

# Chapter 6

## Market Distribution Strategies

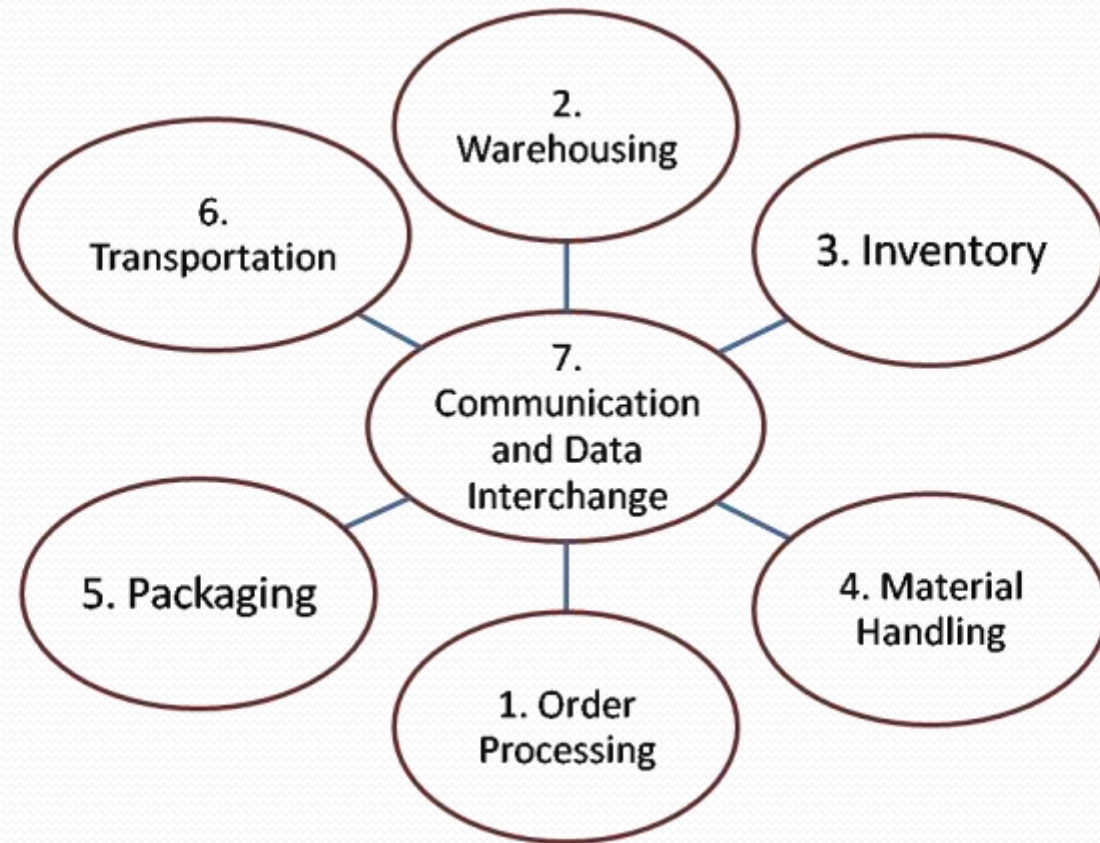
การกระจายสินค้าและการนำ  
สินค้าออกสู่ตลาด



# การกระจายสินค้า (Physical Distribution)

- **หมายถึง** การดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กร และผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรม หลายประเภท เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การบรรจุหีบห่อ
- **ความสำเร็จของการกระจายสินค้า** ขึ้นอยู่กับการเคลื่อนย้ายสินค้าของผู้ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในด้าน
  - เวลาที่ลูกค้าต้องการ
  - สถานที่ที่ถูกต้อง
  - ต้นทุนที่ต่ำที่สุด
- **ความสำคัญของการกระจายสินค้า** การกระจายสินค้าเป็นตัวแปรหลักของแนวความคิดการตลาด เนื่องจากการกระจายสินค้ามีส่วนในการลดต้นทุนและเพิ่มความพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่า(มูลค่าส่วนเพิ่มในสินค้า)

# องค์ประกอบหลักของระบบการกระจายสินค้า



# องค์ประกอบหลักของระบบการกระจายสินค้า

**1. Order Processing** เป็นกิจกรรมที่เริ่มต้นในกระบวนการกระจายสินค้า

## **2. Warehousing**

ปัจจัยสำคัญ คือ “การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า” และ ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

