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership)
- การมุ่งเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Focus)

รวมถึง การจัดการทรัพยากรองค์กรมีการจัดการที่เหมาะสมหรือมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพดังนี้

- Manpower ต้องใช้แรงงานแบบเต็มประสิทธิภาพ
- Machine รู้จักเลือกใช้อุปกรณ์ ยานพาหนะ เทคโนโลยีทุกระบวนการอย่างเต็ม

ประสิทธิภาพ

- Materials การจัดการสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่ดีที่สุด
- Money จัดการด้านการเงินให้คุ้มกับการลงทุนและก่อให้เกิดการใช้สินทรัพย์ที่คุ้มค่า
- MIS การจัดการระบบสารสนเทศ การสื่อสารภายนอกภายในองค์กรอย่างมี

ประสิทธิภาพ (Management Information System)

การนำกลยุทธ์ ไปปฏิบัติใช้ภายใต้โครงสร้างระบบและการจัดการ ขนาดทรัพยากรเล็กลงแต่มีการขยายขนาดธุรกิจเพิ่มขึ้น ประหยัดและลดค่าใช้จ่าย การทำงานสามารถย่นเวลาให้สั้นลงสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความพึงพอใจในหลักการ 5 R's คือ

- สินค้าและบริการในด้านปริมาณที่ถูกต้องในการจัดส่ง (Right Quantity Products)
- คุณภาพที่ถูกต้องเป็นไปตามที่ Spec ที่กำหนด (Right Quality Products)
- เวลาที่ถูกต้องตรงเวลาตามที่เงื่อนไขที่กำหนด (Right Time)
- สถานที่ที่ส่งถูกต้อง ไม่ผิดที่ผิดทาง (Right place)
- ราคาถูกต้องเป็นธรรมเหมาะสม (Right Price)

บริษัทมุ่งสร้างอรรถประโยชน์ในด้านต่างๆ ให้กับลูกค้าตั้งแต่ก่อนเข้ามาแล้วนั้นบริษัทฯ ก็ได้พัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับและรักษาลูกค้าให้เกิดความพึงใจให้ต่อเนื่องไป และสามารถสร้างความจงรักภักดีในตัวผลิตภัณฑ์ มองบริษัทในภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งเป็นการสร้างจุดที่จะทำให้เพิ่มรายได้จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในที่สุด

ตารางที่ 2.3 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) ของบริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด

ลำดับที่	ด้าน	รายละเอียด
1	ด้านผลิตภัณฑ์	เพื่อควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และเต็มประสิทธิภาพโดยใช้ QC ในการควบคุมคุณภาพ
2	ด้านการจัดส่ง	เพื่อการส่งมอบตรงตามกำหนดของลูกค้า
3	ด้านความปลอดภัย	เพื่อความปลอดภัยต่อผู้ปฏิบัติงานและผู้ใช้งาน
4	ด้านการจัดเก็บสินค้า	เพื่อสร้างการวางแผนการจัดเก็บสินค้าที่มีความยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียในกระบวนการจัดเก็บสินค้า
5	ด้านความเชื่อมั่น	สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่น และไว้วางใจในผลิตภัณฑ์และองค์กร
6	ด้านบุคลากร	มีการพัฒนาและฝึกอบรมให้กับพนักงานขององค์กร อย่างสม่ำเสมอ และสร้างทัศนคติเกี่ยวกับการรักษ์องค์กร

2.5.1.21 สรุป

ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในวิถีของการตลาดในรายละเอียดของกิจกรรม ในกระบวนการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของกรณีศึกษา บริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด โดยเน้นถึงการอธิบายถึงภาพรวมในกระบวนการบริหารจัดการซึ่งได้เห็นถึงสภาพความเป็นมาตลอดจนปัญหาขององค์กร ในบทต่อไปจะกล่าวถึงรูปแบบการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดของรูปแบบที่ควรจะเป็นภายในองค์กร

บทที่ 3

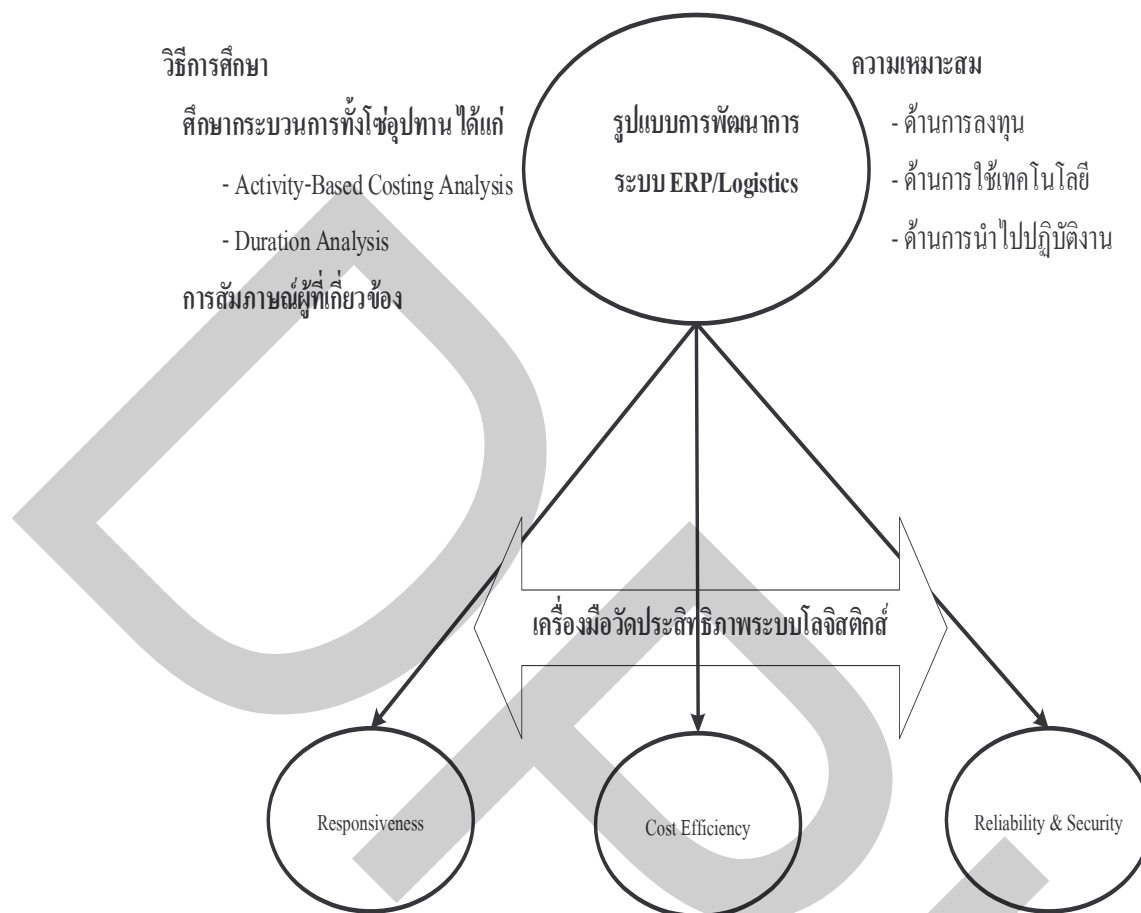
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้ากรณีศึกษา บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มลูกค้าที่เป็นการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค ลูกค้าเอกชน และกลุ่มผู้ค้าส่งอุปกรณ์ไฟฟ้า แนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามทั้งกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าและผู้ประกอบการในกลุ่มที่เป็นผู้ค้าส่ง (Supplier) อุปกรณ์ไฟฟ้าในการดำเนินการศึกษาผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญในเรื่องของขั้นตอนและกระบวนการสำรวจวิจัย เพื่อให้กระบวนการวิจัยไปในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมสามารถตอบโจทย์และปัญหาที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในวัตถุประสงค์แต่ละข้อ โดยมีการออกแบบกระบวนการวิจัยออกเป็นดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Model)
- 3.2 คำถามสำหรับการวิจัย (Research Questions)
- 3.3 ขอบเขตการวิจัย (Scope of Worke)
- 3.4 ขั้นตอนการนำระบบ ERP มาใช้ในองค์กร

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Model)

กรอบแนวคิดในการศึกษารูปแบบการพัฒนา ระบบ ERP/Logistics ของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการศึกษากระบวนการทั้งโซ่อุปทาน โดยแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาความเหมาะสมในด้านยุทธศาสตร์ ด้านเทคนิค และด้านการปฏิบัติการและวัฒนธรรม ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Model)

3.1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการและค่าใช้จ่ายโดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน

3.1.2 การออกแบบระบบโลจิสติกส์โดยใช้แนวคิดเชิงบูรณาการเป็นฐาน เพื่อให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพทั้ง 3 ด้าน คือ ต้นทุนโลจิสติกส์ (Logistics Cost) ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย (Reliability and Security) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าลูกค้า (Responsiveness)

3.1.3 การออกแบบคำนึงถึงความเหมาะสม 3 ด้าน คือ ด้านการลงทุน (Economic feasibility) ด้านการใช้เทคโนโลยี (Technological feasibility) และด้านการนำไปปฏิบัติงาน (Operational feasibility)

3.2 คำถามสำหรับการวิจัย (Research Questions)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการกำหนดปัญหานำไปสู่การตั้งคำถามและออกแบบขั้นตอนหรือกระบวนการในการหาคำตอบ สำหรับปัญหาที่กำหนดขึ้น โดยผู้ศึกษาได้กำหนดคำถามสำหรับการวิจัยขึ้นมาซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้

- 1) อะไรคือความคาดหวังของลูกค้าและ Supplier
- 2) อะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้า

โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์หาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบคำถามต่อไป

3.3 ขอบเขตการวิจัย (Scope of works)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้

3.3.1 ด้านประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์

3.3.1.1 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน บริษัทมีค่าใช้จ่าย หรือค่าบริการจัดการต้นทุนลดลงจากก่อนการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

3.3.1.2 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน บริษัทมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการจัดส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วหรือตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ดีขึ้นจากก่อนการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

3.3.1.3 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน บริษัทมีการตรวจสอบการเดินทางของสินค้าหรือการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับว่ามาจากแหล่งผลิตใด ความน่าเชื่อถือของสินค้า ความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า และการปลอมปนของสินค้าได้ดีขึ้นจากก่อนการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

3.3.2 ด้านการวิเคราะห์ความเหมาะสม

3.3.2.1 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน ด้านเศรษฐศาสตร์ องค์กรสามารถลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.3.2.2 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประยุกต์แต่ละกระบวนการของบริษัทมีความเหมาะสม

3.3.2.3 หลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงอย่างเหมาะสม

3.3.3 การกำหนดขอบเขตของประชากร กลุ่มเป้าหมาย

3.3.3.1 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยกำหนดขอบเขตและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการ ERP/Logistics ของบริษัทฯ ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่ม Supplier จำนวน 20 ราย
- 2) กลุ่มลูกค้า จำนวน 60 ราย

3.3.4 วิธีการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

3.3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าและ Supplier ตามหัวข้อเกี่ยวกับความเหมาะสมใน 3 ด้าน คือ ต้นทุนโลจิสติกส์ (Logistics Cost) ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย (Reliability and Security) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ได้แก่ ด้านยุทธศาสตร์ ด้านเทคนิค และด้านการปฏิบัติการ ของการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าในบริษัท วาดะ เอ็นจิเนียริง จำกัด โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

- 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยศึกษาจากเอกสาร ตำราทางวิชาการ บทความวารสาร ผลงานการวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านโลจิสติกส์

- 2) ศึกษาทบทวนระเบียบ วิธีการวิจัย และเทคนิคในการสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดเนื้อหาของคำถามให้ครอบคลุมในเรื่องที่ศึกษา โดยให้ผู้ตอบสามารถตอบคำถามตามความเป็นจริงตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้

- 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและตรวจสอบแก้ไขแล้วไปยังอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิจัย ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มีความชัดเจนและตรงตามเนื้อหา

4) ลักษณะของแบบสอบถาม

โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลสำรวจความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ

3.3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1) ประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์

เป็นการตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อประเมินว่าการดำเนินเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ผู้วิจัยได้ใช้ดัชนีชี้วัด 3 อย่าง ดังนี้

1.1) Cost Efficiency เป็นการศึกษาค่าใช้จ่าย หรือค่าบริหารจัดการต้นทุน ก่อนและหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

1.2) Responsiveness เป็นการศึกษาการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการจัดส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วหรือตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ก่อนและหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

1.3) Reliability & Security เป็นการศึกษาการเดินทางของสินค้าหรือการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับว่ามาจากแหล่งผลิตใด ความน่าเชื่อถือของสินค้า ความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า และการปลอมปนของสินค้า ก่อนและหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

2) การวิเคราะห์ความเหมาะสม

เป็นการวิเคราะห์การดำเนินงานว่ามีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด ผู้วิจัยอาศัยดัชนีชี้วัดความเหมาะสมใน 3 ด้าน ดังนี้

2.1) ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic feasibility) เป็นการศึกษาความสามารถขององค์กรในการลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

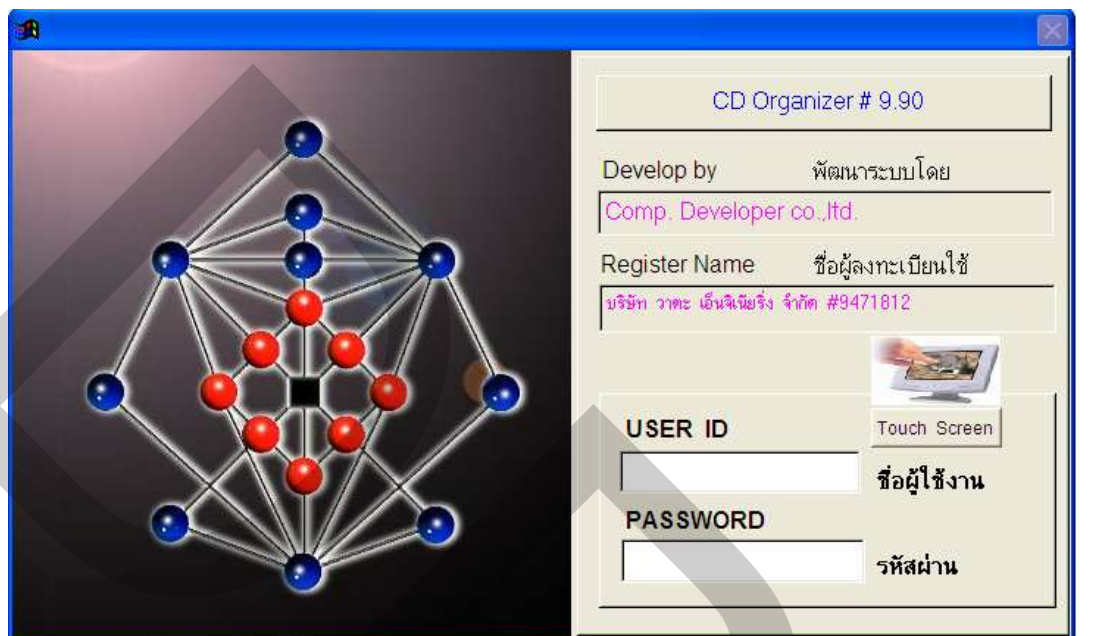
2.2) ด้านเทคโนโลยี (Technological feasibility) เป็นการศึกษาความเหมาะสมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประยุกต์แต่ละกระบวนการหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

2.3) ด้านการปฏิบัติ (Operation feasibility) เป็นการศึกษาความเหมาะสมการในการนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงหลังมีการพัฒนารูปแบบของระบบโลจิสติกส์แล้วนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้งาน

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามไปสอบถามกับผู้เกี่ยวข้องโดยตรง ประกอบด้วยลูกค้าและ Supplier ของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด โดยมีวิธีการและขั้นตอน ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยทำความเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม โดยบอกวัตถุประสงค์ในการตอบแบบสอบถาม ให้ความกระจ่างแบบสอบถาม อธิบาย ประโยชน์ของการวิจัยที่ได้รับ
- 2) ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทราบวิธีการสามารถหยุดหรือปฏิเสธการตอบคำถาม ได้ตลอดเวลา โดยแจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่า การปฏิเสธนี้จะไม่ผลใดๆต่อกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น
- 3) เมื่อได้แบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลดิบที่ได้จากแบบสอบถามไว้เป็นความลับและอยู่ในที่ที่ปลอดภัย

3.4 การนำระบบ ERP สำหรับธุรกิจขนาดย่อมมาใช้ในกรณีศึกษา



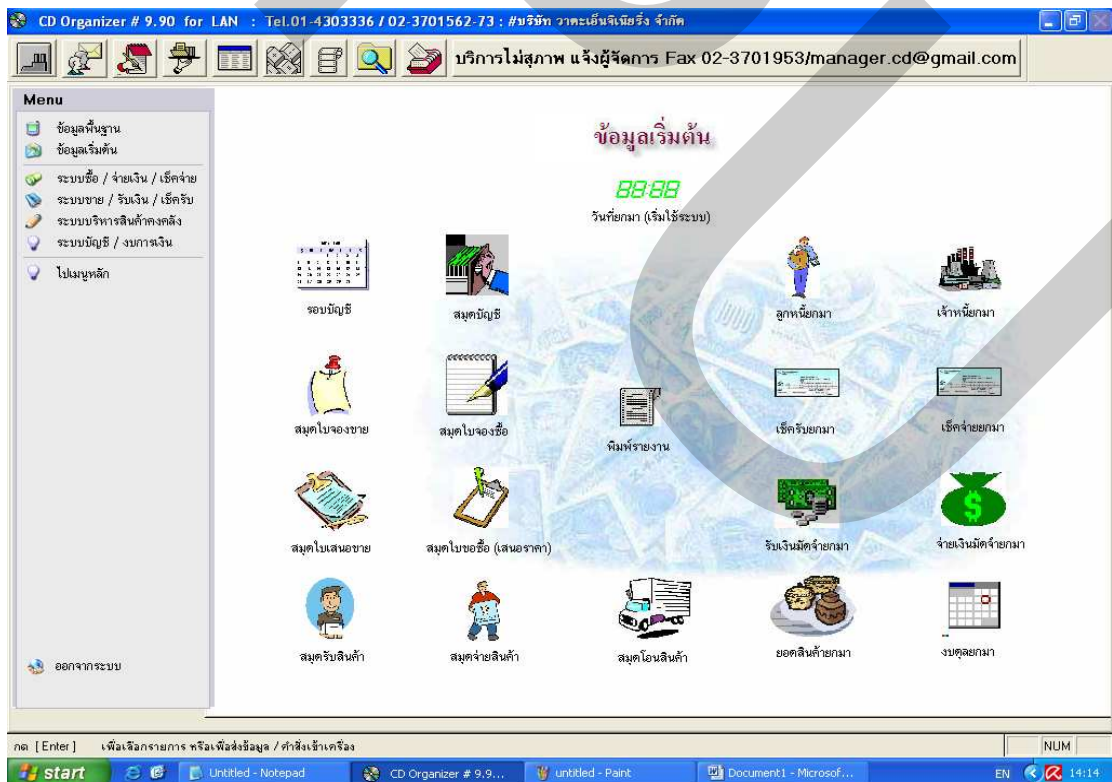
Press [Enter] to select item, [ESC] to Exit / กด [Enter] เพื่อเลือกข้อมูลที่ต้องการ, [Esc] = ๑๑๑

ชื่อช่อง	ชื่อบริษัท	Auto #
KAPHA	Kapha Quality Co.,Ltd.	3
ORG	Main Directory / ช่องบริษัท มาตรฐาน	
TEMP	Emergency Data / ช่องข้อมูลไว้ใช้ยามฉุกเฉิน	
TEST	Test Data / ช่องข้อมูลทดลอง	
TEST22	ลองเล่น	
VATA	บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด	
VATA09	บริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด	
VATA2008	บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด	1

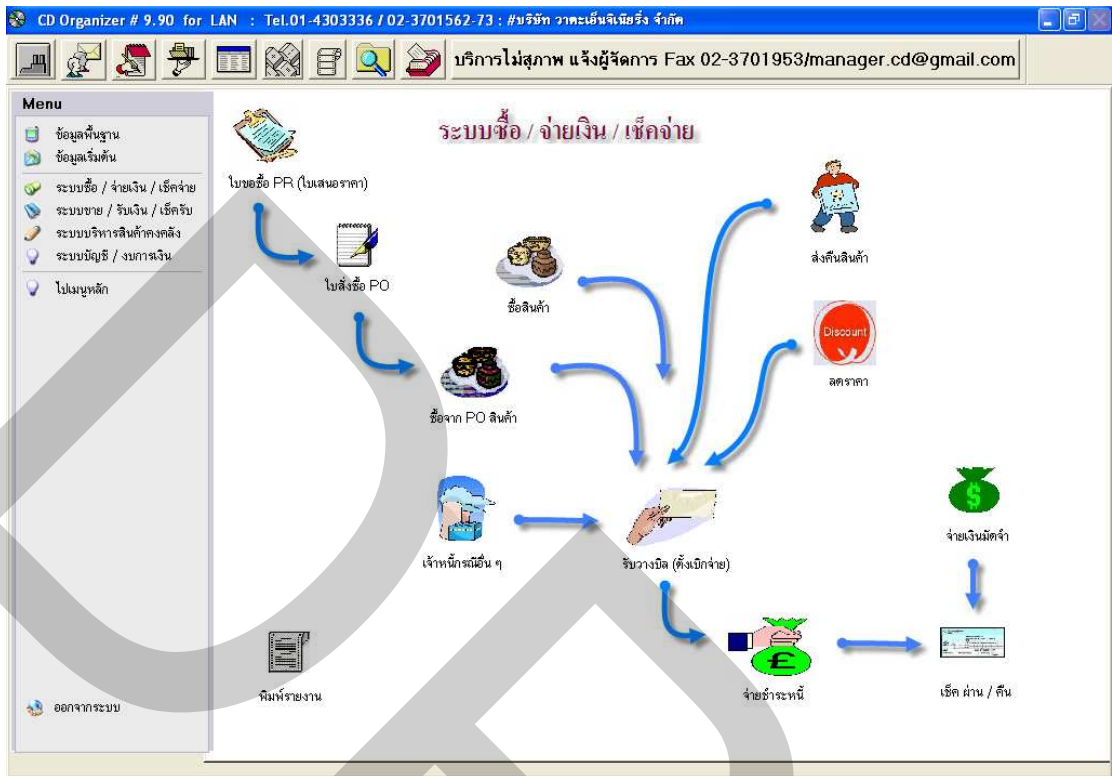
ภาพที่ 3.2 แสดงหน้าจอโปรแกรม C-D Organize # 9.90



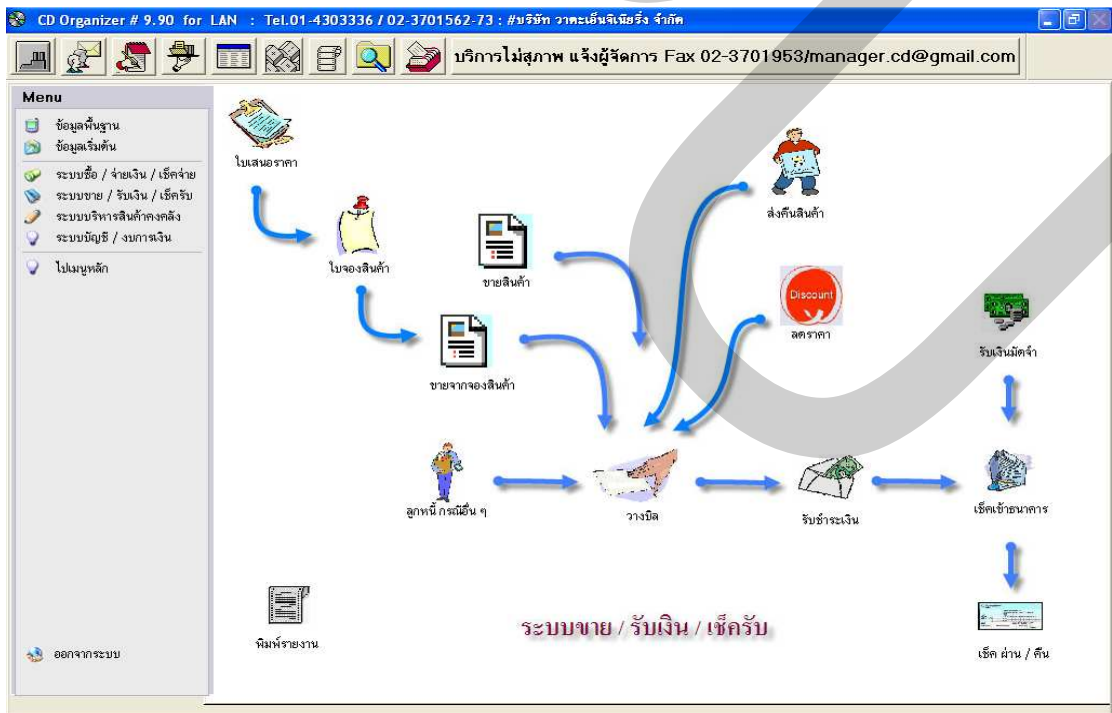
ภาพที่ 3.3 ข้อมูลพื้นฐาน



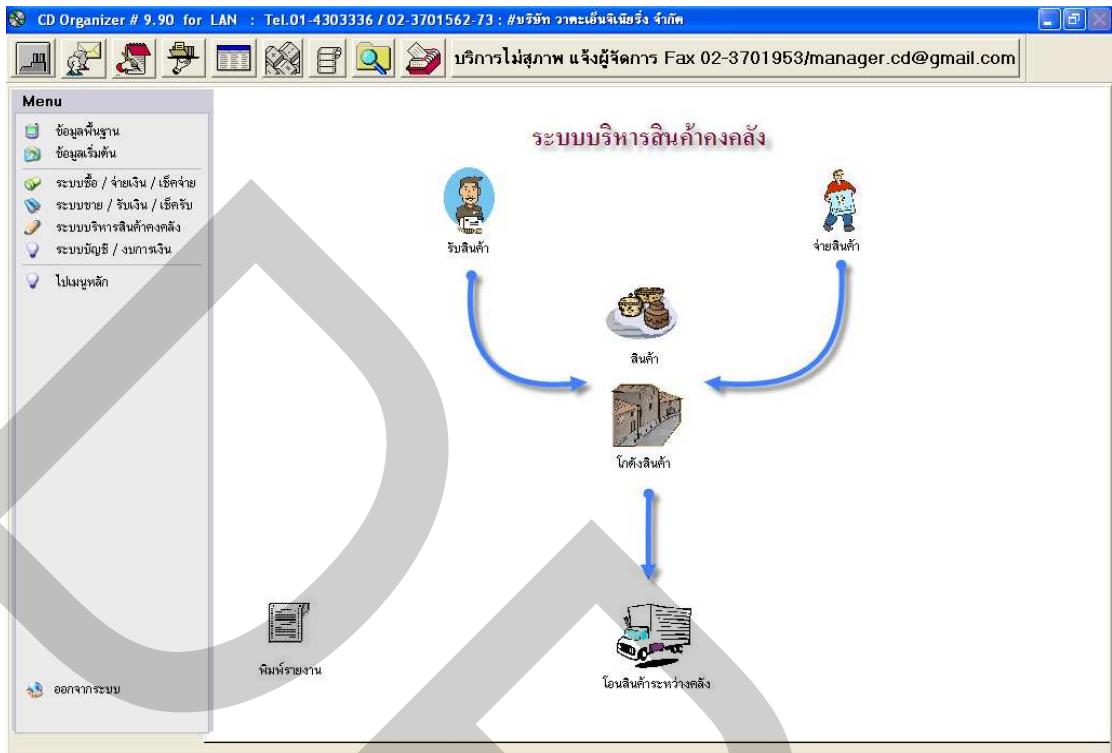
ภาพที่ 3.4 ข้อมูลเริ่มต้น



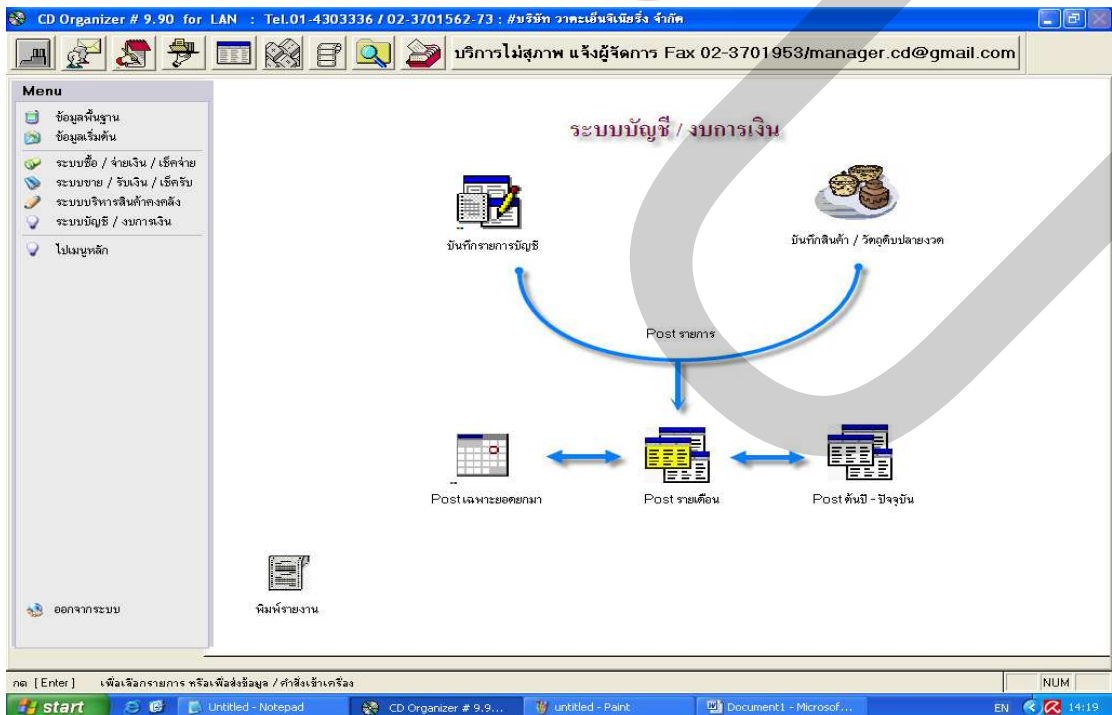
ภาพที่ 3.5 ระบบซื้อ/จ่ายเงิน/เช็คจ่าย



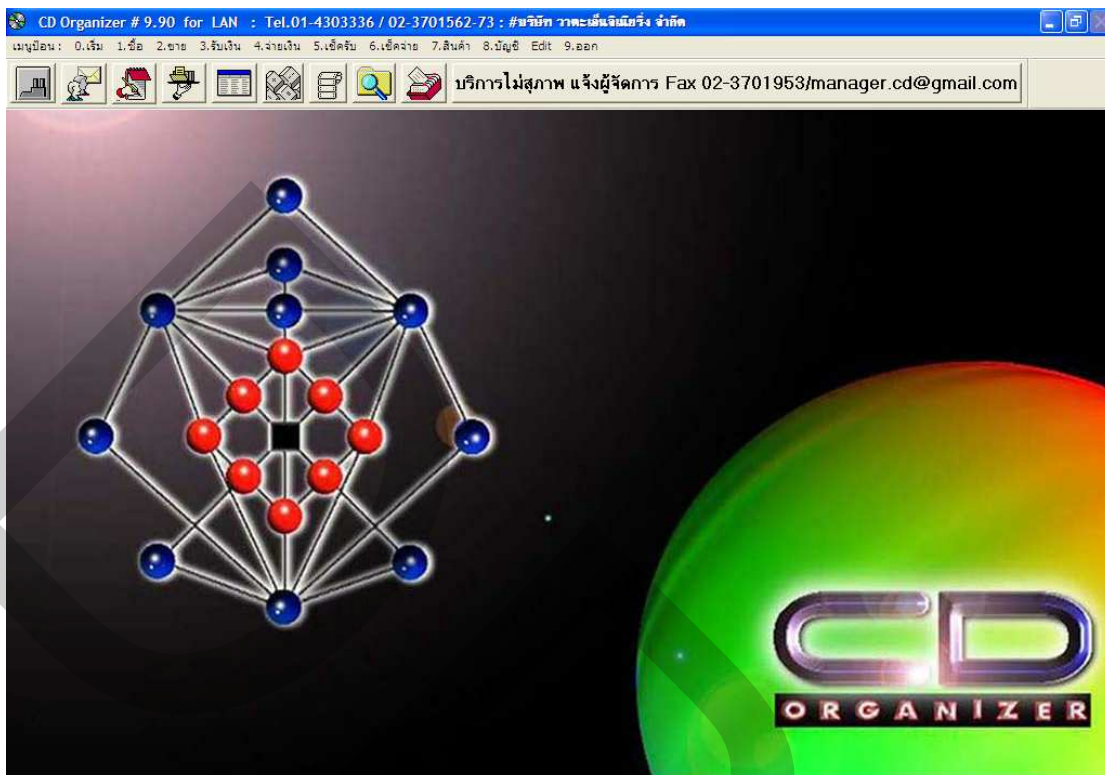
ภาพที่ 3.6 ระบบขาย/รับเงิน/เช็ครับ



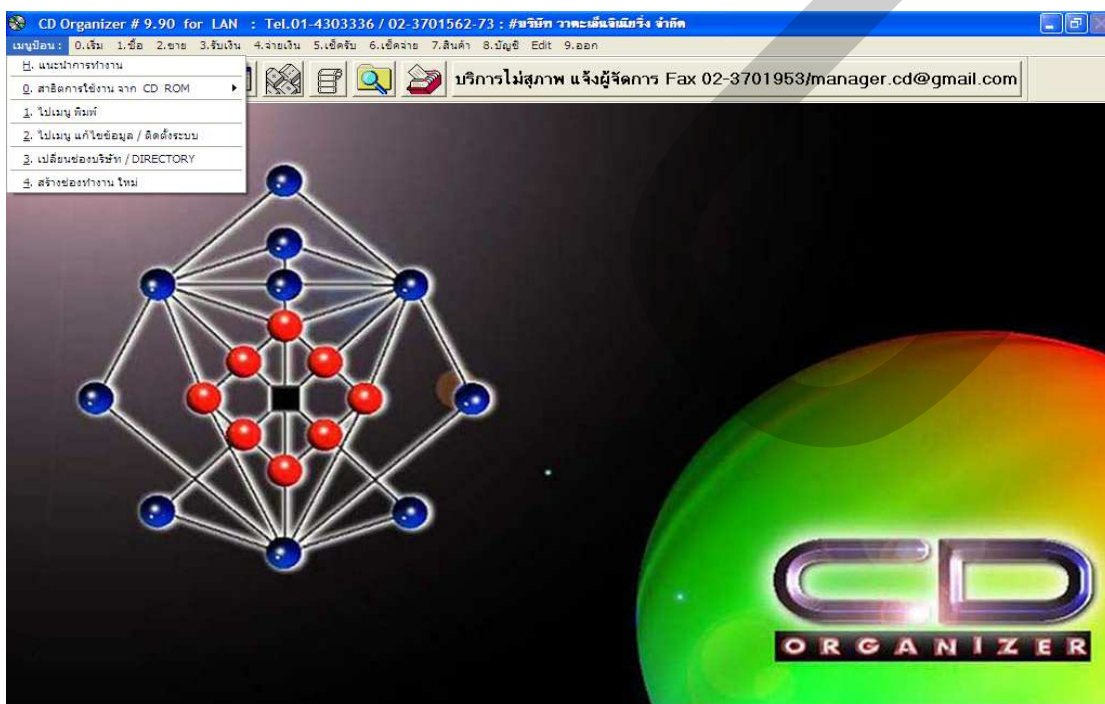
ภาพที่ 3.7 ระบบบริหารสินค้าคงคลัง



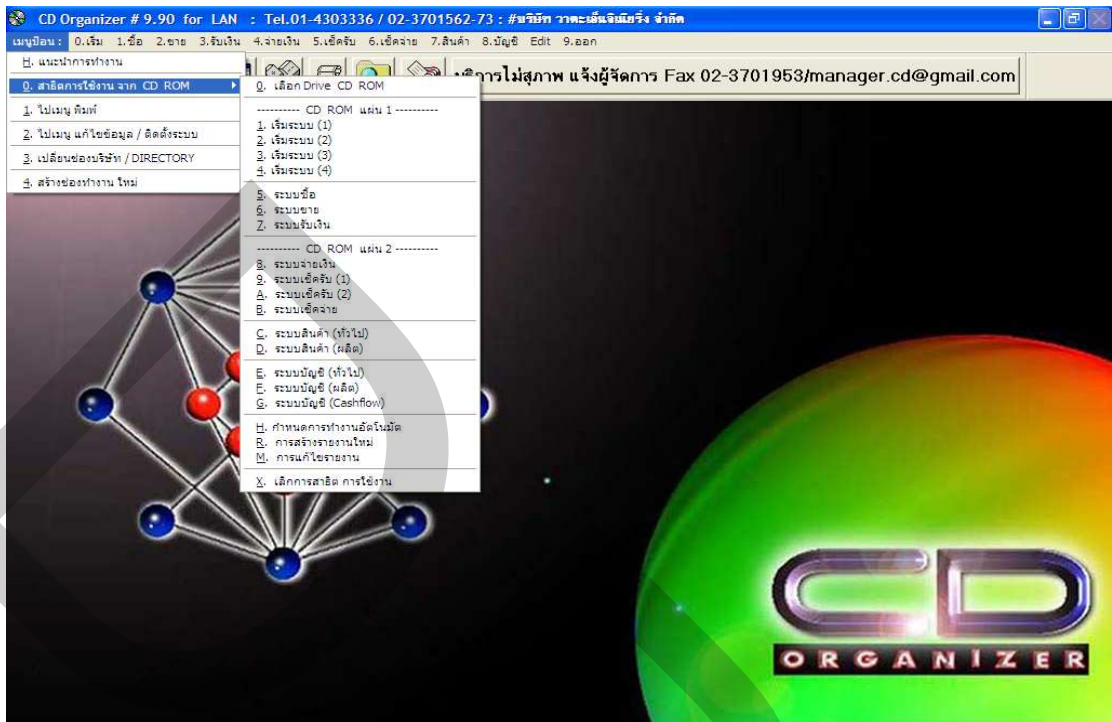
ภาพที่ 3.8 ระบบบัญชี/การเงิน



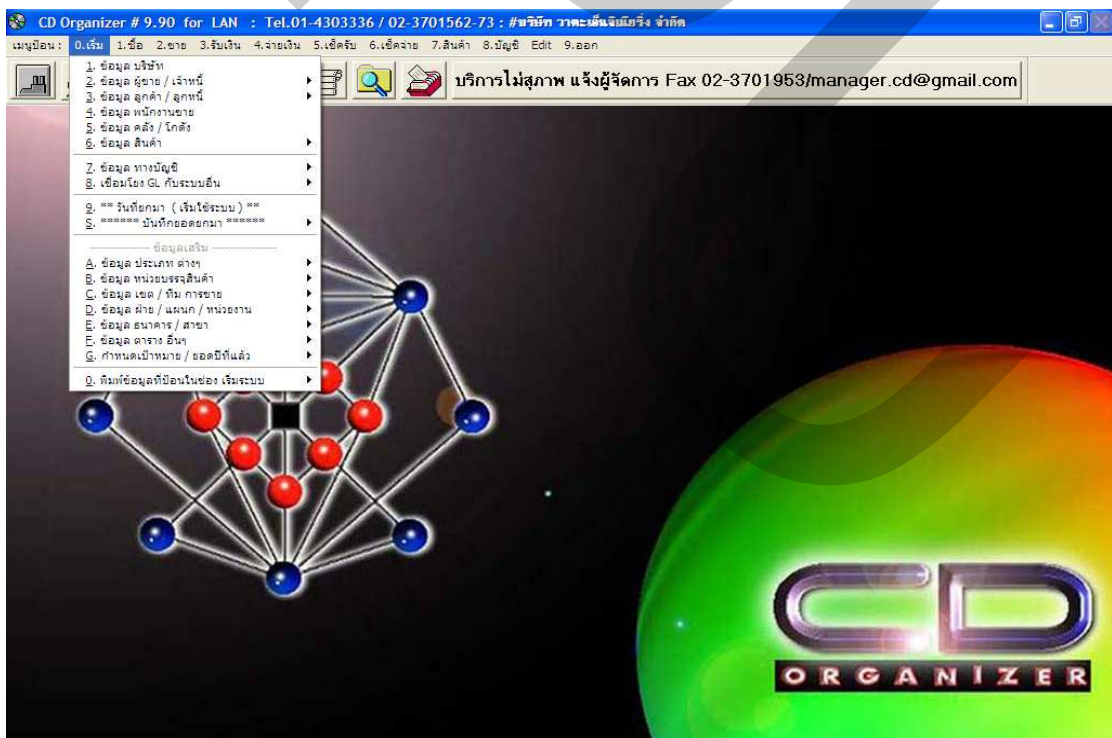
ภาพที่ 3.9 แสดงเมนูทั้งหมดของโปรแกรม



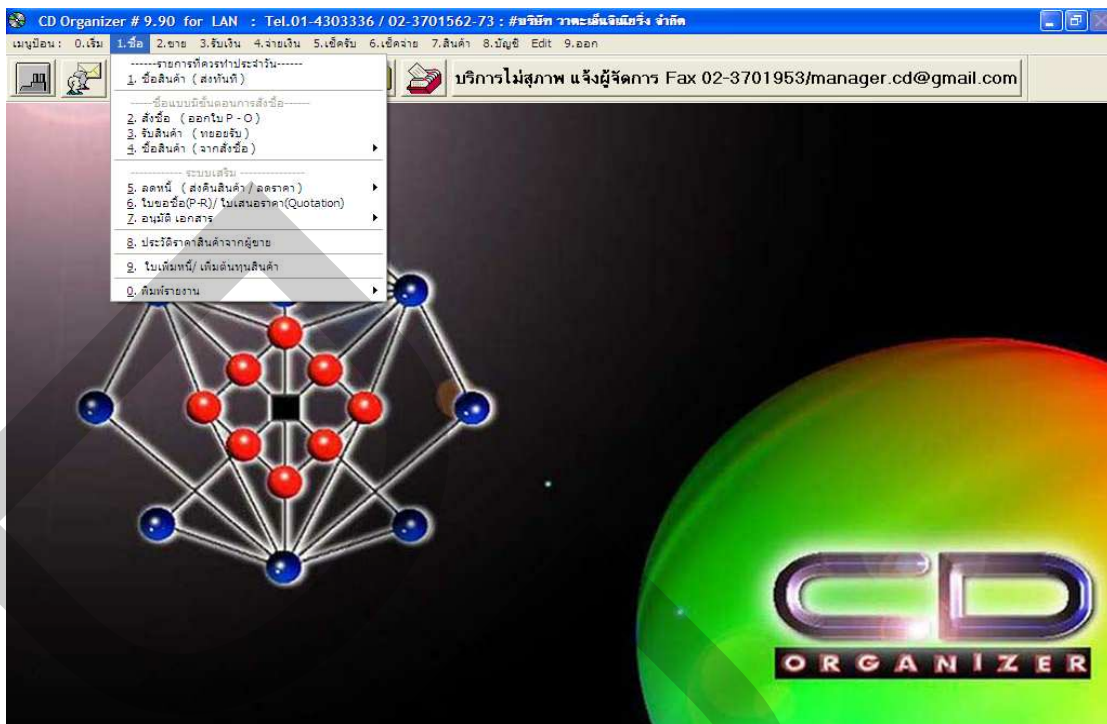
ภาพที่ 3.10 แสดงเมนู “ป้อน”



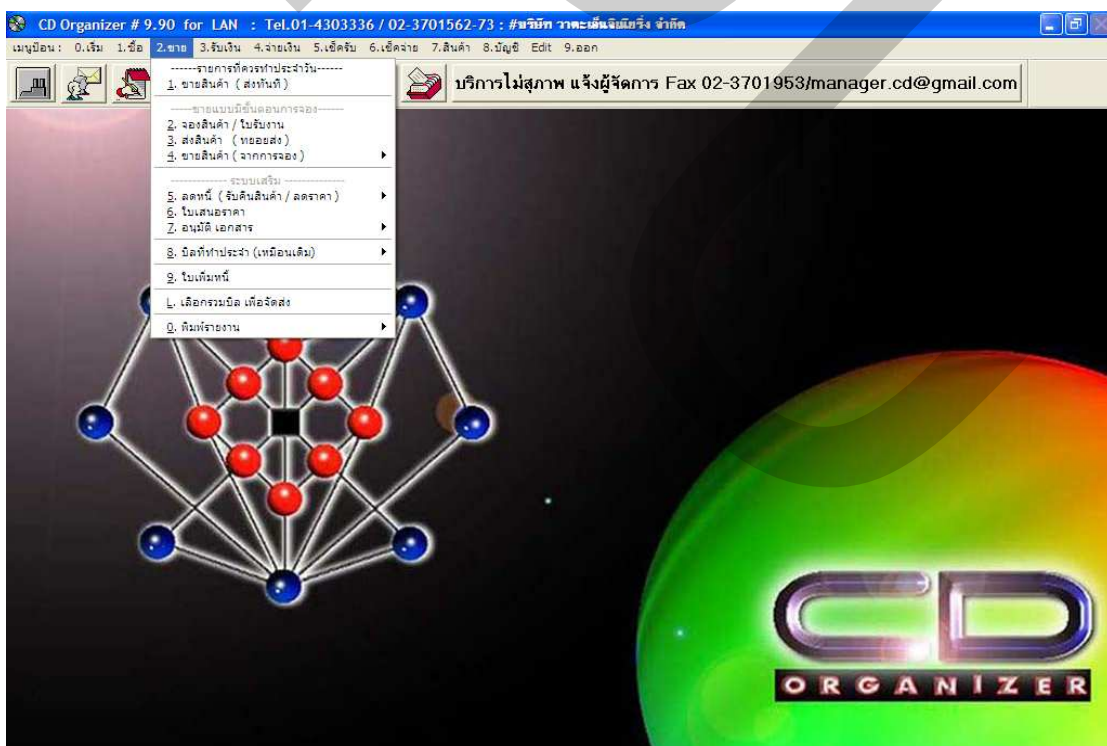
ภาพที่ 3.11 แสดงเมนูสาริตการใ้ใช้งานจาก CD ROM



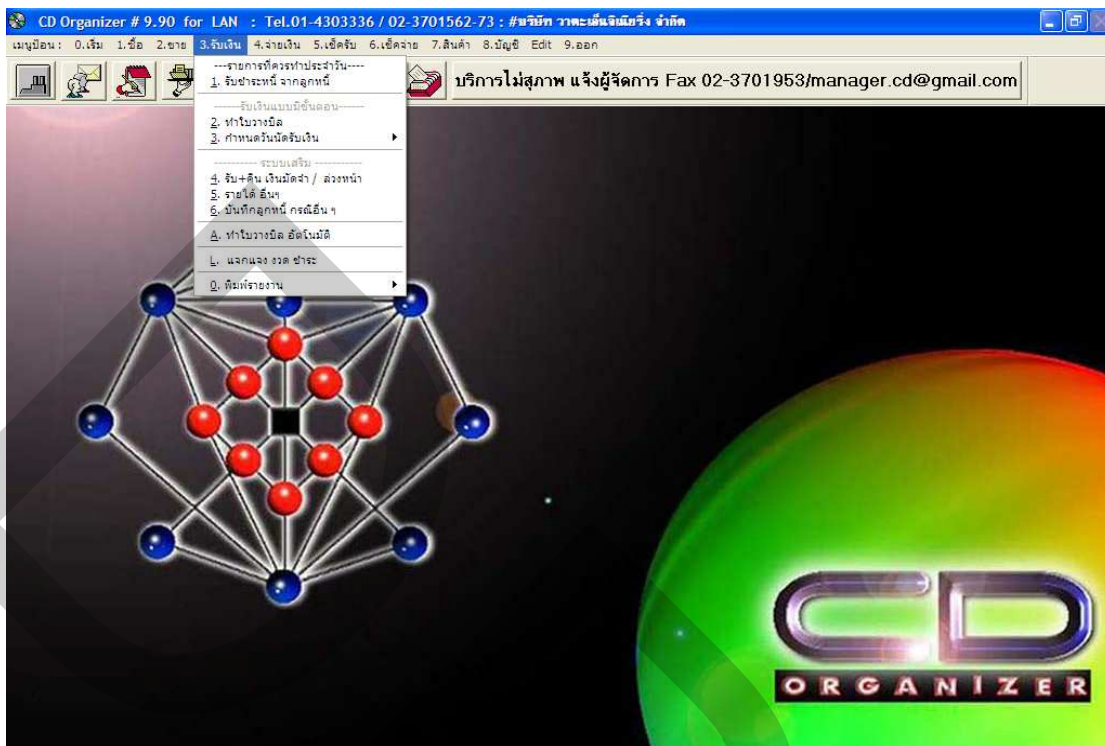
ภาพที่ 3.12 เมนู “เริ่ม”



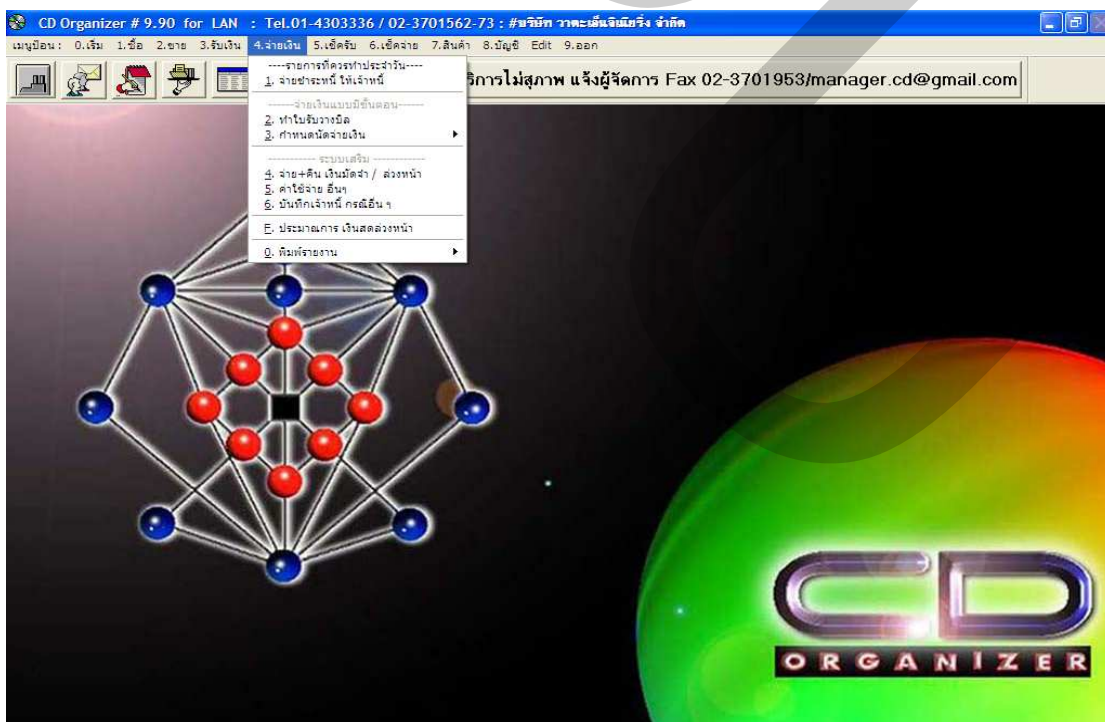
ภาพที่ 3.13 แสดงเมนู “ชื่อ”



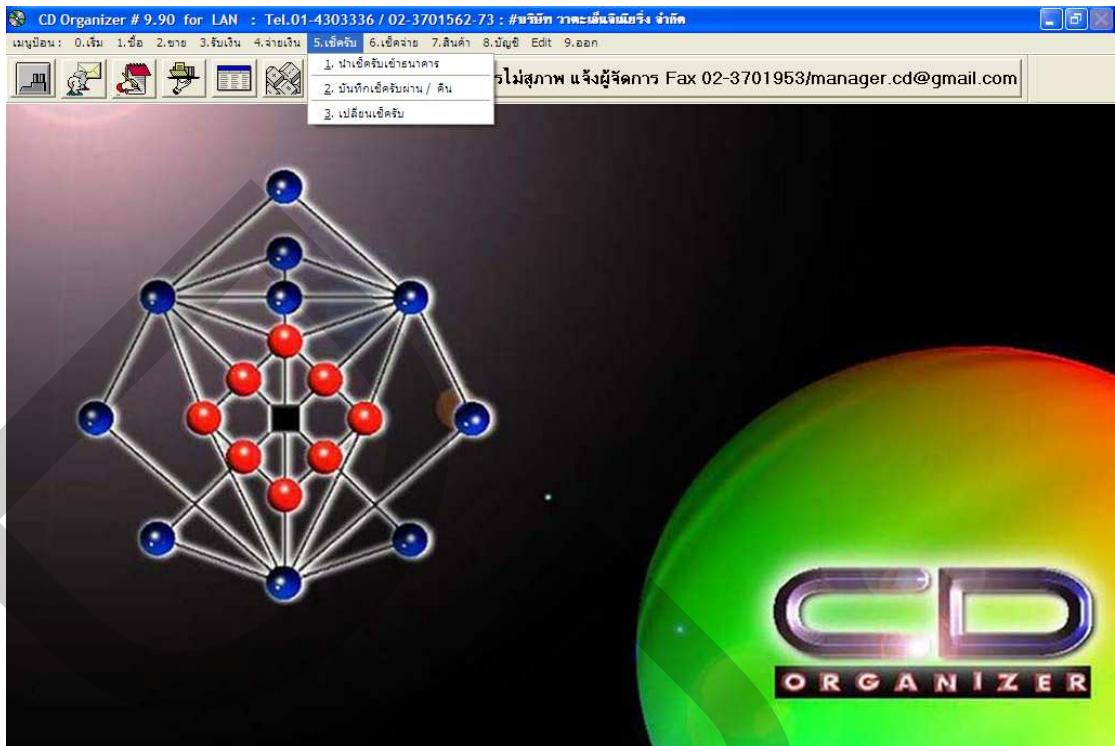
ภาพที่ 3.14 แสดงเมนู “ขาย”