หน้าที่ของคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า คือ

- ☐ เตรียมสินค้าให้พร้อมและมีปริมาณมากพอ
- ☐ รวบรวมสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ
- ☐ แจกจ่ายสินค้าตามความต้องการของลูกค้า
- ☐ เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมผลิตภัณฑ์หลายๆ สายผลิตภัณฑ์

# องค์ประกอบหลักของระบบการกระจายสินค้า

## 3. Inventory Control

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง (ไม่นับรวมมูลค่าของสินค้า)

แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- ❖ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเก็บรักษา
- ❖ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสั่งซื้อ

“ องค์ประกอบหลักของระบบการกระจายสินค้า คือ การควบคุมสินค้าคงคลัง และการวางแผนสำหรับระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสม ”

# องค์ประกอบหลักของระบบการกระจายสินค้า

**4. Material Handling** เป็นการเลือกใช้อุปกรณ์ในการเคลื่อนย้ายและการขนส่งที่เหมาะสม ทำให้สินค้าคงคุณลักษณะเดิมไว้ ก่อนถึงมือลูกค้า

**5. Packaging** การเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

**6. Transportation** การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือจัดส่งไปยังผู้บริโภค

**7. Communication and Data Interchange**

# ปัจจัยที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดกลยุทธ์การกระจายสินค้า

1. ลักษณะและความต้องการลูกค้า
2. ลักษณะของบริษัท
3. ลักษณะสินค้า
4. คู่แข่งขัน
5. ช่องทางการจัดจำหน่าย
6. ข้อกำหนดทางกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

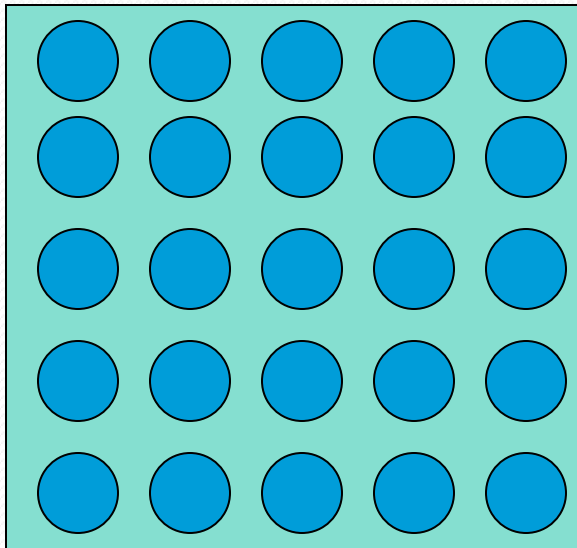
# กลยุทธ์การกระจายสินค้า

กลยุทธ์การกระจายสินค้าจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเรื่องรูปแบบของ  
ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนจำนวนระดับช่องทางและจำนวนคน  
กลางที่ใช้ในแต่ละระดับ ทางเลือกในการกระจายสินค้ามี 3 วิธี เพื่อ  
ครอบคลุมเขตตลาด ได้แก่

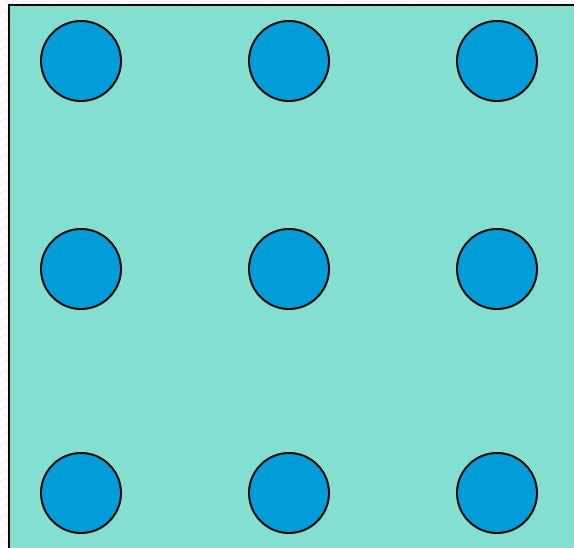
1. การจัดจำหน่ายแบบทั่วถึง
2. การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร
3. การจัดจำหน่ายแบบผูกขาด