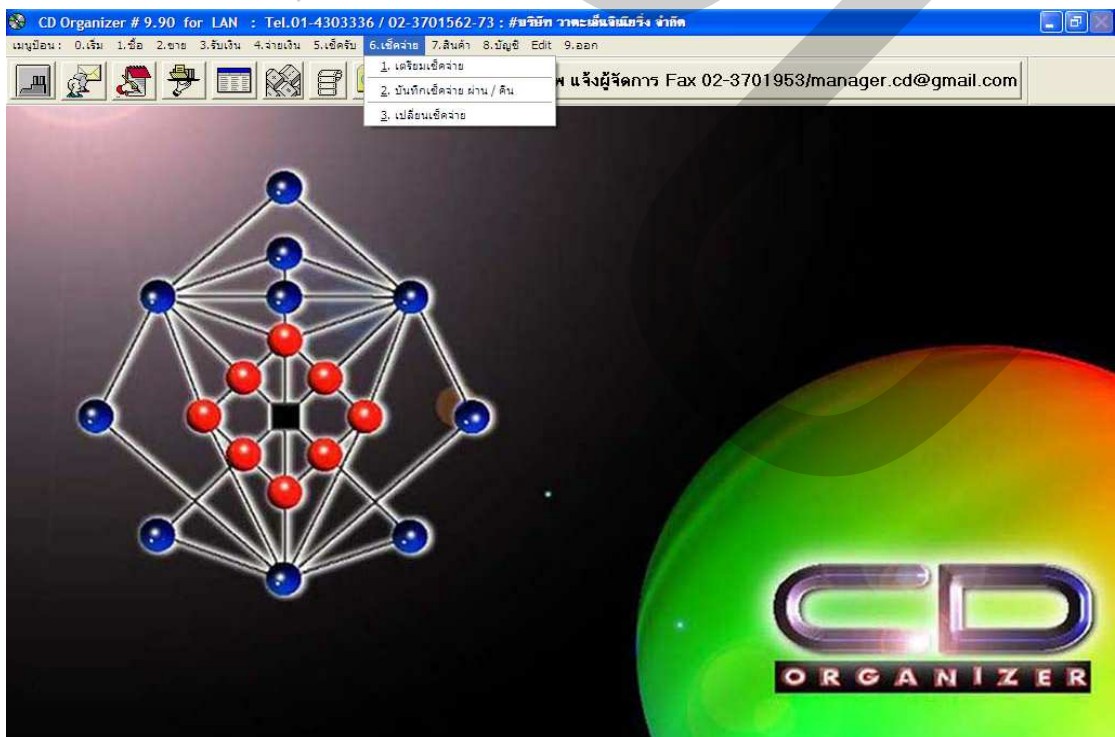
ภาพที่ 3.15 แสดงเมนู “รับเงิน”



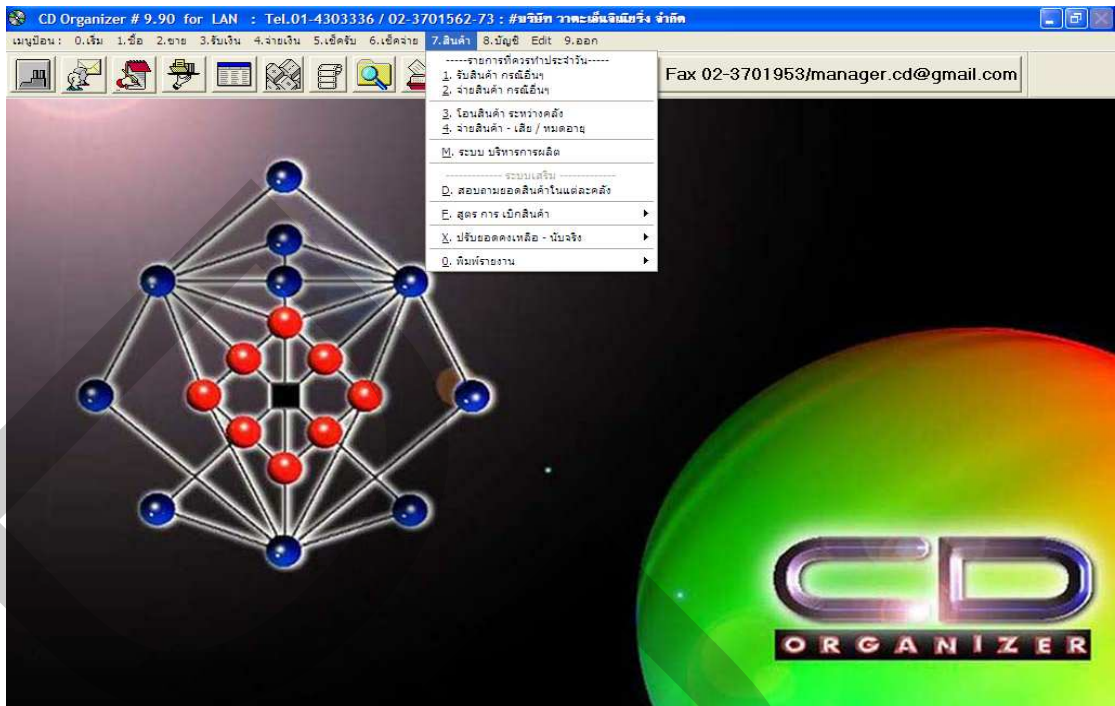
ภาพที่ 3.16 แสดงเมนู “จ่ายเงิน”



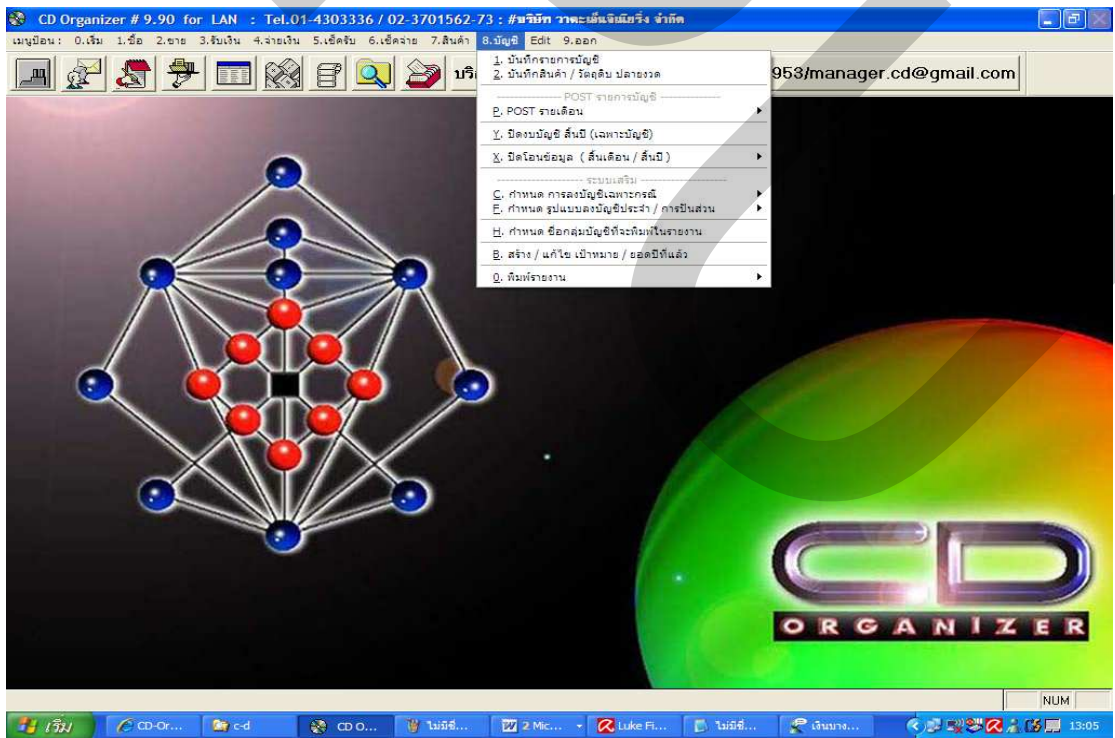
ภาพที่ 3.17 แสดงเมนู “เช็กรับ”



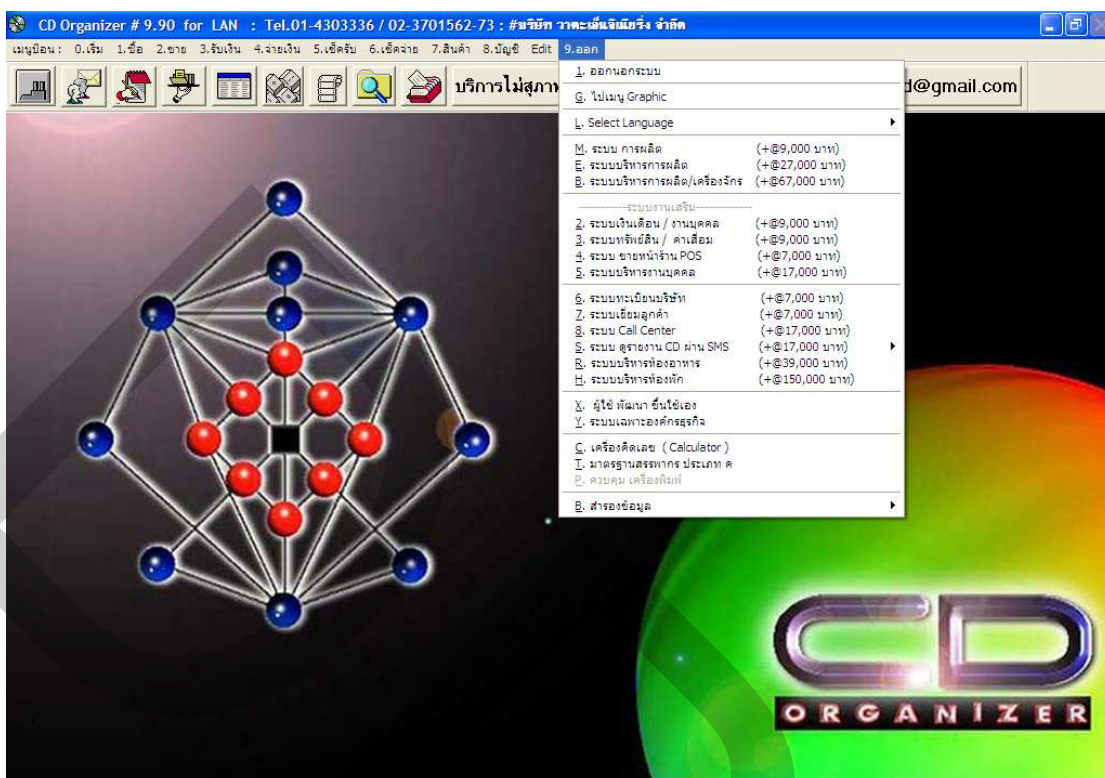
ภาพที่ 3.18 แสดงเมนู “เช็คจ่าย”



ภาพที่ 3.19 แสดงเมนู “สินค้า”



ภาพที่ 3.20 แสดงเมนู “บัญชี”



ภาพที่ 3.21 แสดงเมนู “ออก”

3.4.1 รายละเอียดการใช้ ERP

ใช้ง่าย แม้ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์มาก่อน เหมาะสำหรับกิจการหลายประเภท

- 1) ซื้อมา-ขายไป
- 2) ธุรกิจบริการ
- 3) ธุรกิจก่อสร้าง (คุมค่าใช้จ่ายหน่วยงาน)
- 4) ธุรกิจผลิต, ประกอบสินค้า
- 5) สำนักงานบัญชี
- 6) ธุรกิจคุมสินค้าละเอียดถึง SERIAL NO.
- 7) ธุรกิจที่มีหน่วยบรรจุสินค้าได้ถึง 3 ระดับ
- 8) เช่น หีบ/โหล/กล่อง
- 9) ขายเงินผ่อน
- 10) ควบคุมสินค้าได้ 2 หน่วยพร้อมๆกัน เช่น ก.ก./แผ่น, ม้วน/เมตร, ก.ก./ตัว, ตรม./แผ่น
- 11) ผู้ใช้แก้ไขหน้าจอทำงาน และรายงานเองได้
- 12) คุณสมบัติทั่วไปของโปรแกรม ERP

- 13) ถูกต้องตามหลักประกาศสรรพากร ฉบับ 63 และ ฉบับ 89
- 14) ง่ายต่อการใช้งานด้วยระบบการทำงานด้วยเมนู (Pull Down Menu)
- 15) สามารถเข้าถึงจุดที่ต้องการทำงานได้อย่างรวดเร็ว (Hot Key)
- 16) สามารถสอบถาม วิธีการใช้งานได้ในขณะทำงานใน แต่ละหน้าจออื่นๆ (Online Help)
- 17) เชื่อมโยงระบบงานไว้ด้วยกันถึง 18 ระบบ (Full Package)
- 18) การทำงานเป็นแบบปรับปรุงข้อมูลทันที ทันเหตุการณ์ (Online Interactive)
- 19) ทุกระบบจะส่งข้อมูลโยงถึงกัน ทำให้ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน
- 20) ป้อนบิลจะได้ใบ Invoice, บัญชีลูกหนี้, การ์ดลูกหนี้, สต็อกการ์ด, ภาษีขาย
- 21) แสดงรายงานได้ทั้งทางจอภาพและเครื่องพิมพ์ หรือส่งไประบบอื่นๆ ได้ทั้ง MS WORD, EXCEL
- 22) มีเมนูการทำงานทั้งภาษาไทย และอังกฤษ
- 23) สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (LAN)
- 24) กรณียังไม่มียระบบเครือข่าย Lan สามารถนำข้อมูลจากอีกเครื่องหนึ่ง มาปะรวม กับอีกเครื่องหนึ่งได้
- 25) ผู้ใช้แก้ไขจำนวนและทศนิยมของข้อมูลได้เอง เช่น จำนวนหลักของราคา, จำนวนเงิน, จำนวนสินค้า
- 26) แก้ไขรหัสสินค้า, ผังบัญชีได้ ในภายหลังแม้ป้อนข้อมูลไปแล้ว
- 27) มีการสำรองข้อมูล เพื่อป้องกันการเสียหายของข้อมูลอย่างสมบูรณ์ (Backup Data) พร้อมทั้ง มีระบบการเตือนการสำรองข้อมูล
- 28) มีการกำหนดสิทธิการใช้งานข้อมูล ของผู้ใช้งาน ตามระดับตำแหน่งหน้าที่และเป็นรายบุคคล
- 29) มีการกำหนดสิทธิแต่ละพนักงานในการดูรายงาน, ป้อนข้อมูล, แก้ไขข้อมูล
- 30) ผู้ใช้งานสามารถออกแบบสร้างแบบฟอร์มและรายงานเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง ไม่จำกัดจำนวน
- 31) มีรายงานช่วยงานด้านบัญชี และข้อมูลด้านบริหาร มากกว่า 400 รายงาน
- 32) สร้างช่องบริษัทใหม่ๆ ได้ไม่จำกัดจำนวนบริษัทและรวมข้อมูลเข้าด้วยกันได้ (Consolidate)
- 33) สอบถามข้อมูลได้ทั้งรหัส และคำทุกคำ, ทุกพยางค์ในทุกเนื้อหา
- 34) ป้อนรายการเสร็จ ระบบจะสามารถพิมพ์งบต่างๆ ได้ทันทีโดยไม่ต้องรอถึงสิ้นปี
- 35) แปลงสกุลเงินได้ไม่จำกัดจำนวนสกุลเงิน

36) มีเครื่องคิดเลขติดมากับโปรแกรม ไม่ต้องคอยกดเครื่องนอกโปรแกรม

37) บริษัทเป็นผู้พัฒนาโปรแกรมบัญชีเอง จึงมั่นใจได้ถึงความปลอดภัยในการแก้ไขโปรแกรม ในอนาคต (ในกรณีสรรพากรออกกฎบังคับใหม่ๆ ขึ้นมา) และพัฒนาโปรแกรมบัญชีได้ตรงงานที่สุด

3.4.3 ระบบขาย/จองสินค้า

1) ผู้ใช้สามารถกำหนดเปลี่ยนอัตรา Vat. เป็นมาตรฐาน และเปลี่ยนเองก่อนพิมพ์ได้ทันที

2) การคำนวณ Vat. ได้ทั้งรวม/แยกในบิลเดียวกันสินค้าอาจมีทั้ง Vat. /ไม่ Vat. รวม/Vat.แยก ปั่นกันได้

3) กำหนด Vat. ตามผู้จำหน่ายได้ในแต่ละราย

4) มีส่วนลดเป็นเปอร์เซ็นต์หรือจำนวนเงินได้ 5 ระดับ

5) มีการเตือน เมื่อมีการขายเกินวงเงิน, และเมื่อขายต่ำกว่าทุน

6) ขายสินค้าประเภทบริการได้ (ออก Vat เมื่อเก็บเงิน)

7) มีระบบการจองสินค้า และมีระบบอนุมัติการขาย

8) มีระบบจดจำราคาสินค้าของแต่ละลูกค้า

9) นำ Specification หรือ รายละเอียดของสินค้ามาพิมพ์ในบิลได้

10) กำหนดส่วนลดได้ถึงระดับแต่ละสินค้าได้ถึง 5 ระดับ

11) บันทึกส่วนลดได้ที่รายการสินค้า และส่วนลดรวมทั้งบิล

12) มีการทำใบเสนอราคาได้ (แล้วนำมาออกบิล ในภายหลังได้อย่างอัตโนมัติ)

13) มีการตัดสต็อกสินค้า 2 หน่วยพร้อมๆ กันได้ เช่น กก/แผ่น, ม้วน/เมตร

14) มีหมายเหตุ ใน INVOICE ไม่จำกัด

15) สามารถนำบิลเก่ามา COPY แก้ไขเป็นบิลใหม่ได้

16) สามารถเตรียมบิลข้อมูลไว้ก่อน แล้วนำมาทำบิลได้อีกหลายๆ ครั้ง

17) กำหนดสกุลเงินตามลูกค้า

3.4.4 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

1) สรุปยอดขายประจำวัน

2) ภาษีขาย และ Invoice ส่งสรรพากร

3) การ์ดลูกค้าและการ์ดพนักงานขาย

4) พิมพ์บิลขายได้ 2 หน่วยพร้อมๆ กัน เช่น กก/แผ่น ,ม้วน/เมตร, แผ่น/ชิ้น ฯลฯ

5) สรุปลูกค้า หรือ พนง.ขาย หรือสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหวและคิดค่าคอมมิชชั่น

- 6) พิมพ์ราคาสินค้าของแต่ละลูกค้า
- 7) สรุปยอดขายลูกค้า หรือพนักงานขาย หรือสินค้า
- 8) เปรียบเทียบแต่ละเดือน
- 9) เปรียบเทียบเป้าหมายและยอดปีที่แล้ว
- 10) สรุปยอดขายรายไตรมาส
- 11) ประมาณยอดขายล่วงหน้า (Forecast)
- 12) สรุปยอดขายวิเคราะห์แยกตามแผนก
- 13) พิมพ์ที่อยู่ลูกค้า เลือกตามวันเกิด/วันสำคัญอื่นๆ ได้
- 14) ประมาณต้นทุน
- 15) สรุปลูกค้า หรือ พนง.ขาย ขายแต่ละสินค้าได้เท่าใด
- 16) สรุปสินค้า ถูกขายโดยลูกค้า หรือพนง.ขาย ใดบ้าง
- 17) สรุปกำไร/ขาดทุน เบื้องต้น (รายบิล, รายสินค้า, รายลูกค้า, รายพนง.ขาย)
- 18) สรุปยอดขายของลูกค้าหักส่วนลดต่างๆ ประเภท
- 19) สรุปลูกค้า หรือพนง. ขาย คืบสินค้าไว้เท่าใด
- 20) สรุปสินค้า ถูกคืน โดยลูกค้า หรือ พนง. ขาย ใดบ้าง
- 21) พิมพ์ซองจดหมายของลูกค้าที่ขายในแต่ละวันลงสต็อกเกอร์ สรุปยอดขายตามลูกค้า

เพื่อนำไปทำส่วนลด / คอมมิชชั่น

3.4.5 ระบบการซื้อ/จอง/จัดส่งสินค้า

- 1) ผู้ใช้สามารถกำหนดเปลี่ยนอัตรา Vat. ได้เอง
- 2) การคำนวณ Vat. ได้ทั้งรวม/แยก
- 3) มีส่วนลดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ 5 ระดับ
- 4) มีการเตือน เมื่อมีการซื้อเกินวงเงิน
- 5) ซื้อสินค้าประเภทบริการ ได้ (รับ Vat เมื่อจ่ายเงิน)
- 6) มีระบบการออกไป P/O ไปถึงผู้ขาย
- 7) สามารถป้อนค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมของสินค้า เข้าร่วมเป็นทุนของสินค้านั้นๆ

3.4.6 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) สรุปยอดซื้อประจำวัน ภาษีซื้อ ส่งสรรพากร
- 2) การ์ดผู้ขาย/เจ้าหน้าที่ และรายการอายุหนี้ที่ถึงกำหนดชำระ
- 3) สรุปผู้ขาย หรือสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหว
- 4) สรุปยอดซื้อจากผู้ขาย หรือสินค้า

- 5) เปรียบเทียบแต่ละเดือน
- 6) เปรียบเทียบเป้าหมาย และยอดปีที่แล้ว
- 7) สรุปยอดซื้อวิเคราะห์แยกตามแผนก (คุมค่าใช้จ่าย)
- 8) สรุปผู้ขายแต่ละสินค้าได้เท่าใด
- 9) สรุปสินค้า ถูกซื้อจากผู้ขายใดบ้าง
- 10) ประวัติการซื้อสินค้าเพื่อนำมาพิจารณาจัดซื้อที่ถูกที่สุด
- 11) สรุปยอดซื้อจากผู้ขายหักส่วนลด
- 12) สรุปยอดผู้ขาย ถูกคืนแต่ละสินค้าว่าเท่าใด
- 13) สรุปสินค้า ถูกคืนให้ผู้ขายใดบ้าง
- 14) พิมพ์ซองจดหมายของผู้ขายที่ซื้อในแต่ละวันลงในสต็อกเกอร์
- 15) สรุปยอดซื้อเข้าแต่ละหน่วยงาน เพื่อเทียบกับ Budget

3.4.7 ระบบลูกหนี้รายอื่น

- 1) สามารถรับชำระ บางส่วน (ไม่เต็มบิลได้)
- 2) รับชำระ ได้ทั้งเงินสดและเช็คพร้อมกันได้
- 3) บันทึกลูกหนี้กรณีอื่นๆ ได้ (ที่ไม่ใช่จากระบบขาย)
- 4) คุมใบวางบิลได้
- 5) รับเงินล่วงหน้า และเงินมัดจำได้
- 6) คุมลูกหนี้เงินผ่อนได้

3.4.8 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) การ์ดลูกหนี้
- 2) วันนัดรับเช็ค
- 3) รายงาน, สรุปลูกหนี้คงเหลือ (Aging)
- 4) สรุปยอดหนี้คงเหลือของแต่ละพนักงานขาย
- 5) สรุปการรับเงินสด/เช็คในแต่ละวัน
- 6) ใบแจ้งหนี้/ใบวางบิล
- 7) สรุปคอมมิชชั่นของแต่ละพนักงานขาย (จากยอดเก็บเงิน)
- 8) สรุปยอดส่วนลดประเภทต่างๆ
- 9) พิมพ์ซองจดหมายของผู้ขายเลือกตามวันเกิด / วันสำคัญ

3.4.9 ระบบเจ้าหนี้/ค่าใช้จ่าย

- 1) สามารถชำระ บางส่วน (ไม่เต็มบิล) ได้ ชำระได้ทั้งเงินสดและเช็คพร้อมๆ กันได้
- 2) บันทึกเจ้าหนี้กรณีอื่นๆ ได้ (ที่ไม่ใช่จากระบบการซื้อ)
- 3) มีระบบจ่ายเงินล่วงหน้า/มัดจำ
- 4) ทำใบหักภาษี ณที่จ่ายได้
- 5) มีระบบทำใบตั้งเบิก ขออนุมัติจ่ายเงินให้เจ้าหนี้
- 6) สามารถสรุปข้อมูลส่งธนาคาร ให้ทำจ่ายเงินกับเจ้าหนี้แทนบริษัทได้

3.4.10 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) การ์ดเจ้าหนี้
- 2) วันนัดจ่ายเช็ค
- 3) รายงานสรุปเจ้าหนี้คงเหลือ (Aging)
- 4) สรุปการจ่ายเงินสด/เช็คในแต่ละวัน
- 5) พิมพ์ใบวางบิล

3.4.11 ระบบควบคุมสินค้าคงคลัง

- 1) กำหนดต้นทุนได้ทั้งแบบ LIFO/FIFO/Average หรือตามล็อต/Serial สินค้า
- 2) ทำการประกอบสินค้าจากวัตถุดิบได้แล้วทำการคำนวณต้นทุนจากวัตถุดิบที่ใช้ไป (ผลิตสินค้า)
- 3) เก็บสถานะสินค้าทั้ง ปกติ หรือหมดอายุ หรือเสีย
- 4) คลังสินค้ามีได้หลาย 1,000 คลัง
- 5) หน่วยนับกำหนดละเอียดถึง หน่วยซื้อหรือขาย
- 6) มีการเทียบสต็อกนับจริงกับจำนวนทางบัญชี
- 7) คุม Serial Number ได้
- 8) คุมหน่วยบรรจุสินค้าได้ถึง 3 ระดับ เช่น หีบ/โหล/กล่อง
- 9) เก็บสต็อกคงเหลือได้ 2 หน่วยพร้อมๆ กันเช่น กก/แผ่น, ม้วน/เมตร
- 10) โอนสินค้าระหว่างคลังได้

3.4.12 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) การ์ดสินค้า
- 2) เตือนรายการสินค้าที่มีน้อย หรือมากเกินไป
- 3) สรุปยอดค้างส่ง ตามลูกค้า หรือสินค้า
- 4) เตือนสินค้าที่ใกล้จะหมดอายุ

- 5) สรุปยอดจำนวนสินค้าคงเหลือ
- 6) มูลค่าสินค้าคงเหลือ
- 7) สรุปยอดค้างรับ ตามผู้ขาย หรือตามสินค้า
- 8) พิมพ์สินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหว (Dead Stock)
- 9) เก็บสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้
- 10) พิมพ์ Label สินค้า ได้
- 11) พิมพ์สินค้าคงเหลือแบ่งตามสถานที่เก็บ/สายผลิตภัณฑ์ได้
- 12) พิมพ์สินค้าคงเหลือแจกแจงได้ถึงระดับ Serial
- 13) แยก 2 หน่วย ได้พร้อมๆ กัน เช่น กก, แผ่น, ม้วน

3.4.13 ระบบการบริหารการเงินเช็ค

- 1) พิมพ์ Cash-Flow ได้ (ประมาณการเงินสดล่วงหน้า)
- 2) พิมพ์เช็คลงฟอร์มได้
- 3) ระบุรายละเอียดธนาคารได้ถึงระดับสาขา
- 4) รับ/จ่ายเช็คกรณีอื่นๆ ได้ (ที่ไม่ใช่จากระบบซื้อ-ขาย)
- 5) ระบบช่วยคิดดอกเบี้ย

3.4.14 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) สรุปยอดเช็ครับ-จ่าย คงเหลือ สรุปตาม
 - วันที่ในเช็ค
 - วันที่รับ-จ่าย เช็ค
- 2) ธนาคาร
- 3) สรุปตามลูกหนี้/เจ้าหนี้
- 4) สรุปประวัติเช็ครับ-จ่าย
- 5) คืบ
- 6) ผ่าน

3.4.15 ระบบบัญชีแยกประเภท

- 1) สนับสนุนการทำสำนักงานบัญชี คือ ไม่จำกัดจำนวนบริษัทฯ ไม่จำกัดการติดตั้ง
- 2) กำหนดรหัสบัญชีได้ยาวถึง 15 หลัก มีผังบัญชีให้สำเร็จรูป
- 3) สามารถเปลี่ยนรหัสบัญชี และกำหนดผังบัญชีได้ด้วยตนเอง
- 4) สามารถลงรายการบัญชีได้ไม่จำกัดบริษัท ฝ่าย แผนก และหน่วยงาน(ABC)
- 5) เมื่อป้อนรายการเสร็จ สามารถพิมพ์ งบต่างๆ ได้ทันที (แม้ยังไม่ Post)

6) มีการป้องกันการป้อนที่ DR, CR ไม่สมดุล
 7) คุมรายได้, ค่าใช้จ่ายแต่ละโครงการ แผนก ฝ่ายได้ ทำให้สามารถทำ Profit Center ได้ถูกต้อง

- 8) แม้ใช้ระบบ GL คีย์รายการเพียงหน้าเดียว ก็สามารถออกรายงานภาษีซื้อ-ขายได้
- 9) สามารถอธิบายรายการใน เงินสดย่อยได้อย่างละเอียด

3.4.16 รายการที่น่าสนใจระบบนี้

- 1) สมุดรายวัน แยกเล่มรายวัน และรวมทุกเล่ม
- 2) พิมพ์ใบสำคัญจ่าย ใบปะหน้า และ Voucher ประเภทต่างๆ ได้ทุกประเภท
- 3) รายงานบัญชีแยกประเภทได้ทุกแบบ ไม่จำกัดเพียงแค่สามช่องหรือแบบตัวที่
- 4) รายงานตรวจสอบตัวเลข
- 5) พิมพ์งบทดลอง ,งบกำไร-ขาดทุน ,งบดุล ,งบกำไรสะสม
- 6) พิมพ์งบวิเคราะห์อื่นๆ ได้ไม่จำกัดรูปแบบ (Customize ให้ตามที่ลูกค้าต้องการ)
- 7) งบเปรียบเทียบเป้าหมาย/ปีที่แล้ว ปีนี้ และประมาณการณ์
- 8) พิมพ์รายงานได้ทั้งอังกฤษ/ไทย และภาษาอื่นๆ (กรณีมี Windows ภาษาอื่นด้วย)

3.4.17 ระบบบัญชีเงินเดือน

- 1) กำหนดอัตราต่างๆ ในการคำนวณภาษีได้เอง
- 2) คัดภาษีได้ทั้งพนักงานรายเดือนและรายวัน
- 3) กำหนดการทำงานได้ถึง 1000 บริษัท
- 4) พิมพ์รายงานส่งธนาคารลง Diskette ได้
- 5) พิมพ์ใบ Pay Slip
- 6) มีรายงานช่วยคำนวณประเภทชนบัตรที่ต้องใช้ในการจ่ายเงินเดือน

3.4.18 รายงานที่น่าสนใจที่มี

- 1) รายงานส่งฝากเงินธนาคาร
- 2) ภ.ง.ด. 1 และ ภ.ง.ด. 1ก. ส่งสรรพากร
- 3) สรุปทำงานล่วงเวลา
- 4) หนังสือรับรองการหักภาษี
- 5) รายละเอียด-สรุปการคิดเงินเดือน
- 6) ใบกำกับเงินเดือน (Pay Slip)
- 7) ส.ป.ส 1-10 ส่งประกันสังคม
- 8) สรุปลูกหนี้พนักงานคงเหลือ

- 9) ประวัติการจ่ายเงินเดือน
- 10) สรุปรายงานแยกตามกลุ่มพนักงาน

3.4.19 ระบบทรัพย์สินค่าเสื่อม

- 1) กำหนดค่าเสื่อมที่หักสูงสุดได้
- 2) สามารถจำหน่ายทรัพย์สิน ออกจากบัญชีได้
- 3) สามารถกำหนดค่าเสื่อมราคาขายมาได้

3.4.20 รายงานที่น่าสนใจในระบบนี้

- 1) รายละเอียดการคิดค่าเสื่อมรายทรัพย์สินทุกปี จนหมดมูลค่า
- 2) สรุปลค่าเสื่อมรายเดือน/รายปีพร้อมค่าเสื่อมสะสม และมูลค่าคงเหลือ
- 3) สรุปรายชื่อทรัพย์สินในแต่ละเดือน แต่ละปี
- 4) สรุปรายชื่อทรัพย์สิน-ขาดทุนจากการขายทรัพย์สิน
- 5) สรุปรายทรัพย์สิน แยกตามแผนก/สถานที่เก็บได้
- 6) สรุปรายประวัติการโอนย้ายทรัพย์สิน แยกตามแผนก/สถานที่เก็บได้

3.4.21 ระบบเสริมอื่นๆ

- 1) ระบบจัดการที่อยู่
- 2) ระบบบันทึกการนัดหมาย
- 3) ปฏิทิน 100 ปี
- 4) ระบบผลิต
- 5) ระบบบริหารคลินิก
- 6) ระบบขายหน้าร้าน
- 7) ระบบเฉพาะประเภทธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย

3.4.22 ขั้นตอนการทำงาน

- 1) ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มกำไรให้กิจการ
- 2) ลดการทำงานซ้ำซ้อน
- 3) ด้วยระบบบัญชี CD Organizer จะช่วยให้การทำงานลดความซ้ำซ้อน ไปได้เป็น

อย่างมาก ตัวอย่างเช่น

4) เมื่อป้อน บิลขาย ด้วยระบบ CD Organizer แทนการพิมพ์ติดด้วยมือผลที่จะได้ตามมาโดยอัตโนมัติ คือ

- 5) ได้ใบบิล/ใบส่งของ ที่สะอาด ปราศจากการ ลบ/ขีด/แก้ไข
- 6) ได้รายงานภาษีขาย ส่งสรรพากร

- 7) ได้การ์ดลูกหนี้ / ระบบติดตามหนี้
- 8) ได้การ์ดสต็อกสินค้า
- 9) พิมพ์ใบวางบิล ได้โดยอัตโนมัติ
- 10) รายงานสรุปยอดขายเพื่อไป ช่วยคิด คอมมิชชั่น
- 11) เช่นเดียวกัน เมื่อป้อน ชื่อสินค้า ผลที่จะได้ตามมาโดยอัตโนมัติ คือ
- 12) ได้ รายงานภาษีซื้อ ส่งสรรพากร
- 13) ได้การ์ดเจ้าหนี้
- 14) ได้การ์ดสต็อกสินค้า
- 15) พิมพ์ใบรับบิล ได้โดยอัตโนมัติ
- 16) และเมื่อถึงกำหนดชำระ ลูกหนี้ มาชำระเงิน ผลที่จะได้ตามมาโดยอัตโนมัติ คือ
- 17) ได้การ์ดลูกหนี้ โดยสมบูรณ์
- 18) รายงานสรุปยอดเก็บเงินเพื่อไป ช่วยคิด คอมมิชชั่น
และเมื่อถึงกำหนดชำระ ชำระเงินให้เจ้าหนี้ ผลที่จะได้ตามมาโดยอัตโนมัติ คือ
- 19) ได้การ์ดเจ้าหนี้ โดยสมบูรณ์
- 20) จากการป้อนรายการดังกล่าว ระบบ CD Organizer จะทำการลงบัญชี DR, CR ให้
อัตโนมัติ
- 21) ลงสมุดบัญชีรายวัน
- 22) ลงบัญชีแยกประเภท
- 23) ท่างบกำไร-ขาดทุน
- 24) ท่างบดุล, งบทดลอง ให้โดยอัตโนมัติ

3.4.23 ฝ่ายบัญชี

จากที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ระบบได้ช่วยทำงานประจำที่ ฝ่ายบัญชีต้องใช้ เวลาทำงานเป็นอย่างมากไปเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายบัญชี เพียงแต่ ทำการตรวจสอบ ความถูกต้องในการ ป้อนข้อมูลเท่านั้น

3.4.24 ผู้จัดการได้ ข้อมูลบริหาร ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน

เนื่องจาก ฝ่ายบัญชี มีงานประจำของตนเองมากอยู่แล้ว ส่วนใหญ่ เมื่อผู้จัดการต้องการ ข้อมูลสรุป เพื่อมาช่วยในการบริหาร ฝ่ายบัญชีมักจะทำให้ไม่ได้ หรือ ถ้าได้ ก็มักจะช้ามาก จนไม่ทันการ ด้วยระบบ CD Organizer จะทำให้ได้ข้อมูลทันที

ระบบ CD Organizer แก้ไขปัญหานี้ได้ เพราะมีรายงานในเชิงบริหารมากมาย เช่น

- 1) จะทำอะไร ยอด ขาย จึงจะมากกว่านี้?

- 2) จะทำอะไร จะ ซื้อ สินค้าได้ถูกที่สุด?
- 3) จะทำอะไร มี ลูกหนี้ เกินกำหนดชำระน้อยที่สุด ?
- 4) จะทำอะไร ทำให้มูลค่า สต็อกสินค้า น้อยที่สุด?
- 5) จะทำอะไรถึงจะรู้ CASH FLOW ล่วงหน้า?
- 6) ผลประกอบการ กำไร/ขาดทุน เท่าใด?

3.4.25 รายละเอียดและความสามารถของระบบผลิต ERP

โปรแกรม CD Organizer นอกจากเป็นระบบบัญชี สำหรับธุรกิจทั่วไปแล้ว ยังมีระบบงานทางด้าน บริหารการผลิตอีกด้วย โดยจำหน่ายในชื่อของโปรแกรม CD Organizer Version ERP ซึ่งมีรายละเอียด ความสามารถดังต่อไปนี้

1) เริ่มจากการจองสินค้าจากลูกค้า

ระบบจะให้ผู้ใช้งานป้อนรายการสั่งซื้อสินค้า (ใบจองจากลูกค้า) เพื่อที่ฝ่ายผลิตจะนำรายการเหล่านั้น มาทำการวางแผนการผลิตและเตรียมวัตถุดิบให้เพียงพอในการผลิตใบจองเหล่านั้น

2) วางแผนการผลิต

ระบบจะให้ผู้ใช้งานนำรายการสั่งซื้อสินค้า (ใบจอง) จากลูกค้าเหล่านั้น มาทำการวางแผนผลิตว่าจะทำ การผลิตสินค้าตัวใด? ในวันที่? เพื่อให้ได้จำนวนครบตามใบจอง โดยพิจารณาจากกำลังการผลิตที่สามารถ ผลิตได้ในแต่ละวัน

3) เตรียมวัตถุดิบจากใบวางแผน

ระบบ CD Organizer จะคำนวณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิต โดยคำนวณมาจากใบวางแผนที่ได้ทำไว้ เหล่านั้น โปรแกรมจะไปสร้างใบเสนอซื้อ หรือใบสั่งซื้อ (P-O) ไปยังผู้ขายวัตถุดิบให้อย่างอัตโนมัติ

3.4.25.4 ทำใบสั่งผลิตสินค้า

ระบบจะให้ผู้ใช้งานทำใบสั่งผลิตสินค้า (ใบงาน) เพื่อกำหนดว่าฝ่ายผลิตจะทำการผลิตสินค้าตัวใดบ้าง และในจำนวนเท่าใด ใบสั่งผลิตนี้จะใช้เป็นเอกสารในการตามงานว่า ผลิตไปถึงขั้นตอนไหนแล้ว หรือ ก็เปอร์เซ็นต์แล้ว หรือเมื่อไรใบสั่งผลิตจะเสร็จสมบูรณ์

4) ทำการผลิตสินค้า

ระบบจะให้ผู้ใช้งานทำการผลิตสินค้าที่ละขั้นตอนการผลิต เพราะในการผลิต โดยทั่วไป มีผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งแล้ว สินค้าที่ได้จะถูกนำไปเป็นวัตถุดิบของขั้นตอนถัดไป เป็นอย่างนี้ไปที่ละขั้นตอน จนถึงขั้นตอน

สุดท้าย จึงจะได้สินค้าสำเร็จรูปที่สมบูรณ์ โดยระหว่างการผลิตเหล่านี้ระบบสามารถที่จะสอบถามได้ตลอดเวลาว่าใบสั่งผลิตนี้ผลิตไปถึงขั้นตอนไหนแล้ว มีจำนวนเท่าไร

ในส่วนฝ่ายบัญชี สามารถสรุปยอดสต็อกคงเหลือ ของสินค้า, สินค้าระหว่างผลิต และวัตถุดิบได้ ละเอียด ทุกขั้นตอน ทำให้สามารถปิดงบ ได้ละเอียดในทุกๆวัน อีกทั้งระบบยังสามารถสรุป เวลาใช้งาน ของ เครื่องจักร แต่ละตัวได้ เพื่อทำไปเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการทำบัญชีได้ด้วย

5) รายงานที่ได้จากระบบ ERP

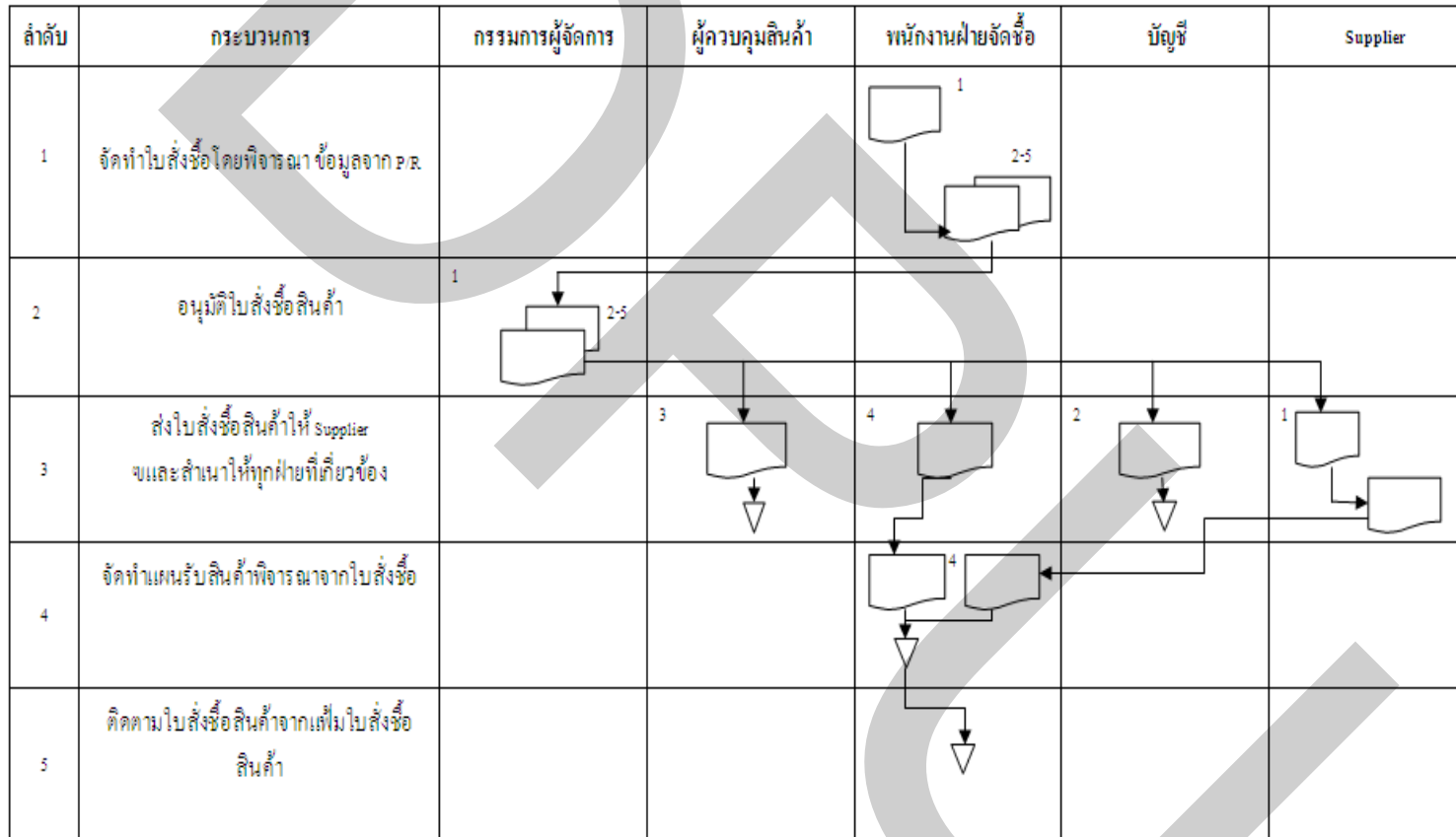
ระบบจะให้รายงานช่วยในการบริหารการผลิตมากมาย ยกตัวอย่าง เช่น

- ใบสั่งผลิตนี้ผลิตไปถึงขั้นตอนไหนแล้ว ก็เปอร์เซ็นต์แล้ว หรือเมื่อไหร่จะผลิตเสร็จ?
- ใน 1 เดือนเครื่องจักรแต่ละตัว มีเวลาทำงานทั้งหมดกี่ชั่วโมง?
- การผลิตมีการสูญเสียในการผลิตเท่าไร?
- ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตมาเท่าใด? เพื่อให้เพียงพอในการผลิต
- ในแต่ละวันมีสต็อกสินค้าระหว่างการผลิต และวัตถุดิบ มีจำนวนมูลค่าคงเหลือ

เท่าใด?

- รายงานติดตามงานว่ามีใบจองใดบ้าง ที่ยังนำไปทำการวางแผนไม่เสร็จ?
- รายงานติดตามงานว่ามีใบวางแผนใดบ้าง ที่ยังนำไปทำใบสั่งผลิตไม่เสร็จ?

3.5 ขั้นตอนการสั่งซื้อก่อนนำโปรแกรม ERP มาใช้

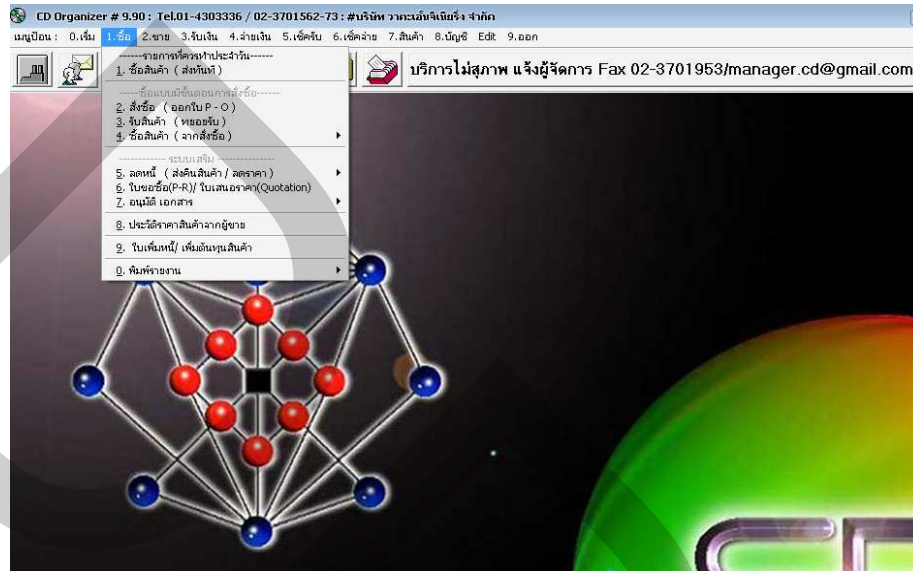


ใบสั่งซื้อ

ภาพที่ 3.22 ขั้นตอนการจัดซื้อ

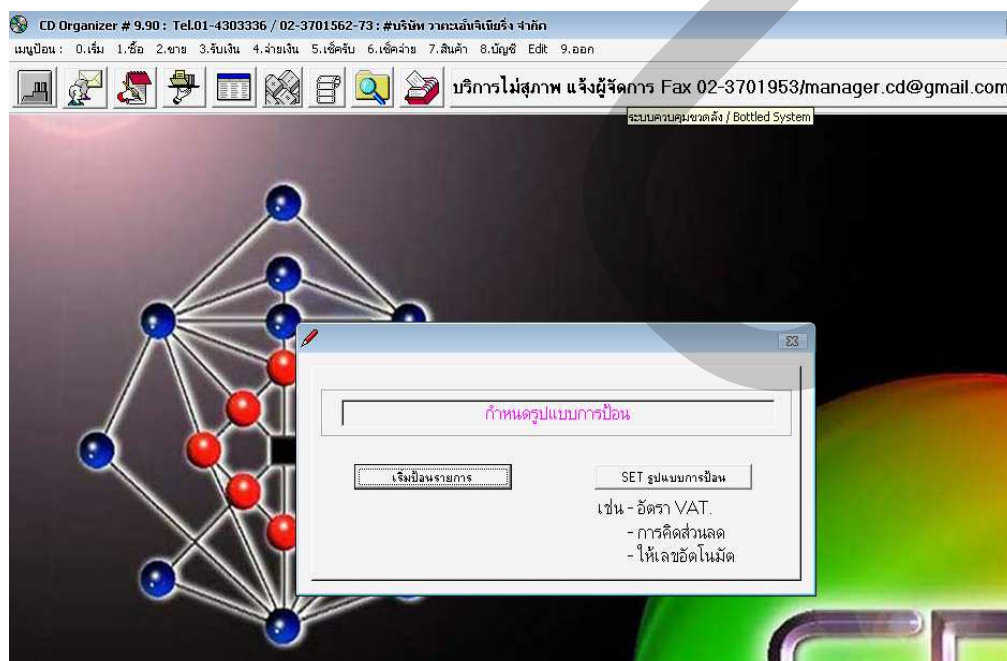
3.6 ขั้นตอนการซื้อสินค้า

3.6.1 นำเมาส์คลิกที่ 1.ซื้อสินค้า



ภาพที่ 3.23 ขั้นตอน การซื้อสินค้า

3.6.2 คลิกที่ 1.ซื้อสินค้า จะให้กำหนดรูปแบบการป้อน



ภาพที่ 3.24 ขั้นตอน การกำหนดรูปแบบ

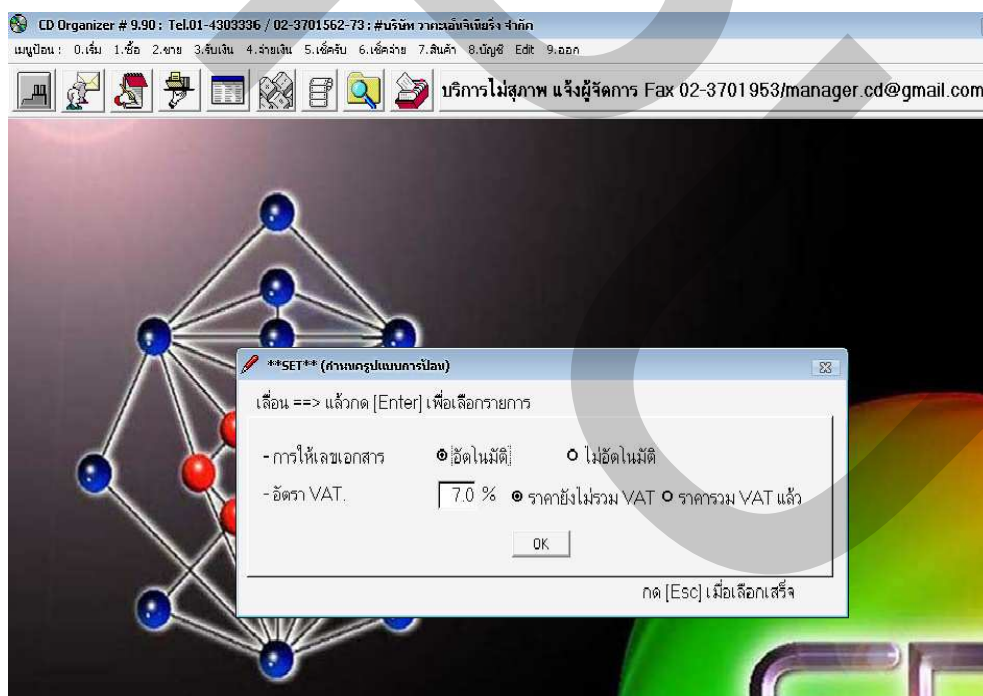
ถ้าเลือกที่ เริ่มป้อนรายการ โปรแกรม จะทำการเข้าไปที่เลือกสมุดบัญชี
 ถ้าเลือกที่ Set รูปแบบการป้อน โปรแกรมจะทำการถามเกี่ยวกับการให้เลขที่เอกสาร
 () อัตโนมัติเพื่อให้เครื่องให้เลขที่เอกสาร ชื่อ โดยอัตโนมัติ
 () ไม่อัตโนมัติ เมื่อ ไม่ต้องการ ให้เครื่องให้เลขเอกสาร ชื่อ โดยอัตโนมัติใช้ในกรณีทำ
 บิลย้อนหลัง เช่น เมื่อท่านเปิดบิลถึงเลขที่ 100 ท่านกลับมาป้อน/แก้ไขบิลเลขที่ 58 เป็นต้น (ท่านจะ
 สามารถใส่เอกสารในหน้าเปิดบิลหรือป้อนรายการได้)

อัตรา VAT. () แยกจากราคา () รวมในราคา

เช่น เปิดบิลชื่อราคาของสินค้าเท่ากับ 100.00 บาท

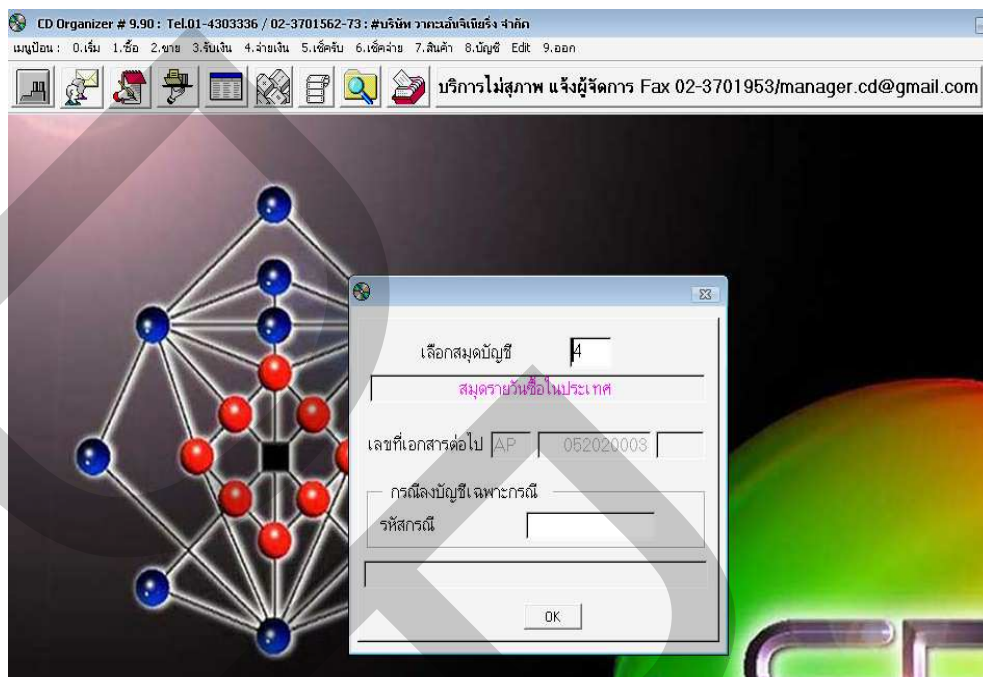
แบบแยก	100.00	แบบรวม	100.00
VAT.	7.00	VAT.	6.54
สุทธิ	107.00	สุทธิ	93.46

โดยปกติโปรแกรมจะทำการตั้งค่าต่างๆ มาแล้วแต่ผู้ใช้สามารถเข้าไปกำหนดค่าต่างๆ
 ใหม่ได้ (รายละเอียดจะอธิบายเกี่ยวกับการกำหนดการทำงานอัตโนมัติ)