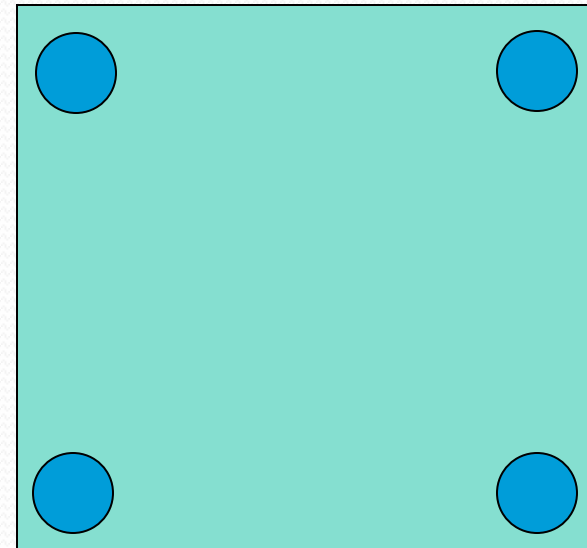
# รูปแบบการกระจายสินค้า (TYPE OF DISTRIBUTION)



Intensive



Selective



Exclusive

# ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) หรือที่มักเรียกทับศัพท์ว่า DC เป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกิจกรรมของ Logistics โดยเป็นกลไกให้เกิดการขับเคลื่อนหรือเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้า ภายใต้เงื่อนไขของเวลา และต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## การจัดการคลังสินค้าประเภท “Cross-Dock”

Cross Dock หมายถึง คลังสินค้าที่ใช้สำหรับรับสินค้า และส่งสินค้าในเวลาเดียวกัน หรือเป็นคลังสินค้าซึ่งมีการออกแบบเป็นพิเศษ เพื่อใช้ในการขนถ่ายจากพาหนะหนึ่งไปสู่อีกพาหนะหนึ่ง ส่วนใหญ่จะเหมาะกับสถานที่ซึ่งมีลักษณะเป็นศูนย์ในการรวบรวม และกระจายสินค้า ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรจุและคัดแยกสินค้า

# การจัดการคลังสินค้าประเภท “Cross-Dock”

## หน้าที่ที่สำคัญของ Cross-Dock ได้แก่

- สถานีเปลี่ยนถ่ายสินค้าของรถบรรทุกสินค้า (Terminal Truck Transfer)
- บรรทุกและขนถ่าย (Loading & Unloading)
- ทำหน้าที่เป็นสถานีในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร  
( Information Center )
- บางครั้ง Cross dock จะทำหน้าที่เป็นศูนย์บรรจุและคัดแยกสินค้า
- ศูนย์รวมสินค้า (Regional HUB)

# ช่องทางการกระจายสินค้า

ช่องทางการกระจายสินค้า (Distribution Channel) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด ช่องทางการกระจายสินค้าประกอบด้วยผู้ผลิต (Producers) คนกลาง (Agents) ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumers)

เครือข่ายการส่งมอบ (Delivery Network) ประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย และลูกค้า

สถานที่ (Place) นิยามของตลาดคือการจัดหาสินค้าและบริการที่ถูกต้อง ในเวลาที่ถูกต้อง เหมาะสม ด้วยราคาที่เหมาะสมและในสถานที่ที่เหมาะสมด้วย

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย

- ☐ การกระจายสินค้า (Physical Distribution)
- ☐ การบริหารการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Management)
- ☐ สถานที่หรือทำเลที่ตั้งของกิจการ (Location)
- ☐ ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location Warehousing)
- ☐ ความสามารถเข้าถึงลูกค้า
- ☐ ความสามารถเข้าถึงผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต
- ☐ การขนส่ง (Transportation)

# คนกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries)

คนกลางทางการตลาด เป็นธุรกิจที่ช่วยส่งเสริม ช่วยขาย และจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการไปยังผู้ซื้อขั้นสุดท้าย ประกอบด้วย

**1. คนกลาง (Middleman)** หมายถึง ธุรกิจอิสระที่ดำเนินงานเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม คนกลางสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

พ่อค้าคนกลาง (Merchant Middleman) หมายถึง คนกลางที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ดำเนินการ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และพ่อค้าขายต่อ เป็นต้น

ตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) หมายถึง คนกลางที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ดำเนินการ เช่น ตัวแทนผู้ผลิต นายหน้า เป็นต้น

# คนกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries)

**2. ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า (Physical Distribution Firm)** เป็นธุรกิจที่ช่วยเก็บรักษาสินค้า และเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทาง ดังนั้น จึงประกอบด้วย ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

**3. ธุรกิจให้บริการทางการตลาด (Marketing Service Agencies)** เป็นธุรกิจที่ช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่เหมาะสม ได้แก่ ธุรกิจการวิจัยตลาด บริษัทตัวแทนโฆษณา ธุรกิจเกี่ยวกับสื่อ ธุรกิจให้คำปรึกษาทางการตลาด

**4. สถาบันการเงิน (Financial Institution)** คือบริษัทต่างๆ ที่ช่วยจัดหาเงินและ (หรือ) ประกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า ได้แก่ ธนาคาร บริษัทเงินทุน บริษัทประกันภัย ฯลฯ

## การกระจายสินค้า แบ่งเป็นการกระจายไปยังกลุ่มผู้บริโภค 2 ประเภท ได้แก่

1. ผู้ใช้สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) หมายถึง ผู้ใช้ในครัวเรือน ผู้ใช้ที่ซื้อตามความพึงพอใจไม่ได้เชื่อมโยงกับธุรกิจหรือการหารายได้จากสินค้าที่ซื้อ การตัดสินใจซื้อจะเกิดจากเงื่อนไขความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก
2. ผู้ใช้สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Products) หมายถึง ผู้ใช้ที่สินค้าเพื่อนำไปใช้งานในทางธุรกิจ การประกอบการอุตสาหกรรม การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงกว่า หรือใช้ประกอบการดำเนินงานของธุรกิจ

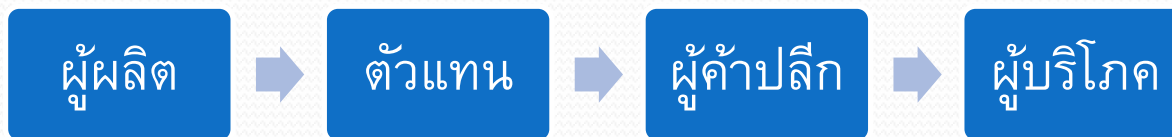


# ช่องทางการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภค

สินค้าสะดวกซื้อ เป็นกลุ่มของสินค้าที่มีตลาดในระยะยาวและปริมาณมาก  
จำนวนของคนกลางมากและมีการแข่งขันกันสูงมาก

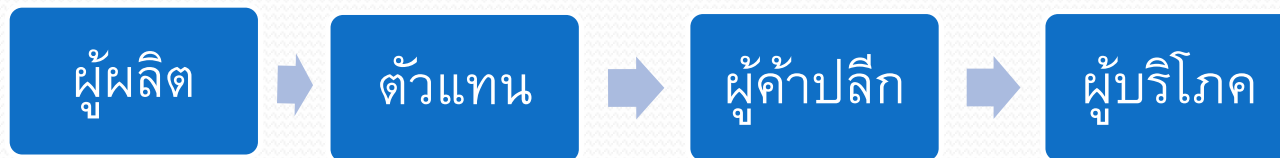


สินค้าเลือกซื้อ จะเลือกร้านค้าปลีกที่มีทำเลที่เหมาะสมกับสินค้าแต่ละชนิด



# ช่องทางการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภค

**สินค้าเจาะจงซื้อ** สินค้าเจาะจงซื้อหลายประเภทที่ขายผ่านเฉพาะร้านค้าปลีกแบบ  
ลูกโซ่เพียงไม่กี่ร้าน



**สินค้าไม่แสวงซื้อ** เป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องการดำรงชีพ



# ช่องทางกระจายสินค้าอุตสาหกรรม

## ตัวแทนขายหรือตัวแทนจำหน่าย (Selling Agents)

ตัวแทนคนกลางซึ่งรับผิดชอบงานการตลาดทั้งหมดของผู้ผลิต ไม่ใช่ทำเฉพาะหน้าที่การขายเท่านั้น