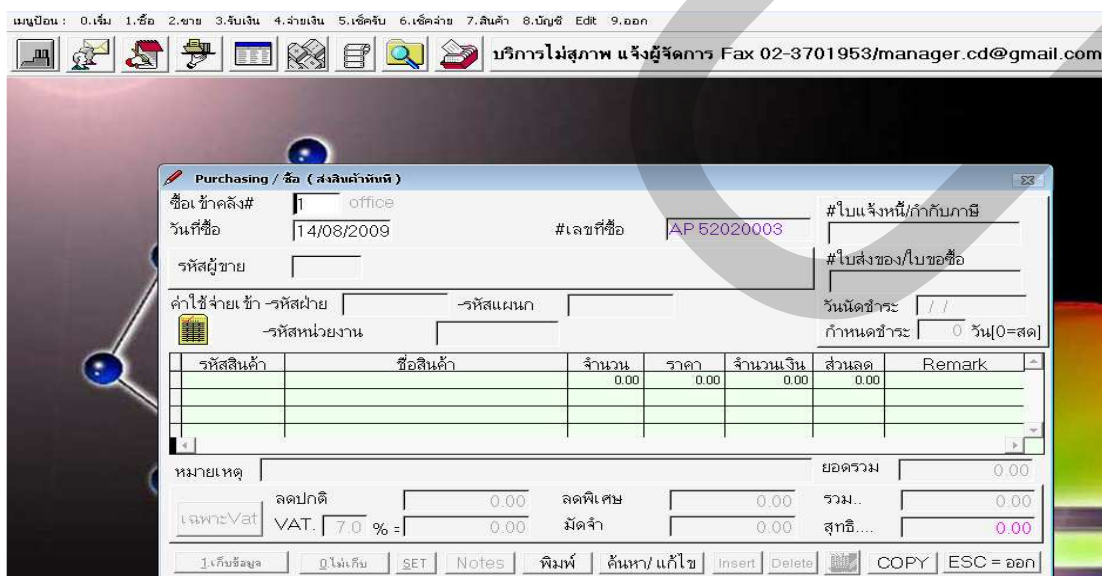
ภาพที่ 3.25 ขั้นตอน กำหนดรูปแบบการป้อน

3.6.3 จากนั้นโปรแกรมจะให้เลือกสมุดบัญชี ให้ทำการเลือกสมุดบัญชีให้ถูกต้องโดยปกติ โปรแกรมจะทำการตั้งค่ามาให้ แต่สามารถทำการเปลี่ยนแปลงได้



ภาพที่ 3.26 ขั้นตอนการเลือกสมุดบัญชี

3.6.4 จะเข้าหน้าจอของการป้อนรายการ



ภาพที่ 3.27 ขั้นตอนการซื้อ

การป้อนข้อมูลระบบงานจะสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้ :

- คลังสินค้า : คลังที่จะถูกซื้อเข้า / เพิ่มสต็อก
- วันที่ : วันที่ของรายการ (เปลี่ยนแปลงได้ตามต้องการ)
- #ซื้อ : เลขที่เอกสาร
- #ใบแจ้งหนี้ : เลขที่ใบแจ้งหนี้ของผู้ซื้อ (เลขใบกำกับภาษีซื้อ)
- รหัสผู้ขาย : ระบุรหัสผู้ขาย (เจ้าหนี้) ที่ต้องการเครื่องจะดึงชื่อพร้อมการให้เครดิต มาใส่ให้โดยอัตโนมัติ
- กำหนดวันชำระ : จำนวนวันที่ให้เครดิต (ถ้าใส่ 0 วัน เท่ากับจ่ายเงินสด)
- # ใบขอซื้อ : อาจใช้ในความหมาย เลขที่ใบขออนุมัติซื้อ
- รหัสฝ่าย / แผนก / หน่วยงาน : อาจใช้ในกรณีต้องการ สรุปยอดซื้อ แยก ละเอียดถึง หน่วยงาน
- อธิบายหมายเหตุ : ใช้เพื่อระบุ วิธีการส่งสินค้า เช่น ทางรถ, ทาง MAIL

ป้อนรายการสินค้า

- รหัสสินค้า : วิธีป้อนคล้ายรหัสผู้ขาย (กด * = ตามตามรหัส ? = ตามตามชื่อ)
เครื่องจะอัตโนมัติ ดึงชื่อ พร้อม ราคามาให้
- จำนวน : จำนวนสินค้า
- ราคา : ราคาต่อหน่วย
- จำนวนเงิน : เครื่องจะ คำนวณ ให้โดยอัตโนมัติ
- ส่วนลด : กรณี SET รูปแบบการป้อน เลือกการคิดส่วนลดแบบ แยกรายสินค้า
ป้อน 300 หมายถึง ลด 300 บาท
ถ้ามีเครื่องหมาย “ - ” นำหน้าหมายถึงส่วนลด % ป้อน -10 หมายถึง ลด 10 % (ระบบ จะ ขึ้นหน้าจอ สอบถาม ส่วนลด)
กด (End) เมื่อป้อนรายการสินค้าครบ...เครื่องจะคำนวณยอดเงินทั้งหมด, พร้อม VAT มาให้
- ส่วนลด : เครื่องจะคำนวณให้ (จากข้อมูลของผู้ขายหรือรวมจากลดรายสินค้า
- VAT : ยอด VAT. เป็นจำนวนเงิน (เปลี่ยนแปลงได้)
- SET : เครื่องจะสอบถามหน้าจอเหมือน SET รูปแบบการป้อน อีกครั้ง (ถ้าต้องการ) เช่น ถ้าต้องการเปลี่ยนอัตราส่วนลด, อัตรา VAT, หมายเหตุ เป็นต้น
- เก็บข้อมูล : กดเมื่อท่านต้องการเก็บข้อมูล

- ไม่เก็บ : กดเมื่อท่านไม่ต้องการเก็บข้อมูล
- พิมพ์ : เมื่อต้องการพิมพ์ข้อมูล โปรแกรมจะให้ระบุเลขที่เอกสารที่ต้องการพิมพ์
- ค้นหา : เมื่อต้องการแก้ไขข้อมูล โปรแกรมจะให้ระบุ
- หมายเหตุ : ถ้ายอดเงินมากกว่า วงเงินคงเหลือเครื่องจะเตือนพร้อมให้ระบุรหัสผ่านเพื่อยืนยันการซื้อ
- กรณีซื้อเงินสด (ให้กำหนดวันชำระ = 0 วัน)
เครื่องจะขึ้นหน้าจอเพื่อให้ แจกแจงการจ่ายเงิน : ยอดเงินสด / เช็ค
หลังหัก ภาษี และดอกเบี้ยแล้วต้องทำการชำระให้ครบถ้วน ตามมูลค่าหน้าบิล !! ถ้าการชำระเงินไม่หมด / ไม่ครบถ้วน เครื่องจะไม่บันทึก
รายการ
- ผลการทำงาน : เครื่องจะทำการบันทึกข้อมูลต่างๆ ดังนี้ :-
1. เพิ่มสต็อกตามรายการสินค้าที่ได้ป้อนไว้
 2. บันทึกประวัติยอดซื้อ ตามผู้ขาย,สินค้า (ทั้งตามจำนวนเงิน / ชิ้น)
 3. กรณีซื้อเงินสด จะบันทึกประวัติการจ่ายเงินสด / เช็ค
- กรณีซื้อเงินเชื่อ จะมีการบันทึกเข้าบัญชีเจ้าหนี้
- หลังจากทำการป้อนการซื้อให้ทำคลิกที่ 1.เก็บข้อมูล
- โปรแกรมจะแจ้งถึงฐานการคิดภาษี และ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ให้คลิกที่ OK

ยืนยันการทำงาน

OK ยกเลิก

รหัสกรณี

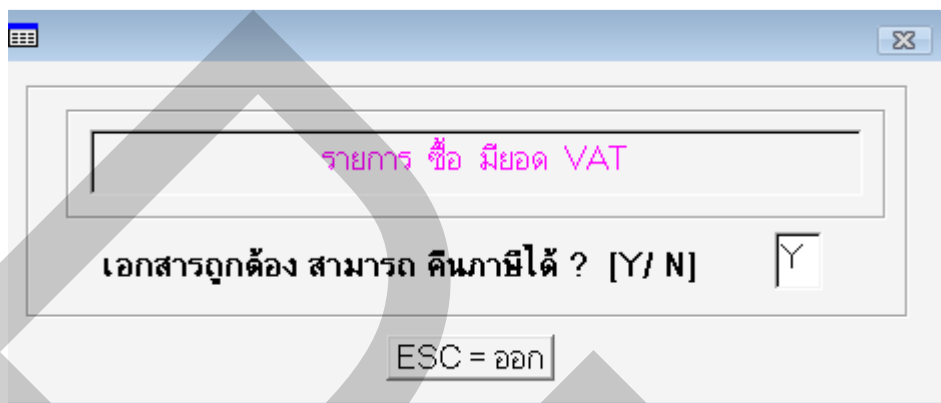
งวดบัญชี = 4

ฐานคิดภาษี = 1,000.00 บาท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม = 70.00 บาท

ภาพที่ 3.28 ขั้นตอนการยืนยันการทำงาน

จากนั้นโปรแกรมจะถามถึงการคืนภาษี ว่าบิลซื้อใบนั้นๆ คืนภาษีซื้อได้หรือไม่ (Y/N)
คลิกที่ Esc หรือกดที่ปุ่ม Esc



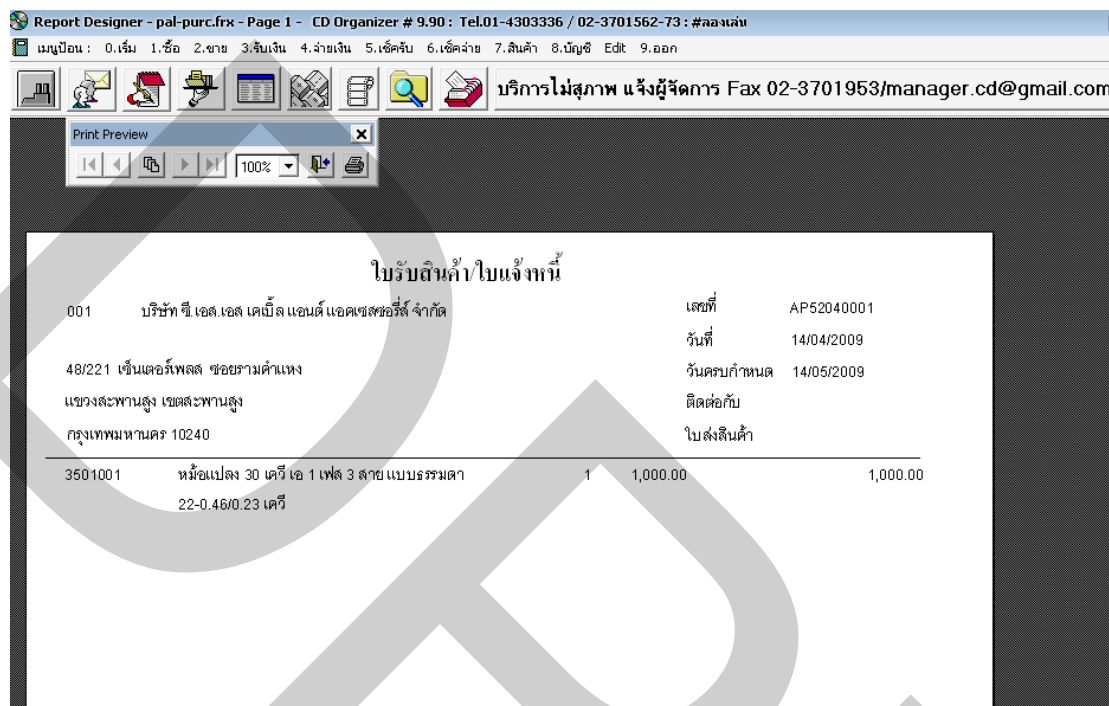
ภาพที่ 3.29 รายการซื้อมียอด vat

โปรแกรมจะแสดงรายการบัญชีที่ถูกบันทึก ให้ตรวจสอบการบันทึกว่าถูกต้องหรือไม่
ถ้าไม่ถูกต้องผู้ใช้สามารถทำการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขให้ถูกต้องได้ทันที คลิกที่ Esc หรือกดที่ปุ่ม
Esc

รหัสบัญชี	ฝ่าย	แผนก	หน่วยงาน	ชื่อบัญชี	DEBIT	CREDIT
500120				ชื่อสินค้า	1000.00	0.00
100640				ภาษีซื้อ	70.00	0.00
201210				เจ้าหนี้การค้า-ในประเทศ	0.00	1070.00
					0.00	0.00
					0.00	0.00
					0.00	0.00

ภาพที่ 3.30 อธิบายรายละเอียดการลงบัญชี

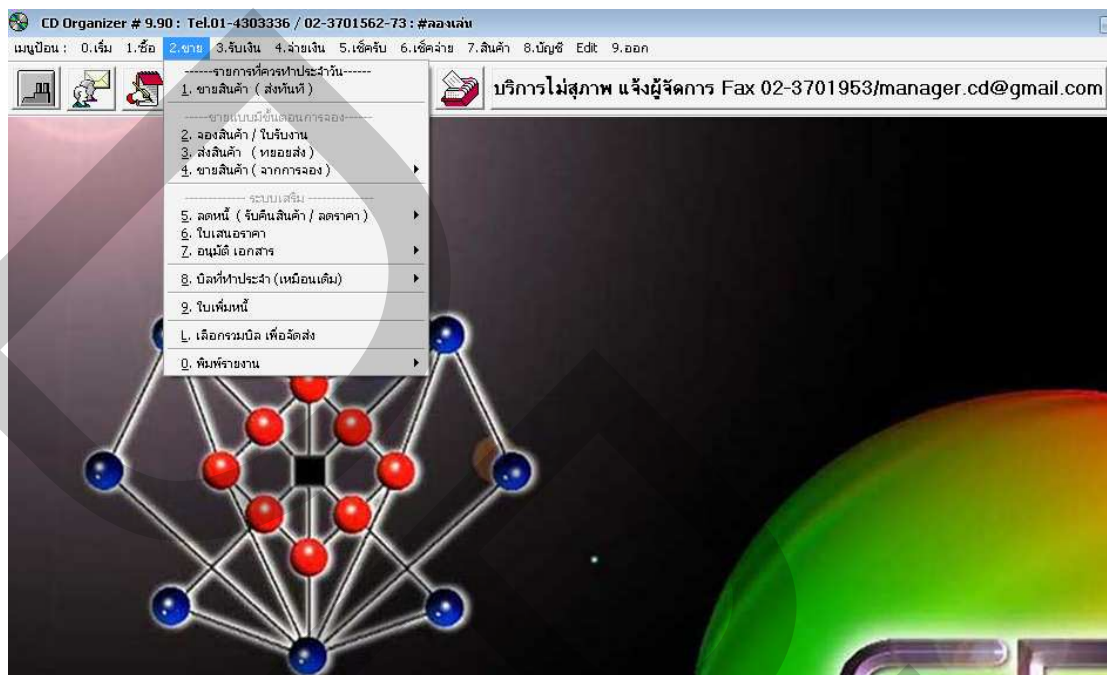
จากนั้นโปรแกรมจะแสดงรายงานเกี่ยวกับบิลซื้อที่ได้ทำการบันทึกไปถ้าต้องการพิมพ์ให้คลิกที่รูปเครื่องพิมพ์ ถ้าไม่ต้องการพิมพ์ให้กด Esc



ภาพที่ 3.31 ใบรับสินค้าและใบแจ้งหนี้

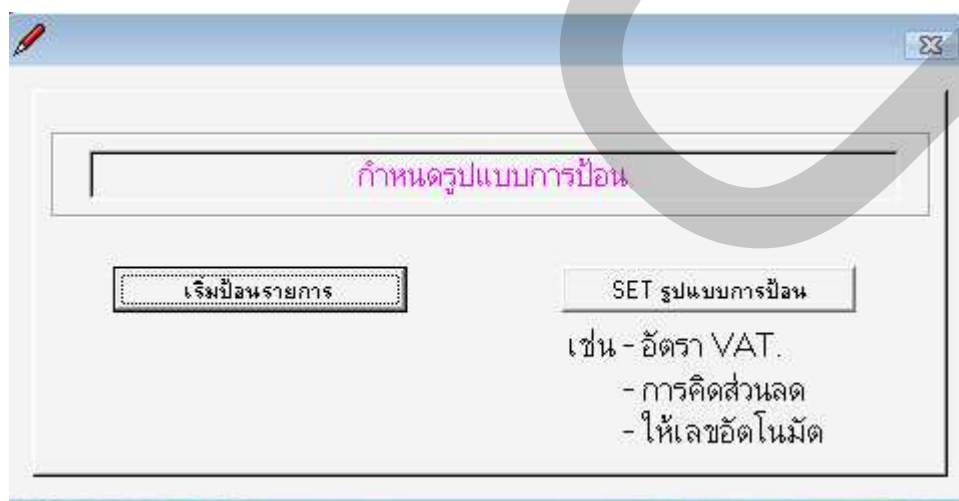
3.7 ขั้นตอนการขายสินค้า

3.7.1 นำมาส์คลิกที่ 1.ขาย จากนั้น



ภาพที่ 3.32 ขั้นตอนการขายสินค้า

3.7.2 คลิกที่ขายสินค้า ระบบจะให้ “กำหนดรูปแบบการป้อน”



ภาพที่ 3.33 การกำหนดรูปแบบการป้อน

ถ้าเลือกที่ เริ่มป้อนรายการ โปรแกรม จะทำการข้ามไปที่เลือกสมุดบัญชี

ถ้าเลือกที่ Set รูปแบบการป้อน โปรแกรมจะทำการถามเกี่ยวกับ

การให้เลขที่เอกสาร

- () อัดโนมัติ เพื่อให้เครื่องให้เลขที่เอกสาร ขาย โดยอัดโนมัติ
- () ไม่อัดโนมัติ เมื่อไม่ต้องการ ให้เครื่องให้เลขที่เอกสาร ขาย โดยอัดโนมัติใช้ในกรณีการทำบิลย้อนหลัง เช่น เมื่อท่านเปิดบิลถึงเลขที่ 100 ท่านกลับมาป้อน / แก้ไขบิลเลขที่ 58 เป็นต้น (ท่านจะสามารถใส่เอกสารในหน้าเปิดบิลหรือป้อนรายการได้)

อัตรา VAT.

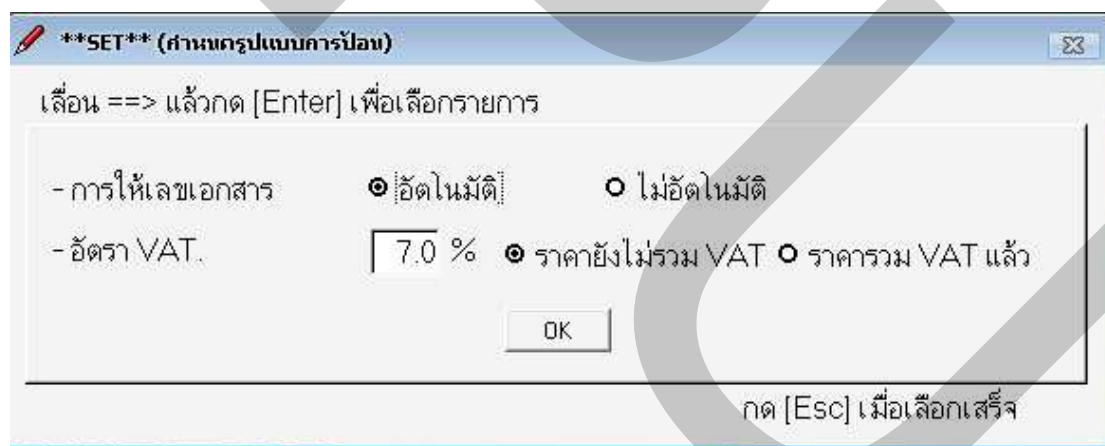
() แยกจากราคา

() รวมในราคา

เช่น เปิดบิลขายราคาของสินค้าเท่ากับ 100.00 บาท

แบบแยก	100.00	แบบรวม	100.00
VAT.	7.00	VAT.	6.54
สุทธิ	107.00	สุทธิ	93.46

โดยปกติโปรแกรมจะทำการตั้งค่าต่างๆ มาแล้ว แต่ผู้ใช้สามารถเข้าไปกำหนดค่าต่างๆ ใหม่ได้ (รายละเอียดจะกล่าวไว้ในหัวข้อการกำหนดการทำงานอัดโนมัติ)



ภาพที่ 3.34 การเลือกรายการ

3.7.3 จากนั้น โปรแกรมจะให้เลือกสมุดบัญชี ให้ทำการเลือกสมุดบัญชีให้ถูกต้องโดยปกติ โปรแกรมจะทำการตั้งค่ามาให้ แต่สามารถทำการเปลี่ยนแปลงได้

เลือกสมุดบัญชี

สมุดรายวันขาย

เลขที่เอกสารต่อไป IV 500900005

กรณีสองบัญชีเฉพาะกรณี

รหัสกรณี

OK

ภาพที่ 3.35 การเลือกสมุดบัญชี

3.7.4 จะเข้าหน้าจอของการป้อนรายการ

CD Organizer # 9.90 : Tel.01-4303336 / 02-3701562-73 : #ลงบน

เมนูอื่น : 0.เริ่ม 1.ชื่อ 2.ขาย 3.รับเงิน 4.จ่ายเงิน 5.เช็ครับ 6.เช็คจ่าย 7.สินค้า 8.บัญชี Edit 9.ถอน

บริการไม่สุภาพ แจ้งผู้จัดการ Fax 02-3701953/manager.cd@gmail.com

Sales (Invoice) / ขาย (ส่งสินค้าทันที)

ขายออกจากคลัง #

วันที่ ขาย 14/08/2009

เริ่มที่

#เลขบิลขาย IV 500900005

รหัสลูกค้า

รหัสพนักงาน

#ใบเสนอราคา

#ใบ P-O/จอง

กำหนดชำระ 0 วัน [0=สด]

#เอกสารภายใน

รายได้เข้า -รหัสฝ่าย

รหัสแผนก

วันครบกำหนด

วันวางบิล

จำนวน

ราคา

จำนวนเงิน

ส่วนลด

Remark

หมายเหตุ

เฉพาะ Vat

VAT 7 % =

ลดพิเศษ

มัดจำ

รวม..

สุทธิ...

1.เก็บข้อมูล 2.ไม่เก็บ SET Notes พิมพ์ ค้นหา/แก้ไข Insert Delete COPY AR ESC = ออก

ORGANIZ

ภาพที่ 3.36 การซื้อสินค้า

การป้อนข้อมูลระบบงานจะสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้ :-

คลังสินค้า	: คลังที่จะถูกขายตัดสต็อก
วันที่	: วันที่ของรายการ (เปลี่ยนแปลงได้ตามต้องการ)
#ชื่อ	: เลขที่เอกสาร
#ใบแจ้งหนี้	: เลขที่ใบแจ้งหนี้ (เลขที่ใบกำกับภาษีขาย)
รหัสลูกค้า	: ระบุรหัสลูกค้า ที่ต้องการเครื่องจะดึงชื่อพร้อมการให้เครดิต มาใส่ให้ โดยอัตโนมัติ
กำหนดวันชำระ	: จำนวนวันที่ให้เครดิต (ถ้าใส่ 0 วัน เท่ากับจ่ายเงินสด)
#ใบ PO	: อาจใช้ในความหมาย เลขที่ใบจอง
รหัสฝ่าย / แผนก / หน่วยงาน	: อาจใช้ในกรณีต้องการ สรุปยอดจอง แยก ละเอียดถึง หน่วยงาน
อธิบายหมายเหตุ	: ใช้เพื่อระบุวิธีการส่งสินค้า เช่น ทางรถ, ทาง MAIL (ป้อนรายการสินค้า)
รหัสสินค้า	: วิธีป้อนคล้ายรหัสลูกค้า (กด * = ตามตามชื่อ) เครื่องจะอัตโนมัติ ดึงชื่อ พร้อมราคามาให้
จำนวน	: จำนวนสินค้า
ราคา	: ราคาต่อหน่วย
จำนวนเงิน	: เครื่องจะคำนวณ ให้โดยอัตโนมัติ
ส่วนลด	: กรณี SET รูปแบบการป้อน เลือกการคิดส่วนลดแบบ แยกรายสินค้า ป้อน 300 หมายถึง ลด 300 บาท ถ้ามีเครื่องหมาย "-" นำหน้าหมายถึง ลด % ป้อน -10 หมายถึง ลด 10 % (ระบบ จะขึ้นหน้าจอ สอบถาม ส่วนลด) กด (End) เมื่อป้อนรายการสินค้าครบ...เครื่องจะคำนวณยอดเงินทั้งหมด, พร้อม VAT มาให้
ส่วนลด	: เครื่องจะคำนวณให้ (จากข้อมูลของลูกค้าหรือรวมจากลดรายสินค้า)
VAT.	: ยอด VAT. เป็นจำนวนเงิน (เปลี่ยนแปลงได้)
SET	: เครื่องจะสอบถามหน้าจอเหมือน SET รูปแบบการป้อน อีกครั้ง (ถ้าต้องการ) เช่น ถ้าต้องการเปลี่ยนอัตราส่วนลด,อัตรา VAT.,หมายเหตุ เป็นต้น
เก็บข้อมูล	: กดเมื่อท่านต้องการเก็บข้อมูล
ไม่เก็บ	: กดเมื่อท่านไม่ต้องการเก็บข้อมูล

- พิมพ์ : เมื่อต้องการพิมพ์ข้อมูล โปรแกรมจะให้ระบุเลขที่เอกสารที่ต้องการพิมพ์
- ค้นหา / แก้ไข : เมื่อต้องการแก้ไขข้อมูล โปรแกรมจะให้ระบุเลขที่บิลที่ต้องการ
- หมายเหตุ : ถ้ายอดเงินมากกว่า วงเงินคงเหลือเครื่องจะเตือนพร้อมให้ระบุรหัสผ่านเพื่อยืนยันการขาย
- กรณีขายเงินสด (ให้กำหนดวันชำระ = 0 วัน)
เครื่องจะขึ้นหน้าจอเพื่อให้ แยกแจ้งการจ่ายเงิน : ยอดเงินสด / เช็ค หลังหัก ภาษี และดอกเบี้ยแล้วต้องทำการชำระให้ครบถ้วน ตามมูลค่าหน้าบิล !! ถ้าการชำระเงินไม่หมด / ไม่ครบถ้วน เครื่องจะไม่บันทึกขาย
- ผลการทำงาน : เครื่องจะทำการบันทึกข้อมูลต่างๆ ดังนี้:-
1. ตัดสต็อกตามรายการสินค้าที่ได้ป้อนไว้
 2. บันทึกประวัติการขาย ตามลูกค้า,สินค้า (ทั้งตามจำนวนเงิน / ชิ้น)
 - 3.- กรณีขายเงินสด จะบันทึกประวัติการจ่ายเงินสด / เช็ค
- กรณีขายเงินเชื่อ จะมีการบันทึกเข้าบัญชีลูกหนี้
 4. ทำการ DR., CR รายการทางบัญชี
- หลังจากทำการป้อนการขายให้คลิกที่ 1.เก็บข้อมูล โปรแกรมจะแจ้งถึงฐานการคิดภาษี และ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ให้คลิกที่ OK

ยืนยันการทำงาน

OK ยกเลิก

รหัสกรณี

งวดบัญชี = 4

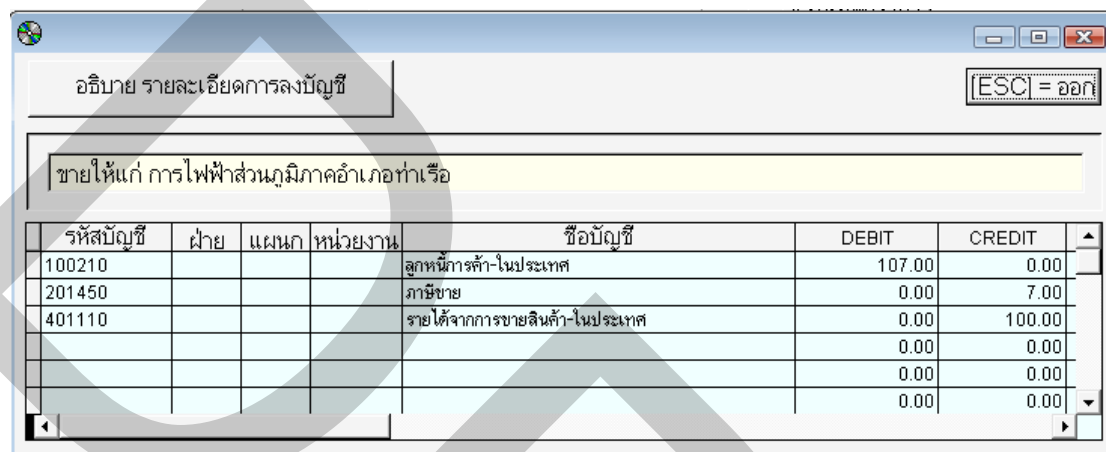
ฐานคิดภาษี = 100.00 บาท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม = 7.00 บาท

ภาพที่ 3.37 ยืนยันการทำงาน

โปรแกรมจะแสดงรายการบัญชีที่ถูกบันทึก ให้ตรวจสอบการบันทึกว่าถูกต้องหรือไม่ ถ้าไม่ถูกต้องผู้ใช้สามารถทำการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขให้ถูกต้องได้ทันที คลิกที่ Esc หรือ กดที่ปุ่ม

Esc



รหัสบัญชี	ฝ่าย	แผนก	หน่วยงาน	ชื่อบัญชี	DEBIT	CREDIT
100210				ลูกหนี้การค้า-ในประเทศ	107.00	0.00
201450				ภาษีขาย	0.00	7.00
401110				รายได้จากการขายสินค้าในประเทศ	0.00	100.00
					0.00	0.00
					0.00	0.00

ภาพที่ 3.38 อธิบายรายละเอียดของบัญชี

จากนั้น โปรแกรมจะแสดงรายงานเกี่ยวกับบิลขายที่ได้ทำการบันทึกไปแล้วต้องการพิมพ์ ให้คลิกที่รูปเครื่องพิมพ์ ถ้าไม่ต้องการพิมพ์ให้กด Esc แล้วทำการบันทึกบิลขายไปต่อไป

Report Designer - sal-invr.frx - Page 1 - CD Organizer # 9.90 : Tel.01-4303336 / 02-3701562-73 : #ลองเล่น

เมนูเปิด : 0.เริ่ม 1.ชื่อ 2.ขาย 3.รับเงิน 4.จ่ายเงิน 5.เช็ครับ 6.เช็คจ่าย 7.สินค้า 8.บัญชี Edit 9.ออก

บริการไม่สุภาพ แจ้งผู้จัดการ Fax 02-3701953/manager.cd@gmail.com

Print Preview

Väta

สองเส้น
141/5 ซอยลาดพร้าว 87 ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. , แฟกซ์.