## นายหน้า (Broker)

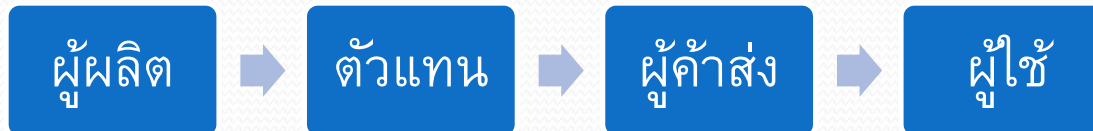
เป็นตัวแทนอิสระที่ทำการค้าส่ง มีหน้าที่สำคัญคือ นำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันและให้ข้อมูลการตลาด

# ช่องทางการกระจายสินค้าอุตสาหกรรม

วัตถุดิบ เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง



วัสดุและชิ้นส่วนประกอบ จะใช้ช่องทางนี้ในกรณีที่เป็นลูกค้ารายใหญ่

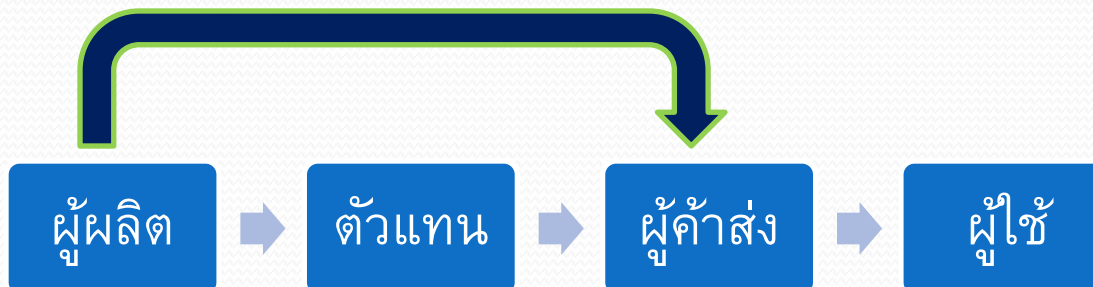


# ช่องทางการกระจายสินค้าอุตสาหกรรม

สิ่งติดขัด เช่น เครื่องจักรกลขนาดใหญ่มูลค่าสูง

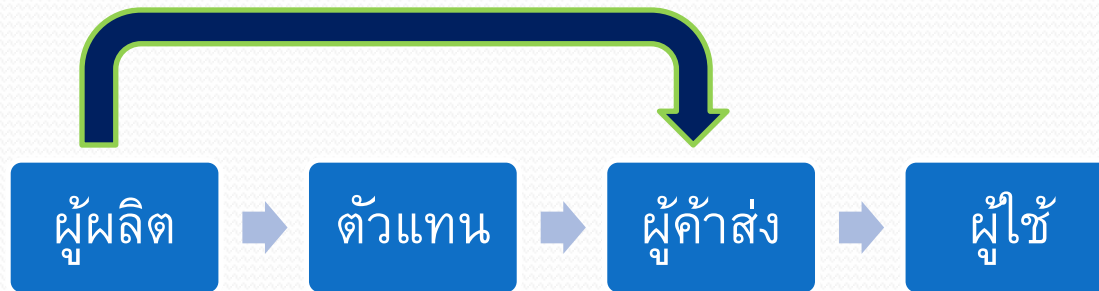


อุปกรณ์ประกอบ ผู้ผลิตอาจใช้ตัวแทนหรือไม่ก็ได้

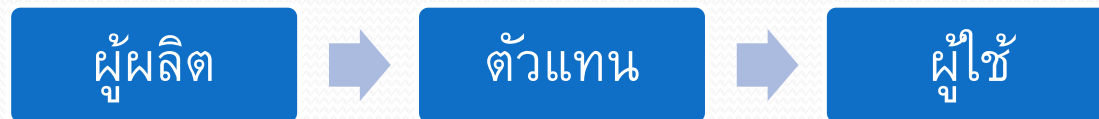


# ช่องทางการกระจายสินค้าอุตสาหกรรม

**วัตถุดิบเปลี่ยน** เป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานสั้น ใช้แล้วหมดไปในการดำเนินงาน

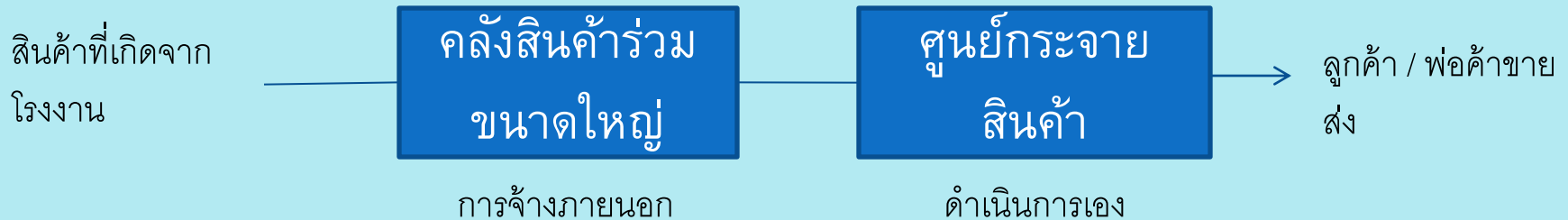