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

ต้นฉบับ/ORIGINAL
ใบกำกับภาษี/ใบส่งสินค้า/ใบแจ้งหนี้
TAX INVOICE/INVOICE/DEBIT NOTE

รหัสลูกค้า/Code : C1002	วันที่ : 14/04/2009
ขายให้แก่/Sold To : การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอท่าเรือ	เลขที่ : IV 500900005
ที่อยู่/Address : 35 ถนนดอนกระดังง์ใหม่	พนักงานขาย : สักดา
ตำบลท่าเรือ อำเภอท่าเรือ	กำหนดชำระเงิน : 14/05/2009
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13130	

ลำดับ Item	รายละเอียดสินค้า Description	จำนวน Quantity	หน่วยละ Unit	ส่วนลด Discount	จำนวนเงิน Amount
1	แคปแปสเตอร์ 1 เฟส ใช้ในอาคาร 230 โวลท์ 5 กิโลวัตต์	1	ชุด	100.00	100.00

Atrane (z:\c-d\vx2776737.dbf) Record: EOF/1 Exclusive NUM

2003

งานคอม การซื้อสินค้า... Report Designer - s... Untitled - Paint

14:39

ภาพที่ 3.39 บิลขาย

หมายเหตุ : รายงานใบกำกับภาษี (คิด VAT) หรือใบส่งสินค้าชั่วคราว (ไม่คิด VAT) ขึ้นอยู่กับการ
เลือกสมุดบัญชีขาย

NOTE : รูปแบบของรายงานอาจจะมีหลายรูปแบบ สามารถทำการสร้างเพิ่มเติมได้ รายละเอียดจะ
กล่าวถึงการสร้างรายงานใหม่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของระบบ ERP/Logistics สำหรับการสั่งซื้อจัดหาและจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและพัฒนาให้เป็นรูปแบบที่สามารถช่วยลดต้นทุน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 4.1 ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัท
- 4.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของบริษัท วาตะ เอนจิเนียริง จำกัด ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท และด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และโซ่อุปทานในการจัดซื้อจัดหา
- 4.3 วิเคราะห์จากความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โอุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา
- 4.4 วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัยการจัดการ โซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน
- 4.5 วิเคราะห์สภาวะภายในและภายนอก
- 4.6 วิเคราะห์กระบวนการ

4.1 ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัท

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางระหว่างประเภทของลูกค้ากับข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัท ผลปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทจำแนกตามประเภทของลูกค้า

หน่วยงาน		สิ่งที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ			
		คุณภาพของผลิตภัณฑ์	การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว	ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	ความสมบูรณ์ของสินค้า
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	จำนวน	25	15	-	-
	ร้อยละ	62.50	37.50	-	-
Supplier ค้าส่ง	จำนวน	9	-	11	-
	ร้อยละ	45.00	-	55.00	-
ลูกค้าเอกชน	จำนวน	16	-	-	4
	ร้อยละ	80.00	-	-	20.00
รวม	จำนวน	50	15	11	4
	ร้อยละ	62.50	18.80	13.80	5.00

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 1 พบว่า ข้อคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทจำแนกตามประเภทของลูกค้าโดยรวมได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว (ร้อยละ 18.80) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ร้อยละ 13.80) และความสมบูรณ์ของสินค้า (ร้อยละ 5.00) และเมื่อพิจารณาตามประเภทของลูกค้าแล้วพบว่า ลูกค้าในส่วนของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จะคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว (ร้อยละ 37.50) ลูกค้าที่เป็น Supplier ค้าส่ง จะคำนึงถึงความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 45.00) ส่วนลูกค้าที่เป็นเอกชนจะคำนึงถึง คุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาได้แก่ ความสมบูรณ์ของสินค้า (ร้อยละ 20.00)

4.2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของบริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท และด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานในการจัดซื้อจัดหา

การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งให้ระดับความคิดเห็นเฉลี่ย ผลปรากฏดังตาราง 2-3

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด

การจัดการ โลจิสติกส์	N	\bar{x}	SD.	ความหมาย
บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	80	3.88	0.54	มาก
ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	80	3.61	0.58	มาก
สินค้าคุณภาพ	80	4.34	0.62	มาก
มีความรวดเร็วในการบริการ	80	3.84	0.56	มาก
มีความยืดหยุ่นในการบริการ	80	3.89	0.53	มาก
ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	80	3.30	0.56	ปานกลาง
ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	80	3.30	0.49	ปานกลาง
ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	80	3.56	0.63	มาก
ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	80	3.26	0.61	ปานกลาง
ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	80	2.74	0.76	ปานกลาง
โดยรวม	80	3.57	0.34	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นเฉลี่ยของลูกค้าโดยรวมที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด เกี่ยวกับบริษัทมีความน่าเชื่อถือ ลดต้นทุนในการจัดซื้อ สินค้าคุณภาพ มีความรวดเร็วในการบริการ มีความยืดหยุ่นในการบริการ และลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

ส่วนลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า และปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง

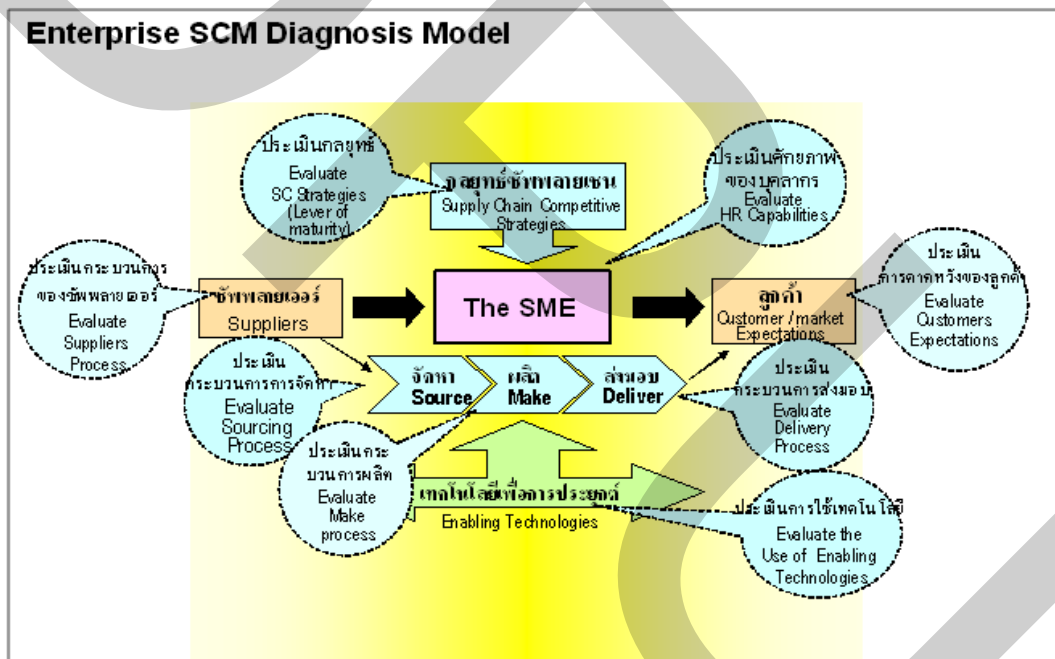
4.3 การวิเคราะห์จากความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา

ตารางที่ 4.3 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา จากบริษัทวตะเอ็นจิเนียริง จำกัด

การจัดการ โลจิสติกส์	N	\bar{x}	SD.	ความหมาย
สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	80	4.40	0.61	มาก
ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	80	3.53	0.50	มาก
ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	80	3.56	0.52	มาก
มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่งสินค้า	80	3.76	0.53	มาก
มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	80	3.74	0.52	มาก
มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	80	3.74	0.59	มาก
สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายตามที่ลูกค้าต้องการใช้	80	3.85	0.71	มาก
มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	80	3.81	0.45	มาก
มีการให้ข้อมูลเรื่องของสินค้าของบริษัทที่รวดเร็วและถูกต้อง	80	3.86	0.47	มาก
มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบราคาได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	80	3.83	0.47	มาก
มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	80	3.66	0.57	มาก
มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ	80	3.44	0.59	ปานกลาง
ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	80	4.38	0.68	มาก
มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	80	3.64	0.51	มาก
โดยรวม	80	3.80	0.32	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 3 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา จากบริษัทวตะเอ็นจิเนียริง จำกัด อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อจัดหา จากบริษัทวตะเอ็นจิเนียริง จำกัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.53-4.40$)มีเพียงมีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอเท่านั้นที่ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.44$)

4.4 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัยการจัดการโซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน
รายละเอียดของการวิเคราะห์ตามหัวข้อ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัยการจัดการโซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน
ที่มา : Krizz Charaporn

4.4.1 ประเมินการคาดหวังของลูกค้า (Evaluate Customers Expectations)

- องค์กรมีระบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ประมาณ 96%
- ในการดำเนินงานขององค์กร มีคำร้องเรียนจากลูกค้าน้อย ประมาณ 0.5%
- องค์กรมีความสามารถในการตอบสนองคำร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เฉลี่ยใช้เวลาประมาณ 1 วัน

- องค์กรมีแผนการสำรวจและวิจัยความต้องการของลูกค้า และกำลังจัดทำ การประเมินศักยภาพของลูกค้า

- องค์กรมีการจัดแบ่งส่วน (Customer Segmentation) ของลูกค้า
- องค์กรมีการตอบสนองลูกค้าตรงตามแผนที่กำหนด
- องค์กรมีการวางแผนความร่วมมือกับลูกค้าในด้านต้นทุน ด้าน Lead Time ด้านการ จัดส่งให้ถึงลูกค้าตามวันเวลาที่กำหนด

4.4.2 ประเมินกระบวนการส่งมอบ (Evaluate Delivery Process)

- องค์กรมีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลาและปริมาณที่กำหนดไว้กับ ลูกค้า โดยมีการส่งตามที่กำหนดคิดเป็น 100% ของจำนวนครั้งในการส่งมอบ และไม่มีระยะเวลา เฉลี่ยที่คลาดเคลื่อนจากวันที่กำหนด

- องค์กรมีแผนตารางเวลาในการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสม และเอกสารในการส่งมอบที่ ถูกต้อง พร้อมทั้งองค์กรมีกระบวนการตกลงกับลูกค้าในการปรับแก้ตารางเวลาเมื่อเกิดปัญหาขึ้น

- ประเภทของสินค้าที่จัดส่งมีความถูกต้อง 100% และจำนวนสินค้าที่จัดส่งมีความ ถูกต้อง 100%

- ลูกค้ามีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และรอบระยะเวลาการจัดส่งสินค้ามีความ สม่ำเสมอ

- องค์กรมีกำหนดข้อจำกัดของปริมาณต่ำสุดของการจัดส่ง (Minimum order)

- องค์กรมีการวางแผนการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสม

- องค์กรมีระดับสินค้าคงคลัง (Inventory level) ที่เหมาะสม และมีวิธีการบริหาร จัดเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory management & Control) ที่เหมาะสม

- องค์กรมีการจัดสายรถขนส่งที่เหมาะสม

4.4.3 ประเมินกระบวนการจัดซื้อจัดหา (Evaluate Purchasing)

- องค์กรมีการวางแผนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม

- องค์กรสามารถปฏิบัติตามตารางวางแผนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ได้ประมาณ 95%

- องค์กรมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแผนการจัดซื้อจัดหาจากลูกค้า โดยมีการ เปลี่ยนแผนอย่างรวดเร็ว

- องค์กรมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงระดับการ Stock มาก และการพยากรณ์ ปริมาณของ Stock

- บุคลากรขององค์กรมีความเข้าใจแผนการจัดซื้อจัดหาเป็นอย่างดี

- องค์กรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนรรับสินค้าเข้าและการ Stock มีการจัดการกระบวนการไหลเวียนของสินค้า และมีการใช้อุปกรณ์ขนถ่ายสินค้าที่เหมาะสม
- องค์กรมีการจัดการสินค้าระหว่างจัดเก็บ ที่เหมาะสม มีการวางผังกระบวนการจัดเก็บที่เหมาะสม และมีระบบการรับ/เบิกจ่ายสินค้าที่เหมาะสม
- ขั้นตอนการทำงานของพนักงานในองค์กรมีความเหมาะสม

4.4.4 ประเมินกระบวนการจัดหา (Evaluate Sourcing Process)

- องค์กรมีแผนการสั่งซื้อสินค้าที่ค่อนข้างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ
- องค์กรมีกระบวนการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ
- องค์กรมีวิธีการสั่งซื้อที่เหมาะสม และการจัดเก็บเอกสารที่เหมาะสม
- ความสัมพันธ์ของแผนกจัดซื้อกับแผนกที่เกี่ยวข้องในองค์กรเป็น ไปด้วยดี
- องค์กรกำลังจัดทำกรวิเคราะห์ต้นทุนในการจัดซื้อ และมีการจัดทำ Standardize item ที่เป็นไปได้
- แผนกจัดซื้อสามารถจัดส่งสินค้าไปยังผู้ใช้ได้ถูกต้องและค่อนข้างทันเวลา
- องค์กรมีการจัดทำโปรแกรมลดต้นทุน
- บุคลากรภายในองค์กรสามารถทราบสถานะของคำสั่งซื้อของตนเอง
- องค์กรมีการวางผังการจัดเก็บคลังวัตถุดิบ ระดับสินค้าคงคลัง และมีวิธีการบริหารจัดการเก็บสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

4.4.5 ประเมินกระบวนการของซัพพลายเออร์ (Evaluate Suppliers Process)

- องค์กรและซัพพลายเออร์หลักมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน
- องค์กรมีวิธีการเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสม
- ผลการประเมินซัพพลายเออร์หลักขององค์กร Lead Time ดี ไม่ค่อยมีความผันแปรของ Lead Time ร้อยละของการส่งมอบของตรงเวลาสูง ความสามารถในการเร่งสินค้าดี มีความสะดวกในการสั่งซื้อดี คุณภาพของสินค้าดี ประวัติของซัพพลายเออร์ดี การบริการหลังการขายดี และราคาเมื่อเปรียบเทียบกับซัพพลายเออร์อื่นอยู่ในเกณฑ์ถูกกว่า

4.4.6 ประเมินการใช้เทคโนโลยี (Evaluate the Use of Enabling Technologies)

- องค์กรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคอย่างเต็มรูปแบบ
- องค์กรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของหมวดผลิตภัณฑ์/ช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างเต็มรูปแบบ
- องค์กรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ณ เวลาที่เกิดข้อมูลจริงกับลูกค้า
- บุคลากรหลักบางคนในองค์กรมีการใช้อีเมลล์และอินเทอร์เน็ต

- องค์กรมีการลงทุนในด้านโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ
- องค์กรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศประสานเชื่อมโยงกับของพันธมิตรคู่ค้าได้

ต่อเนื่องกันไม่จำเป็นต้องมีการทำข้อมูลซ้ำ

4.4.7 ประเมินศักยภาพของบุคลากร (Evaluate HR Capabilities)

- พนักงานขององค์กรยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน
- พนักงานในองค์กรมีความเป็นผู้นำ
- พนักงานทุกคนมีทัศนคติที่ดีในการทำงานแบบร่วมมือกันข้ามแผนก/ฝ่าย และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานแบบร่วมมือกันข้ามองค์กร
- องค์กรมีการทำงานแบบข้ามสายงาน และพนักงานมีความพร้อมที่ดีในการที่จะเปลี่ยนแปลงจากการทำงานแบบเดิมสู่การทำงานแบบใหม่
- องค์กรมีระดับการหมุนเวียนเข้าออกจากงานของพนักงานค่อนข้างบ่อย และรู้จักหลักการการจัดการที่ดี
- องค์กรมีการจัดทำ TQM และผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ดีทางการจัดการโซ่อุปทาน

4.4.8 ประเมินกลยุทธ์ (Evaluate SC Strategies (Level of Maturity))

- องค์กรอยู่ในระหว่างการศึกษากลยุทธ์โซ่อุปทาน
- องค์กรกำลังศึกษาความตระหนักถึงกลยุทธ์โซ่อุปทานของพันธมิตรคู่ค้า
- ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานแบบมีส่วนร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า
- องค์กรมีการตั้งวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางธุรกิจ และพร้อมที่จะแบ่งปันวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และยุทธวิธีกับพันธมิตรคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ
- องค์กรและพันธมิตรคู่ค้าทำงานไปสู่เป้าหมายและเกณฑ์การวัดประเมินเดียวกัน
- องค์กรมีความเต็มใจที่จะแบ่งปันความหยิ่งรู้และแนวคิดใหม่ๆ กับพันธมิตรคู่ค้า
- องค์กรมีการให้ผลสะท้อนการปฏิบัติงานแก่พันธมิตรคู่ค้า
- องค์กรได้รับผลสะท้อนการปฏิบัติงานจากพันธมิตรคู่ค้า
- องค์กรสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่มากพอสมควรของระดับความต้องการได้อย่างรวดเร็ว
- นอกเหนือจากคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรง องค์กรสามารถเข้าถึงข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคได้สม่ำเสมอ

4.5 วิเคราะห์สถานะภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

ปัจจุบันการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร ที่เกี่ยวข้องกับภายนอก และภายในขององค์กร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strength)

- 1) ทีมบริหาร และพนักงานมีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถ
- 2) เป็นองค์กรขนาดเล็ก มีความยืดหยุ่นดี
- 3) ให้ความสำคัญรวดเร็วในเรื่องบริการ ไม่ซับซ้อน
- 4) ต้นทุนในการบริหารจัดการค่อนข้างต่ำเนื่องจากเป็นองค์กรขนาดเล็ก
- 5) ผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรตลอดเวลา เปิดรับความรู้ใหม่ๆ

ตลอดเวลา

- 6) พนักงานทุกคนเข้าใจ ในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี
- 7) มีกลุ่มเป้าหมาย และจัดจำหน่ายอย่างชัดเจน
- 8) มีความเชี่ยวชาญการจัดซื้อ จัดหา และเข้าใจรูปแบบระบบดี
- 9) การเงินของลูกค้าที่เป็นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความมั่นคงดี
- 10) บริษัทมีระบบการบริการ CRM : (Customer Relationship Management) ซึ่งได้รับการความร่วมมือทั้งผู้ซื้อผู้ขายเป็นอย่างดี

จุดอ่อน (Weakness)

- 1) ผลิตภัณฑ์หลักที่เป็น Brand ของบริษัทน้อยมากอาศัยผลิตภัณฑ์ของผู้อื่นหรือคู่แข่ง
- 2) เงินลงทุนของบริษัทใช้ทุนของผู้บริหารและมีจำนวนจำกัด
- 3) ไม่สามารถเพิ่มตลาด เพิ่มยอดขาย เนื่องจากเงินทุนจำกัด
- 4) ระบบควบคุมสินค้า และการขนส่งยังขาดเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานอยู่
- 5) Supplier มากมายทั้งคู่ค้าและคู่แข่งทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันบางครั้ง

โอกาส (Opportunity)

- 1) ความต้องการของหน่วยงานไฟฟ้ายังมีการขยายตัวสูงขยายฐานการตลาดได้อีกจำนวนมาก
- 2) หน่วยงานไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต้องการ เปิดโอกาสให้บริษัทใหม่ๆ เข้าไปแข่งขันอีกมากเนื่องจากอดีตมี บริษัทเก่าๆผูกขาดไม่มกรายและทำสินค้าคุณภาพลดลงการไฟฟ้ามีปัญหาการเลือกซื้อจากผู้ขายน้อยรายไม่มีโอกาสได้เลือกมกราย
- 3) โอกาสในการขยายผลิตภัณฑ์ ทั้งแนวตั้ง แนวนอน ยังมีอีกมาก ที่จะให้บริษัทขยายตัวได้

4) ไม่ว่าเศรษฐกิจ จะอยู่สภาพแบบไหน แต่ความต้องการยังคงอยู่ แต่ในกรณี เศรษฐกิจดี โอกาสทางธุรกิจก็ขยายตัวตามทันทีเช่นในปัจจุบัน จังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต ความ ต้องการวัสดุอุปกรณ์สูงมาก

5) คู่แข่งยังเน้นการค้าแบบเดิมๆ แต่บริษัทฯ พยายามสร้างการมีส่วนร่วมทาง การตลาดทั้งคู่แข่งและลูกค้า ใช้หลักของ Blue Ocean ไม่ใช่ Red Ocean

6) มีความสามารถในการสร้างความเจริญเติบโต ได้อย่างรวดเร็วเพราะตลาดมีอุปสงค์ สูงมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1) ราคาสินค้า เช่น Hardware ที่เป็นงานเหล็กราคาไม่นิ่ง ราคาขึ้นตลอดเวลาไม่ สามารถขึ้นราคาได้นาน

2) คู่แข่งหลายต่อหลายรายมีมานานและผูกขาดมาในระดับหนึ่ง ในตลาดจนถึง ปัจจุบัน พยายามทำลายความน่าเชื่อถือของบริษัทฯหลายครั้ง

3) สินค้าทุกตัวถูกควบคุมราคากลางจากการไฟฟ้า ไม่สามารถทำราคาสูงเกินกว่าที่ ทางการไฟฟ้ากำหนดคกเว้นบางตัวราคาไม่ได้จริงๆ

4) การขยายตัวแต่ละพื้นที่แต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน

5) ประเพณีวัฒนธรรมแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันต้องปรับตัวและเรียนรู้ ตลอดเวลาในการทำตลาด

6) เทคโนโลยีมีการปรับตัวเร็วต้องทำตัวให้สอดคล้องกับระบบของลูกค้าให้ทัน เช่นกัน

4.5.1 คู่แข่งขันในตลาด

ปัจจุบันในประเทศไทย มีผู้ผลิตและจำหน่าย อุปกรณ์ไฟฟ้าที่จำหน่ายให้การไฟฟ้าเป็น หลัก มีด้วยกันจำนวนมาก ถ้าในกรณีรวมผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตทั้งหมด ตลอดจนผู้นำเข้า แต่ในความ เป็นจริงแล้ว ตลาดจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

1) ตลาดโดยรวมนี้เป็นงานประมูลจากส่วนกลาง ในกรณีนี้จะพูดถึงเฉพาะงานในส่วน ของการไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเท่านั้น ไม่รวมการไฟฟ้านครหลวง ไฟฟ้าฝ่ายผลิต และ ภาคเอกชน ความต้องการมากในส่วนการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ถ้าคิดในอัตราส่วน ตลาดโดยรวม 100% ก็แสดงว่า การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าฝ่ายผลิต และงานเอกชน ทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 70% ของตลาดโดยรวมส่วนที่เหลือ 30% เป็นของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งงานบิิตประมูลส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตจะเข้าบิิตประมูลเองเสีย ส่วนใหญ่ซึ่งผู้ผลิตหลายต่อหลายรายจะไม่เน้นขายเลยหรือไม่ขาย เลยตลาดที่เป็นของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแต่จะมุ่งเน้นขายฝ่ายตัวแทนที่ไปตลาดส่วนอื่นๆ ที่เป็น

ของเอกชน ซึ่งผู้ผลิตก็มีมากมายรวมทั้งผู้นำเข้า แต่บริษัทจะไม่กล่าวถึงถือว่าไม่ใช่คู่แข่งทางการค้าของบริษัทฯ เพราะกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าต้องอยู่ต่างกลุ่มกัน

2) ตลาดที่เป็นการจัดซื้อจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตามต่างจังหวัด ทั่วทั้งภูมิภาคของประเทศซึ่งเป็น เป้าหมายหลักของบริษัทฯก็จะมีคู่แข่ง ดังนี้ ซึ่งคู่แข่งเหล่านี้จะบิดประมุลงานส่วนกลาง ในแต่ละรอบ ที่เปิดประมูล ถ้าแบ่งตามหมวดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯจะเห็นคู่แข่งแต่ละผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป

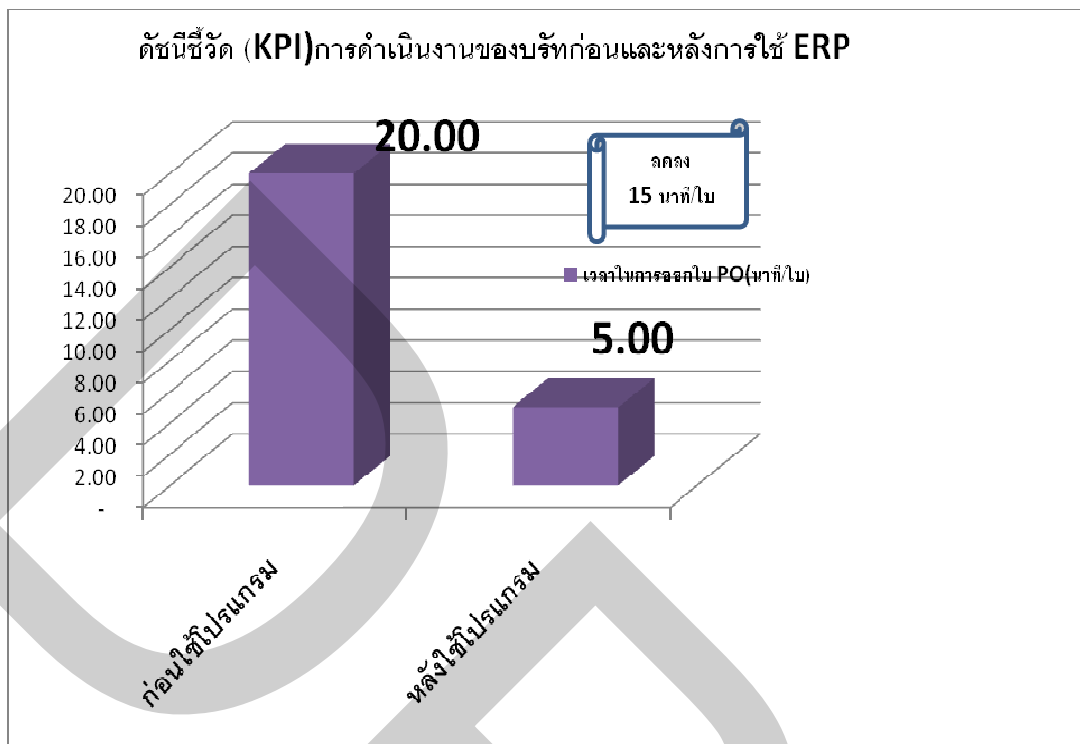
4.5 การวิเคราะห์กระบวนการ (Analyze Process)

การวิเคราะห์ในส่วนของก่อนและหลังการใช้โปรแกรม ERP ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทำการวิเคราะห์ปัญหา โดยการเปรียบเทียบ ผลปรากฏดังตารางที่ 4.4 ดังนี้

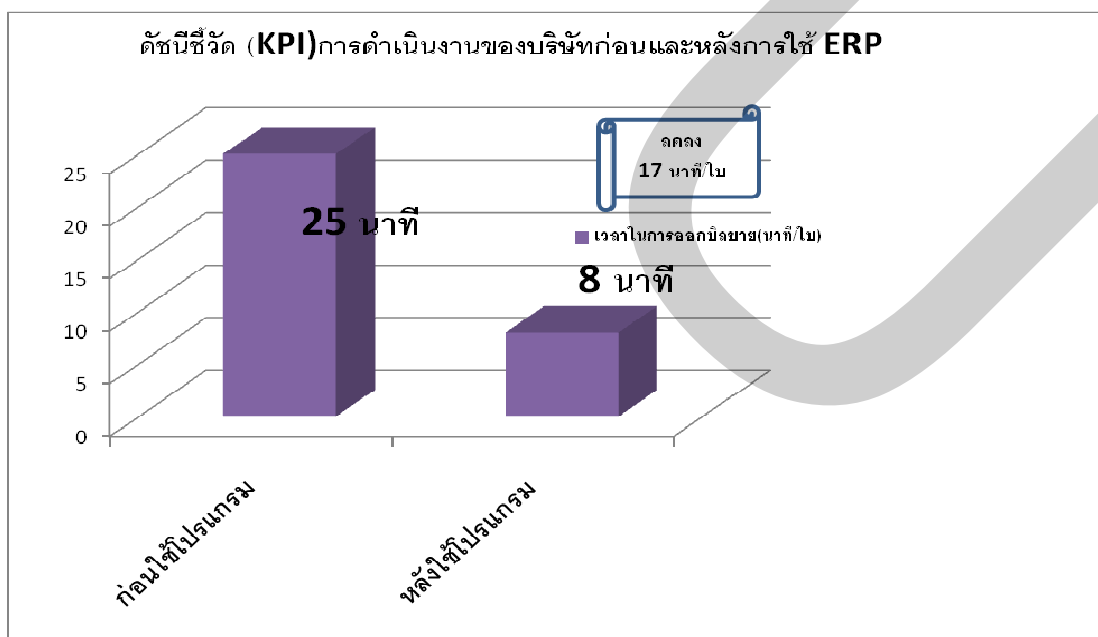
ตารางที่ 4.4 การประเมินตัวชี้วัดในการดำเนินงานของบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม

รายการประเมินตัวชี้วัด	ก่อนใช้โปรแกรม	หลังใช้โปรแกรม	ผลต่าง	ร้อยละของผลต่าง
เวลาในการออกไป PO(นาที/ใบ)	20.00	5.00	-15.00	75.00
เวลาในการออกบิลขาย(นาที/ใบ)	25.00	8.00	-17.00	68.00
งานล่าช้างานค้างส่ง(งาน/เดือน)	10.00	3.00	-7.00	70.00
มูลค่าสินค้าคงคลัง(หน่วย/บาท)	5,200,000	3,200,000	-2,000,000	38.46

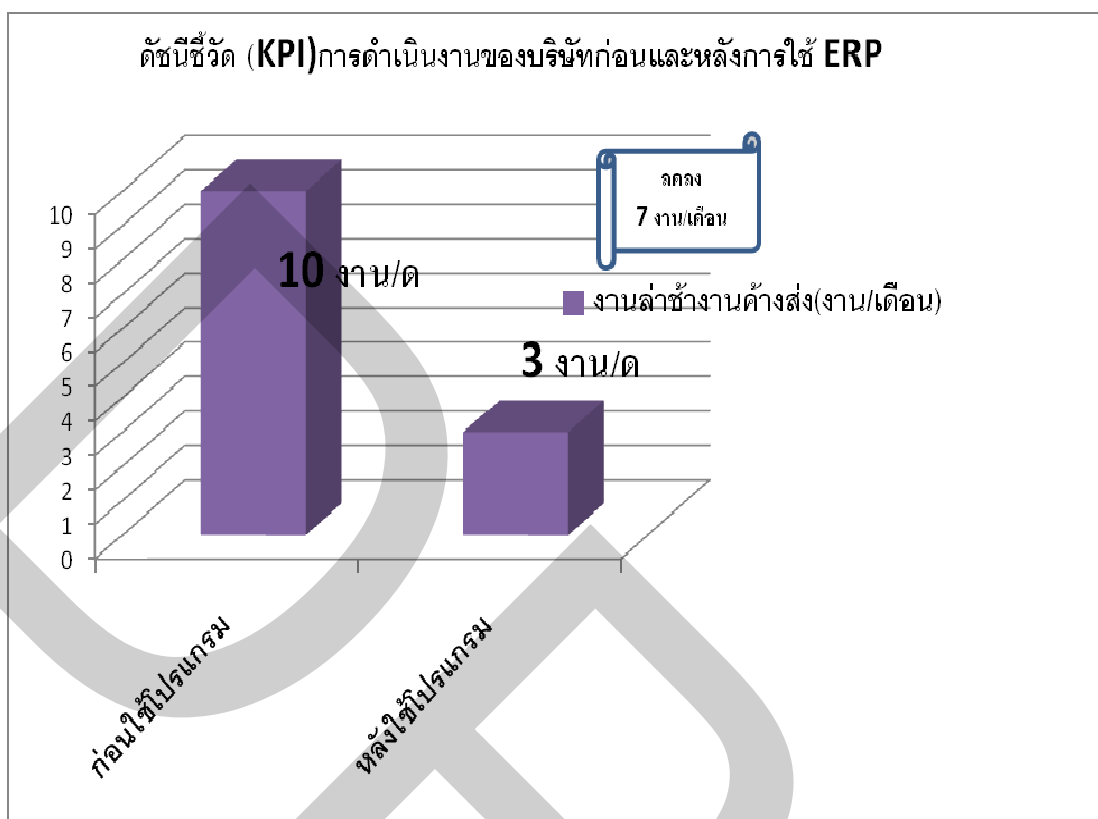
ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 4.4 หลังใช้โปรแกรม ERP พบว่า เวลาในการออกไป PO ลดลงร้อยละ 75.00 เวลาในการออกบิลขาย ลดลงร้อยละ 68.00 งานล่าช้างานค้างส่งสินค้าลดลงร้อยละ 70.00 และมูลค่าสินค้าคงคลังลดลงร้อยละ 38.46 จากก่อนใช้โปรแกรม ERP เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้แสดงในรูปภาพเปรียบเทียบดังนี้



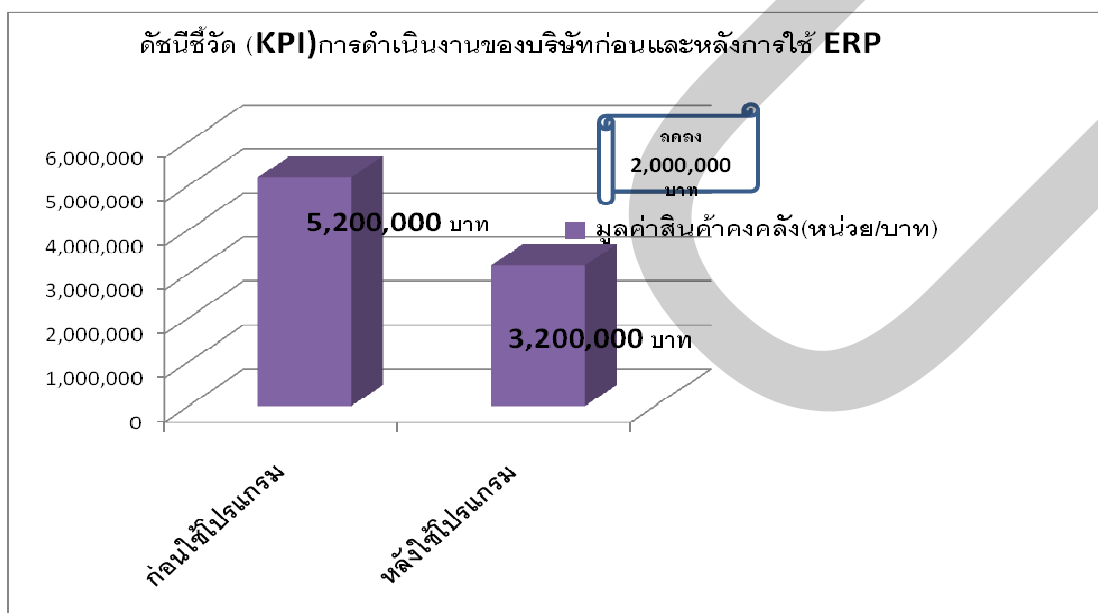
ภาพที่ 4.2 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย (นาที/ใบ) บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 4.3 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย (นาที/ใบ) บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 4.4 กราฟเปรียบเทียบงานล่าช้างานค้างส่งสินค้าบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 4.5 กราฟเปรียบเทียบค่าสินค้าคงคลังบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อค้ำนึ่งถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทของลูกค้ำ

ข้อค้ำนึ่งถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทจ้ำแนกตามประเภทของลูกค้ำ โดยรวมได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว (ร้อยละ 18.80) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ร้อยละ 13.80) และความสมบรูณ์ของสินค้า (ร้อยละ 5.00) และเมื่อพิจารณาตามประเภทของลูกค้ำแล้ว พบว่า ลูกค้ำในส่วนของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จะค้ำนึ่งถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว (ร้อยละ 37.50) ลูกค้ำที่เป็น Supplier ค้ำส่ง จะค้ำนึ่งถึงความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 45.00) ส่วนลูกค้ำที่เป็นเอกชนจะค้ำนึ่งถึง คุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาได้แก่ ความสมบรูณ์ของสินค้า (ร้อยละ 20.00)

5.1.2 ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวตะเอนิจเนียร์จ้ำกััด ของลูกค้ำ

ความคิดเห็นเฉลี่ยของลูกค้ำโดยรวมที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวตะเอนิจเนียร์จ้ำกััด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทานด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทวตะเอนิจเนียร์จ้ำกััด เกี่ยวกับบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ ลดต้นทุนในการจัดซื้อ สินค้าคุณภาพ มีความรวดเร็วในการบริการ มีความยืดหยุ่นในการบริการ และลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ส่วนลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า และปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.3 ความคิดเห็นลูกค้าเฉลี่ยโดยรวมในการจัดซื้อ จัดหา

ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยโดยรวมต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา จากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียร์ริง จำกัด อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานด้านความคาดหวังของลูกค้าในการจัดซื้อ จัดหา จากบริษัทวาตะเอ็นจิเนียร์ริง จำกัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53-4.40$) มีเพียงมีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอเท่านั้นที่ลูกค้ามีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.44$)

5.1.4 การวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้แบบจำลองการวินิจฉัยการจัดการโซ่อุปทานสำหรับองค์กร 8 ด้าน พบว่า

5.1.4.1 ประเมินการคาดหวังของลูกค้า (Evaluate Customers Expectations) พบว่า องค์กรมีระบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งระดับความพึงพอใจอยู่ประมาณ 96% ในการดำเนินงานขององค์กร มีคำร้องเรียนจากลูกค้าน้อย ประมาณ 0.5% องค์กรมีความสามารถในการตอบสนองคำร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เฉลี่ยใช้เวลาประมาณ 1 วัน องค์กรมีแผนการสำรวจและวิจัยความต้องการของลูกค้า และกำลังจัดทำ การประเมินศักยภาพของลูกค้า องค์กรมีการจัดแบ่งส่วน (Customer Segmentation) ของลูกค้า องค์กรมีการตอบสนองลูกค้าตรงตามแผนที่กำหนด องค์กรมีการวางแผนความร่วมมือกับลูกค้าในด้านต้นทุน ด้าน Lead Time ด้านการจัดส่งให้ถึงลูกค้าตามวันเวลาที่กำหนด

5.1.4.2 ประเมินกระบวนการส่งมอบ (Evaluate Delivery Process) พบว่า องค์กรมีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลาและปริมาณที่กำหนดไว้กับลูกค้า โดยมีการส่งตามที่กำหนด คิดเป็น 100% ของจำนวนครั้งในการส่งมอบ และไม่มีระยะเวลาเฉลี่ยที่คลาดเคลื่อนจากวันที่กำหนด องค์กรมีแผนตารางเวลาในการจัดส่งสินค้าที่เหมาะสม และเอกสารในการส่งมอบที่ถูกต้อง พร้อมทั้งองค์กรมีกระบวนการตกลงกับลูกค้าในการปรับแก้ตารางเวลาเมื่อเกิดปัญหาขึ้น ประเภทของสินค้าที่จัดส่งมีความถูกต้อง 100% และจำนวนสินค้าที่จัดส่งมีความถูกต้อง 100% ลูกค้ามีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และรอบระยะเวลาการจัดส่งสินค้ามีความสม่ำเสมอ องค์กรมีกำหนดข้อจำกัดของปริมาณต่ำสุดของการจัดส่ง (Minimum order) องค์กรมีการวางแผนการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสม องค์กรมีระดับสินค้าคงคลัง (Inventory level) ที่เหมาะสม และมีวิธีการบริหารจัดการเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory management & Control) ที่เหมาะสม องค์กรมีการจัดสายรถขนส่งที่เหมาะสม

5.1.4.3 ประเมินกระบวนการจัดซื้อจัดหา (Evaluate Purchasing) พบว่า องค์กรมีการวางแผนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม องค์กรสามารถปฏิบัติตามตารางวางแผนการจัดซื้อ

ผลิตภัณฑ์ได้ประมาณ 95% องค์กรมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแผนการจัดซื้อจัดหาจากลูกค้า โดยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงระดับการ Stock มาก และการพยากรณ์ปริมาณของ Stock บุคลากรขององค์กรมีความเข้าใจแผนการจัดซื้อจัดหาเป็นอย่างดี องค์กรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนรับสินค้าเข้าและการ Stock มีการจัดการกระบวนการไหลเวียนของสินค้า และมีการใช้อุปกรณ์ขนถ่ายสินค้าที่เหมาะสม องค์กรมีการจัดการสินค้าระหว่างจัดเก็บ ที่เหมาะสม มีการวางผังกระบวนการจัดเก็บที่เหมาะสม และมีระบบการรับ/เบิกจ่ายสินค้าที่เหมาะสม ขั้นตอนการทำงานของพนักงานในองค์กรมีความเหมาะสม

5.1.4.4 ประเมินกระบวนการการจัดหา (Evaluate Sourcing Process) พบว่า องค์กรมีแผนการสั่งซื้อสินค้าที่ค่อนข้างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ องค์กรมีกระบวนการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ องค์กรมีวิธีการสั่งซื้อที่เหมาะสม และการจัดเก็บเอกสารที่เหมาะสม ความสัมพันธ์ของแผนกจัดซื้อกับแผนกที่เกี่ยวข้องในองค์กรเป็นไปด้วยดี องค์กรกำลังจัดทำการวิเคราะห์ต้นทุนในการจัดซื้อ และมีการจัดทำ Standardize item ที่เป็นไปได้ แผนกจัดซื้อสามารถจัดส่งสินค้าไปยังผู้ใช้ได้ถูกต้องและค่อนข้างทันเวลา องค์กรมีการจัดทำโปรแกรมลดต้นทุนบุคลากรภายในองค์กรสามารถทราบสถานะของคำสั่งซื้อของตนเอง องค์กรมีการวางผังการจัดเก็บคลังวัสดุคิบ ระดับสินค้าคงคลัง และมีวิธีการบริหารจัดการเก็บสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

5.1.4.5 ประเมินกระบวนการของซัพพลายเออร์ (Evaluate Suppliers Process) พบว่า องค์กรและซัพพลายเออร์หลักมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน องค์กรมีวิธีการเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสม ผลการประเมินซัพพลายเออร์หลักขององค์กร Lead Time ดี ไม่ค่อยมีความผันแปรของ Lead Time ร้อยละของการส่งมอบของตรงเวลาสูง ความสามารถในการเร่งสินค้าดี มีความสะดวกในการสั่งซื้อดี คุณภาพของสินค้าดี ประสิทธิภาพของซัพพลายเออร์ดี การบริการหลังการขายดี และราคาเมื่อเปรียบเทียบกับซัพพลายเออร์อื่นอยู่ในเกณฑ์ถูกกว่า

5.1.4.6 ประเมินการใช้เทคโนโลยี (Evaluate the Use of Enabling Technologies) พบว่า องค์กรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคอย่างเต็มรูปแบบ องค์กรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของหมวดผลิตภัณฑ์/ช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างเต็มรูปแบบ องค์กรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ณ เวลาที่เกิดข้อมูลจริงกับลูกค้า บุคลากรหลักบางคนในองค์กรมีการใช้อีเมลล์และอินเทอร์เน็ต องค์กรมีการลงทุนในด้าน โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์กรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศประสานเชื่อมโยงกับของพันธมิตรลูกค้าได้ต่อเนื่องกัน ไม่จำเป็นต้องมีการทำข้อมูลซ้ำ

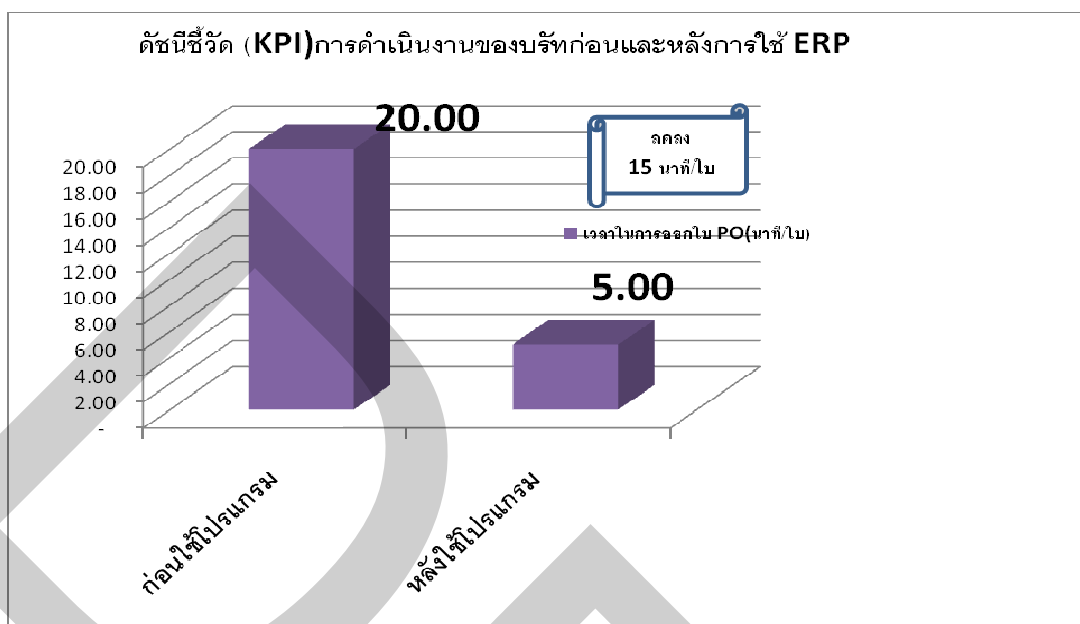
5.1.4.7 ประเมินศักยภาพของบุคลากร (Evaluate HR Capabilities) พบว่า พนักงานขององค์กรยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน พนักงานในองค์กรมีความ

เป็นผู้นำ พนักงานทุกคนมีทัศนคติที่ดีในการทำงานแบบร่วมมือกันข้ามแผนก/ฝ่าย และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานแบบร่วมมือกันข้ามองค์กร องค์กรมีการทำงานแบบข้ามสายงาน และพนักงานมีความพร้อมที่ดีในการที่จะเปลี่ยนแปลงจากการทำงานแบบเดิมสู่การทำงานแบบใหม่ องค์กรมีระดับการหมุนเวียนเข้าออกจากงานของพนักงานค่อนข้างบ่อย และรู้จักหลักการการจัดการที่ดี องค์กรมีการจัดทำ TQM และผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ดีทางด้านการจัดการ โซ่อุปทาน

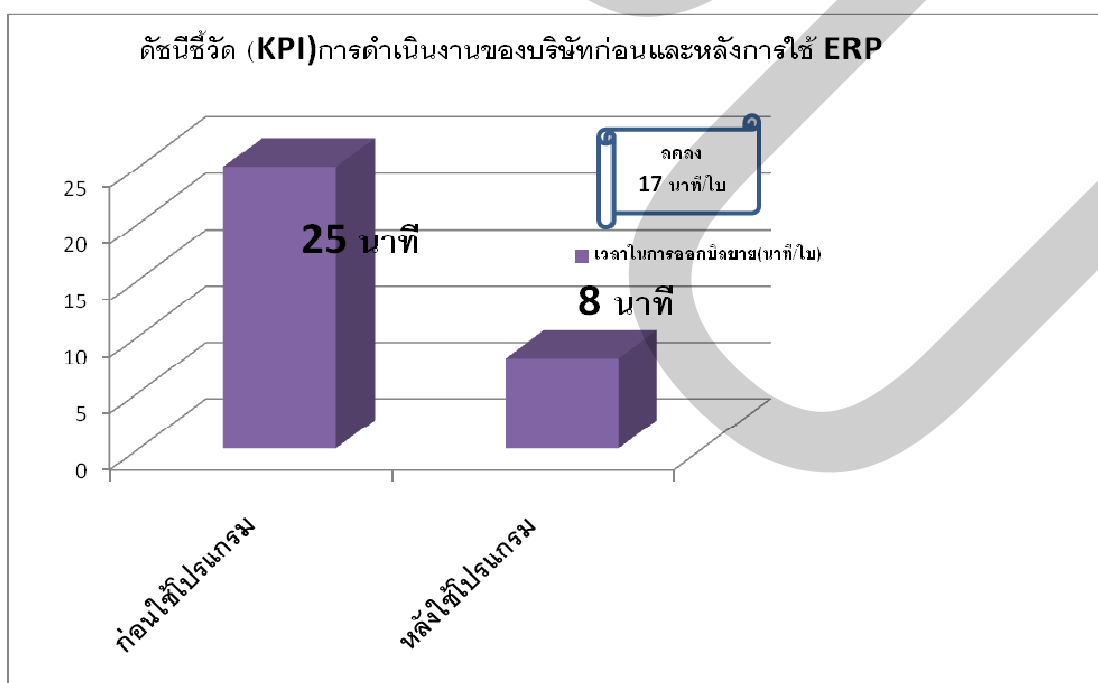
5.1.4.8 ประเมินกลยุทธ์ (Evaluate SC Strategies (Level of Maturity)) พบว่า องค์กรอยู่ในระหว่างการศึกษากลยุทธ์โซ่อุปทาน องค์กรกำลังศึกษาความตระหนักถึงกลยุทธ์โซ่อุปทานของพันธมิตรคู่ค้า ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานแบบมีส่วนร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า องค์กรมีการตั้งวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางธุรกิจ และพร้อมที่จะแบ่งปันวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และยุทธวิธีกับพันธมิตรคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ องค์กรและพันธมิตรคู่ค้าทำงานไปสู่เป้าหมายและเกณฑ์การวัดประเมินเดียวกัน องค์กรมีความเต็มใจที่จะแบ่งปันความหยั่งรู้และแนวคิดใหม่ๆ กับพันธมิตรคู่ค้า องค์กรมีการให้ผลสะท้อนการปฏิบัติงานแก่พันธมิตรคู่ค้า องค์กรได้รับผลสะท้อนการปฏิบัติงานจากพันธมิตรคู่ค้า องค์กรสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่มากพอสมควรของระดับความต้องการ ได้อย่างรวดเร็ว นอกเหนือจากคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรง องค์กรสามารถเข้าถึงข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคได้สม่ำเสมอ

5.1.5 หลังใช้โปรแกรม ERP

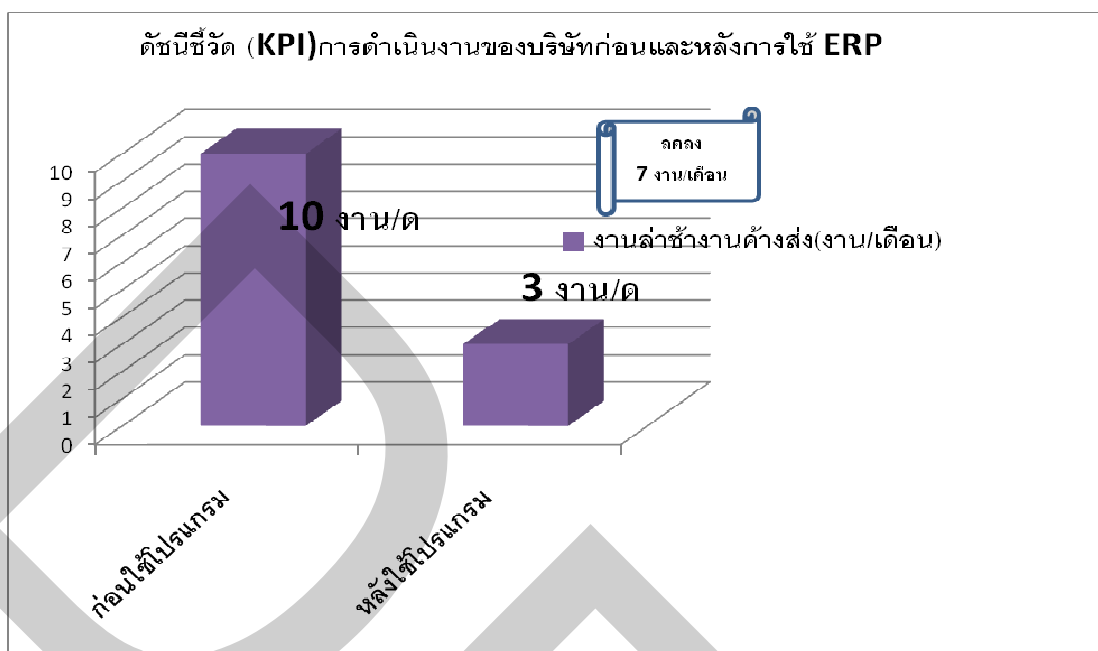
ผลการวิเคราะห์หลังใช้โปรแกรม ERP พบว่า เวลาในการออกใบ PO ลดลงร้อยละ 75.00 เวลาในการออกบิลขาย ลดลงร้อยละ 68.00 งานล่าช้างานค้างส่งสินค้าลดลงร้อยละ 70.00 และมูลค่าสินค้าคงคลังลดลงร้อยละ 38.46 จากก่อนใช้โปรแกรม ERP เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้แสดงในรูปภาพเปรียบเทียบดังนี้



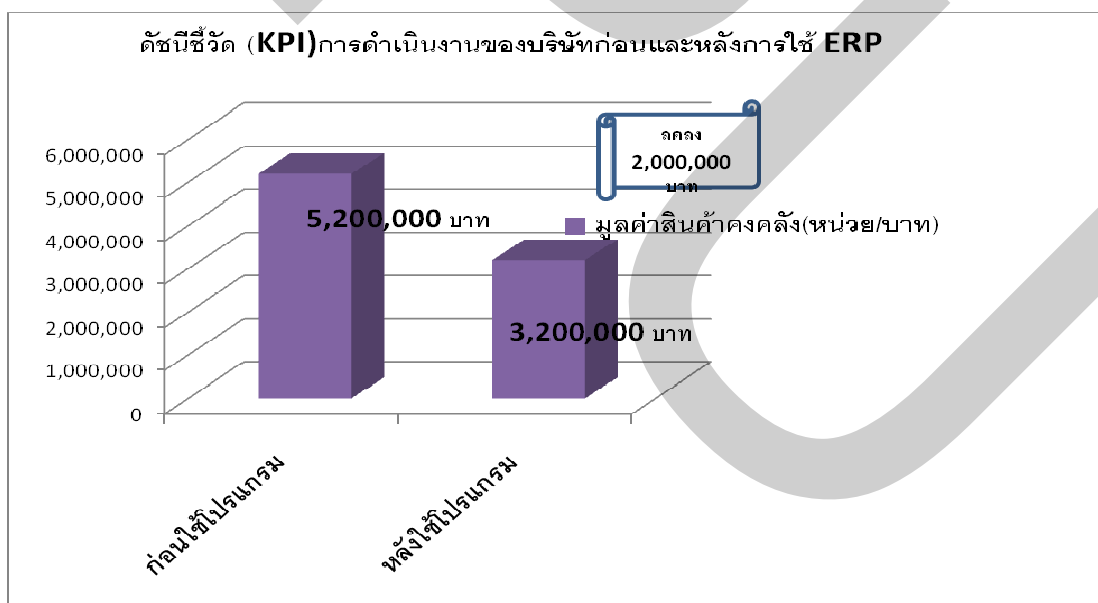
ภาพที่ 5.1 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย(นาที/ใบ)บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 5.2 กราฟเปรียบเทียบเวลาในการออกบิลขาย(นาที/ใบ)บริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 5.3 กราฟเปรียบเทียบงานล่าช้างานค้างส่งสินค้าบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม



ภาพที่ 4.4 กราฟเปรียบเทียบค่าสินค้าคงคลังบริษัทก่อนและหลังการใช้โปรแกรม

5.2 ข้อเสนอแนะ

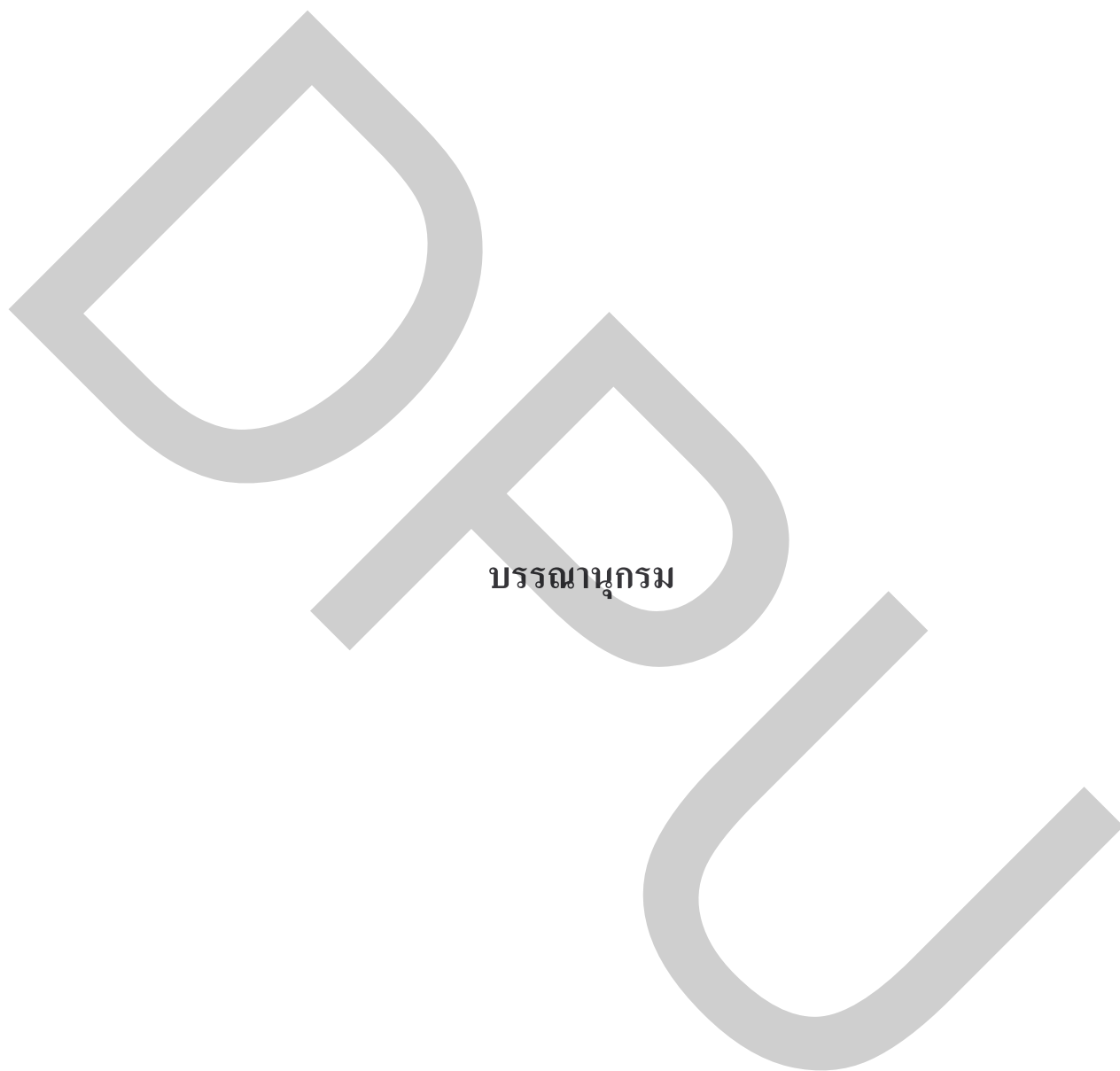
5.2.1 จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ ทั้งในกลุ่มลูกค้าที่เป็นในส่วนของกาไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและเอกชนตลอด จนผู้ค้าส่งที่ทำการค้าให้กับบริษัทฯ ในส่วนของการใช้บริการจากบริษัทวตะ เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการของบริษัทฯ บริษัทต้องรักษาและมีการสร้างความน่าเชื่อถือ ในการให้บริการ สามารถลดต้นทุนในการใช้บริการ สินค้ามีคุณภาพตลอดเวลา

5.2.2 ในส่วนของความคาดหวังของลูกค้าในด้านการจัดซื้อจัดหากับบริษัทฯ คือลูกค้ามีความคาดหวังที่สูงระดับมากนั้นเป็นเพราะบริษัทมีความยืดหยุ่นที่สูง และสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ในการให้บริการ เช่น การทำใบเสนอราคา การตอบข้อซักถามที่ลูกค้าต้องการได้อย่างชัดเจน และรวดเร็วในการบริการ เช่นการทำใบเสนอราคาหลังจากได้รับใบสอบถามราคา การเจรจาต่อรอง การส่งสินค้า ที่รวดเร็ว ในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับโครงสร้างการวางแผนธุรกิจสำหรับการบริการ จัดการกับสินค้า การบริการ การไหลของข้อมูล เงินทุน ซึ่งรวมถึง ข้อมูลที่มีความซับซ้อน บริษัทควรมีการติดต่อสื่อสารและการควบคุมให้ตรงกับความต้องการสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบันเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.2.3 บริษัทควรมีการจัดการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลोजิสติกส์ให้กับบุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึงเพื่อปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างเป็นระบบ

5.2.4 ควรจะให้บุคลากรมีโอกาสดับหน้าที่การทำงานเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจ การทำงานระบบบูรณาได้

5.2.5 พนักงานทุกคนควรจะใช้โปรแกรม CD organizer ที่บริษัทนำมาเป็นเครื่องมือบริหาร ควรจะใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ และทำการพัฒนาระบบโปรแกรมที่ดียิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2537). **โลจิสติกส์ และการจัดการซัพพลายเชน: กลยุทธ์สำหรับลดต้นทุน และเพิ่มกำไร**. กรุงเทพฯ : ซี วาย.ซีสเท็มพรีนติ้ง.
- ไชยยศ ไชยมั่นคง, มยุบพันธุ์ ไชยมั่นคง.(2550). **กลยุทธ์โลจิสติกส์ และซัพพลายเชน เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก**. กรุงเทพฯ. ซี.วาย.ซีสเท็มพรีนติ้ง.
- ฐาปนา บุญหล้า. (2548). **การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : ศ.ศ.ท.
- ฐาปนา บุญหล้า. (2549). **โลจิสติกส์ประเทศไทย**. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ ศ.ศ.ท.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์. (2549). **โซ่อุปทานและโลจิสติกส์ทฤษฎีงานวิจัย-กรณีศึกษา** กรุงเทพฯ : ไอทีแอลเทรคมีเดีย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามัญ บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญทรัพย์ พานิชการ และคณะ. (2549). **ผู้นำในการบริหารจัดการโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : ไอทีแอลเทรคมีเดีย.
- วาโร เฟิงส์สวัสดิ์. (2551). **วิธีวิทยาการวิจัย**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิทยา สุหฤทธำรง. (2546). **โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วิโรจน์ พุทธิวิถี. (2547). **การจัดการโลจิสติกส์ ขุมพลังของธุรกิจยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : โอเอซิสพรีนติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- สาธิต พะเนียวทอง. (2549). **การจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุธีร์ พนมยงค์. (2548). **การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์แบบ ABC**. กรุงเทพฯ : องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร กรุงเทพฯ).
- อรุณ บรรวิทย์. (2550). **กรณีศึกษาการบริหารงานจัดซื้อ**. ในประเทศไทยเล่ม 1,2. กรุงเทพฯ : ไอทีแอล.เทรค.มีเดีย.

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร. (2551). **หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : เสริมมิตร.

บทความ

โกศทรัพย์ ฟู่มพวง. (พฤษภาคม, 2547). Certified in Production and Inventory Management CPIM. **Logistics Thailand**. 2, 21, p51-52.

หฤษฎ์ วรโชติรุ่งเรือง. (2551). **แผนธุรกิจ การจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง แรงต่ำ และอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์**. กรุงเทพฯ : วาดะ เอ็นจิเนียริง.

ภาษาต่างประเทศ

ARTICLES

Jones, T.C. and Riley, D.W. (1984). Using Inventory for Competitive Advantage through Supply Chain Management. **International Journal of Physical Distribution and Materials Management**. 15, p16-26.

Lee, H.L. and Billington, C. (1995). The evolution of supply-chain-management models and practice at Hewlett-Packard. **Interfaces**. 25, p42-63.

Scott, C. and Westbrook, R. (1991). New Strategic Tools for Supply Chain Management. **International Journal of Physical Distribution and Materials Management**. 21, p22-33.

Stevens, G.C. Integrating the Supply Chain. (1989). **International Journal of Physical Distribution and Materials Management**. 19, p3-8.

พชช

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

การศึกษารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้ากรณีศึกษา :

บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าของบริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด ในด้านต้นทุนของบริษัท ความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ประสิทธิภาพของบริษัทในการตอบสนองลูกค้า และด้านความปลอดภัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของบริษัท

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. หน่วยงานของท่าน

- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง
 Supplier คำส่ง ลูกค้าเอกชน
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. สิ่งที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ คือ

- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว
 ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า ความสมบูรณ์ของสินค้า
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของบริษัท

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
---------------	---------	-------------	----------	----------------

ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท วาตะเอ็นจิเนียริง จำกัด

	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. สินค้าคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีความรวดเร็วในการบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีความยืดหยุ่นในการบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการโลจิสติกส์ และโซลูชันในการจัดซื้อ จัดหา

	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่งสินค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการใช้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. มีการให้ข้อมูลเรื่องของสินค้าของบริษัท ที่รวดเร็วและถูกต้อง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบ ราคาได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทาง และแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ ต่อการให้บริการของบริษัทฯ

.....

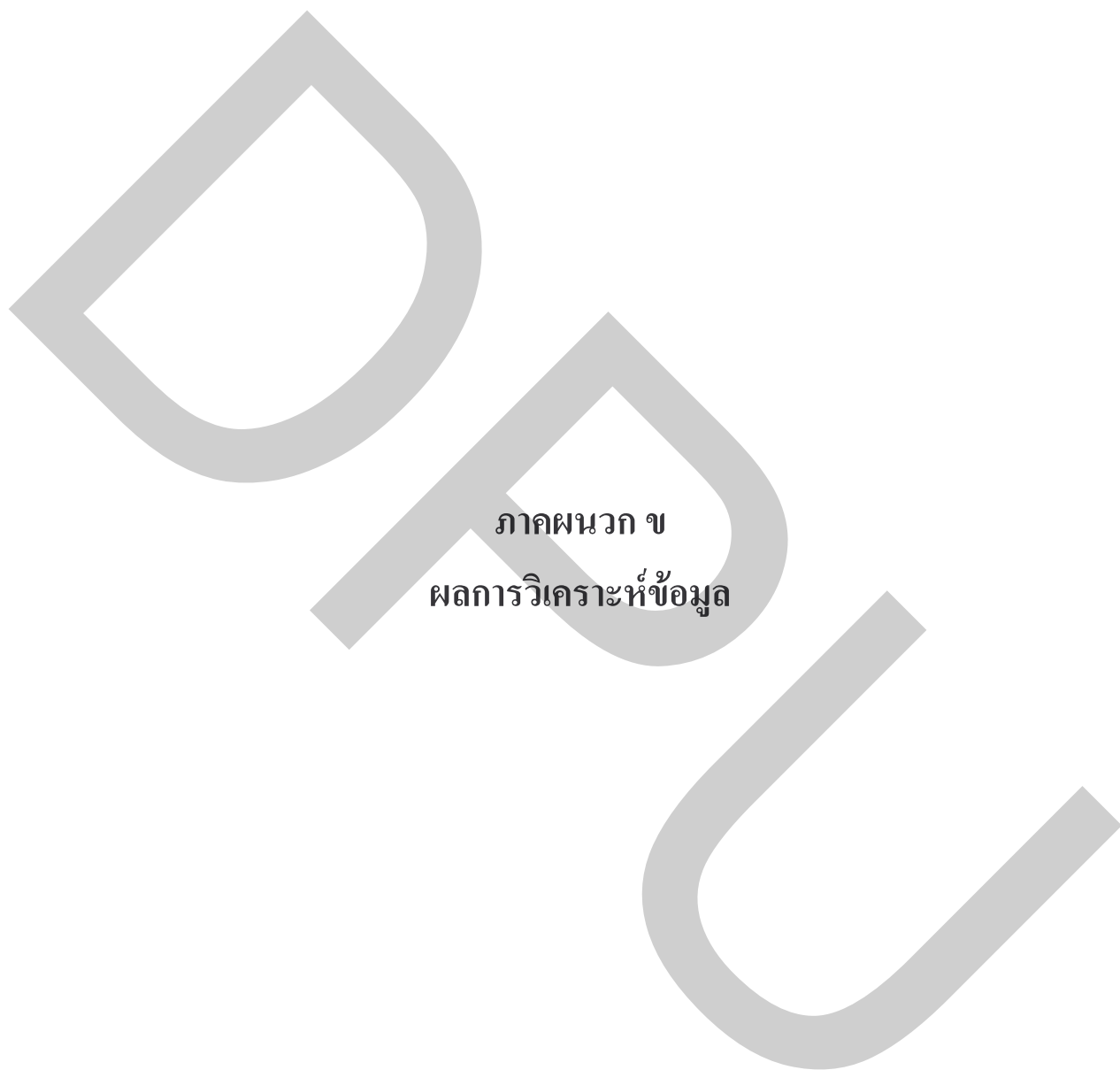
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

Frequencies

Frequency Table

หน่วยงานของท่าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	40	50.0	50.0	50.0
	Supplier ค้าส่ง	20	25.0	25.0	75.0
	ลูกค้าเอกชน	20	25.0	25.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

สิ่งที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	50	62.5	62.5	62.5
	การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว	15	18.8	18.8	81.3
	ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	11	13.8	13.8	95.0
	ความสมบูรณ์ของสินค้า	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Crosstabs

หน่วยงานของท่าน * สิ่งที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ Crosstabulation

			สิ่งที่ท่านคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการให้บริการของบริษัทฯ				Total
			คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์	การจัดส่ง สินค้าที่รวดเร็ว	ความ ถูกต้องใน การจัดส่ง สินค้า	ความ สมบูรณ์ ของสินค้า	
หน่วยงาน ของท่าน	การไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค	Count	25	15	0	0	40
		% within หน่วยงาน ของท่าน	62.5%	37.5%	.0%	.0%	100.0%
		% within สิ่งที่ท่าน คำนึงถึงเป็นอันดับ แรกในการให้บริการ ของบริษัทฯ	50.0%	100.0%	.0%	.0%	50.0%
		% of Total	31.3%	18.8%	.0%	.0%	50.0%
Supplier ค้า ส่ง		Count	9	0	11	0	20
		% within หน่วยงาน ของท่าน	45.0%	.0%	55.0%	.0%	100.0%
		% within สิ่งที่ท่าน คำนึงถึงเป็นอันดับ แรกในการให้บริการ ของบริษัทฯ	18.0%	.0%	100.0%	.0%	25.0%
		% of Total	11.3%	.0%	13.8%	.0%	25.0%
ลูกค้า เอกชน		Count	16	0	0	4	20
		% within หน่วยงาน ของท่าน	80.0%	.0%	.0%	20.0%	100.0%
		% within สิ่งที่ท่าน คำนึงถึงเป็นอันดับ แรกในการให้บริการ ของบริษัทฯ	32.0%	.0%	.0%	100.0%	25.0%
		% of Total	20.0%	.0%	.0%	5.0%	25.0%
Total		Count	50	15	11	4	80
		% within หน่วยงาน ของท่าน	62.5%	18.8%	13.8%	5.0%	100.0%
		% within สิ่งที่ท่าน คำนึงถึงเป็นอันดับ แรกในการให้บริการ ของบริษัทฯ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	62.5%	18.8%	13.8%	5.0%	100.0%

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	80	3.88	.537
ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	80	3.61	.584
สินค้าคุณภาพ	80	4.34	.615
มีความรวดเร็วในการบริการ	80	3.84	.561
มีความยืดหยุ่นในการบริการ	80	3.89	.528
ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	80	3.30	.560
ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	80	3.30	.488
ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	80	3.56	.633
ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	80	3.26	.611
ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	80	2.74	.759
ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท วัตถุประสงค์อื่นจริง จำกัด	80	3.5713	.34207
สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	80	4.40	.608
ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	80	3.53	.503
ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	80	3.56	.524
มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่งสินค้า	80	3.76	.534
มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	80	3.74	.522
มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	80	3.74	.590
สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายตามที่ลูกค้าต้องการใช้	80	3.85	.713
มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	80	3.81	.453
มีการให้ข้อมูลเรื่องของสินค้าของบริษัทที่รวดเร็วและถูกต้อง	80	3.86	.470
มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบราคาได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	80	3.83	.471
มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	80	3.66	.572
มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ	80	3.44	.592
ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	80	4.38	.682
มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	80	3.64	.509
ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และ โซลูปทานในการจัดซื้อ จัดหา	80	3.7994	.32219
Valid N (listwise)	80		

Descriptives

Notes

Descriptive Statistics

หน่วยงานของท่าน		N	Mean	Std. Deviation	
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	40	4.02	.530	
	ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	40	3.90	.441	
	สินค้าคุณภาพ	40	4.75	.439	
	มีความรวดเร็วในการบริการ	40	4.15	.427	
	มีความยืดหยุ่นในการบริการ	40	4.10	.379	
	ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	40	3.38	.586	
	ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	40	3.40	.496	
	ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	40	3.53	.506	
	ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	40	3.22	.530	
	ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	40	3.23	.423	
	ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท	40	3.7675	.23026	
	วาระเอ็นจีเนียริง จำกัด				
	สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	40	4.83	.446	
	ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	40	3.62	.490	
	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	40	3.55	.504	
	มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่ง	40	3.63	.586	
	สินค้า				
	มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	40	3.68	.572	
	มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความ	40	3.68	.656	
	ต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว				
	สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย	40	4.23	.660	
	ตามที่ลูกค้าต้องการใช้				
	มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	40	3.90	.379	
	มีการให้ข้อมูลเรื่องของสินค้าของบริษัทที่	40	3.95	.389	
รวดเร็วและถูกต้อง					
มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบถามได้	40	3.83	.446		
อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	40	3.67	.572		
มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้ง	40	3.50	.641		

หน่วยงานของท่าน		N	Mean	Std. Deviation
	ให้ลูกค้าทราบเสมอ			
	ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	40	4.90	.379
	มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	40	3.93	.350
	ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้ บริการ โลจิสติกส์ และ โซลูชันในการจัดซื้อ จัดหา	40	3.9200	.22804
	Valid N (listwise)	40		
Supplier คำส่ง	บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	20	3.85	.489
	ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	20	3.30	.571
	สินค้าคุณภาพ	20	3.90	.641
	มีความรวดเร็วในการบริการ	20	3.35	.489
	มีความยืดหยุ่นในการบริการ	20	3.75	.639
	ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	20	3.50	.607
	ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	20	3.45	.510
	ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	20	3.30	.923
	ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	20	3.45	.887
	ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	20	2.60	.598
	ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัท วตะเอ็นจิเนียริง จำกัด	20	3.4450	.40714
	สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	20	3.95	.510
	ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	20	3.45	.510
	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	20	3.60	.598
	มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่ง สินค้า	20	3.75	.550
	มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	20	3.60	.598
	มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	20	3.75	.639
	สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการใช้	20	3.15	.489
	มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	20	3.65	.587
	มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาสินค้าของบริษัทที่ รวดเร็วและถูกต้อง	20	3.65	.671
	มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบถามได้	20	3.65	.671

หน่วยงานของท่าน		N	Mean	Std. Deviation
	อย่างรวดเร็วและถูกต้อง			
	มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	20	3.65	.671
	มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ	20	3.50	.607
	ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	20	3.65	.587
	มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	20	3.50	.513
	ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และ ซ่ออุปทานในการจัดซื้อจัดหา	20	3.6065	.46745
	Valid N (listwise)	20		
ลูกค้าเอกชน	บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	20	3.60	.503
	ลดต้นทุนในการจัดซื้อ	20	3.35	.587
	สินค้าคุณภาพ	20	3.95	.224
	มีความรวดเร็วในการบริการ	20	3.70	.470
	มีความยืดหยุ่นในการบริการ	20	3.60	.503
	ลดปัญหาจากการใช้สินค้าจากที่อื่น	20	2.95	.224
	ลดต้นทุนด้านการดำเนินการและบริการ	20	2.95	.224
	ลดความเสี่ยงในการใช้ผลิตภัณฑ์	20	3.90	.308
	ต้องการสร้างพันธมิตรทางการค้า	20	3.15	.366
	ปัญหาในการใช้บริการจากบริษัทฯ	20	1.90	.641
	ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากบริษัทฯ	20	3.3050	.19861
	วาระเอ็นจีเนียริ่ง จำกัด			
	สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	20	4.00	.324
	ราคาสินค้าไม่เกินกว่าราคากลางที่กำหนด	20	3.40	.503
	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานสินค้า	20	3.55	.510
	มีการดูแลสินค้าดีไม่สูญหายจากการจัดส่ง	20	4.05	.224
	สินค้า			
	มีความชำนาญและเชี่ยวชาญทางธุรกิจที่ทำอยู่	20	4.00	.000
	มีพนักงานให้บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	20	3.85	.366
	สามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย	20	3.80	.410
	ตามที่ลูกค้าต้องการใช้			
	มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ	20	3.80	.410

หน่วยงานของท่าน	N	Mean	Std. Deviation
มีการให้ข้อมูลเรื่องของสินค้าของบริษัทที่รวดเร็วและถูกต้อง	20	3.90	.308
มีการให้ข้อมูลเรื่องราคาในเวลาสอบถามราคาได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	20	4.00	.000
มีการติดตามการเสนอราคาได้อย่างรวดเร็ว	20	3.65	.489
มีการตรวจสอบสินค้าระหว่างเดินทางและแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอ	20	3.25	.444
ความถูกต้องของเอกสารต่าง ๆ	20	4.05	.224
มีการให้คำปรึกษาแนะนำต่อผู้ใช้บริการเสมอ	20	3.20	.410
ด้านความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการ โลจิสติกส์ และ โซลูปทานในการจัดซื้อจัดหา	20	3.7510	.18467
Valid N (listwise)	20		

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นายหฤษฎ์ วรโชติรุ่งเรือง
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี (วศ.บ.) คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาอุตสาหกรรม วิทยาลัยรัชกาลย์ ปริญญาโท (บธ.ม.) คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ วิทยาลัยรัชกาลย์ ปริญญาเอกปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และ การเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต
ประวัติการทำงาน	
ปัจจุบันทางการเมือง	<ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกสภาเขต เขตสะพานสูง (ส.ข.) (30 เม.ย. 2549 – ปัจจุบัน) - รองประธานสภาเขตสะพานสูง (6 พ.ค. 2551 – 5 ก.พ.) - ประธานสภาเขตสะพานสูง (6 ก.พ. 2552 – ปัจจุบัน) - อนุกรรมการกิจการสภากรุงเทพมหานคร ชุดที่ ๕
ปัจจุบันทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการ (ฝ่ายทะเบียน) สภาวัฒนธรรม เขตสะพานสูง - คณะกรรมการ “ชมรมพลังแผ่นดิน” ด้านภัยยาเสพติด เขตสะพานสูง - คณะกรรมการ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนสมโภชกรุงอนุสรณ์ (200 ปี) - คณะกรรมการ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนสุเหร่าลาดบัวขาว - อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน(อปพร)เขตสะพานสูง
ปัจจุบันภาคเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> - ประธานกรรมการฝ่ายบริหาร บริษัท วาตะ เอ็นจิเนียริง จำกัด กรุงเทพฯ - กรรมการผู้จัดการ Kapha quality Co.,Ltd. - ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท สยามสแกนดิเนเวียนคอนกรีตชั่นแอนด์ บิสซิเนส จำกัด กรุงเทพฯ - ที่ปรึกษา โรงเรียนเจริญพัฒนาบริหารธุรกิจ คลองสามวา กรุงเทพฯ - ที่ปรึกษาอาวุโส บริษัท ไอคิวเอส แมนเนจเม้นท์ จำกัด คันทายาว กรุงเทพฯ