**งานบริการ** บริการที่มีเป้าหมายที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม



# โอกาสทางธุรกิจของผู้บริการโลจิสติกส์ภายนอก

## 1. TPL อาจให้บริการพื้นที่จัดเก็บสินค้า และช่วยดำเนินการด้าน Logistics



### กิจกรรมของ TPL

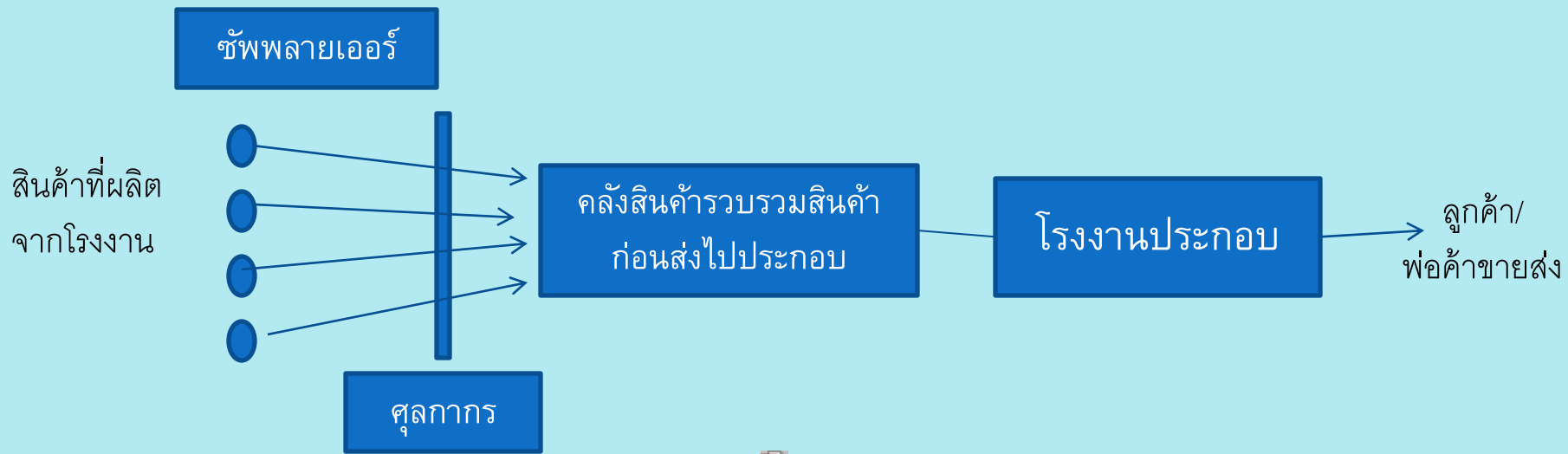
- แรงคนและการทำกับ
- จัดรับ จัดเก็บ และจัดส่ง
- บริการที่ให้คุณค่าเพิ่ม  
( เช่น การตรวจสอบ การแก้ไข )
- การจัดส่ง

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ค่าแรงต่ำลง
- ค่าเก็บรักษาสินค้าที่ต่ำลง
- ต้นทุนคงที่ที่ต่ำลง
- สามารถเน้นกิจกรรมของตัวเองได้

รูปที่ 6.12 คลังเก็บสินค้าขนาดใหญ่

## 2. TPL อาจจะดำเนินการเป็นด้านหน้าของศูนย์รวมผู้จัดหาวัตถุดิบ



### กิจกรรมของ TPL

- เหมือนกับรูปที่ 6.12
- ผ่านศุลกากร
- รับและส่งสินค้า
- การรวบรวมสินค้าที่ต้องส่ง

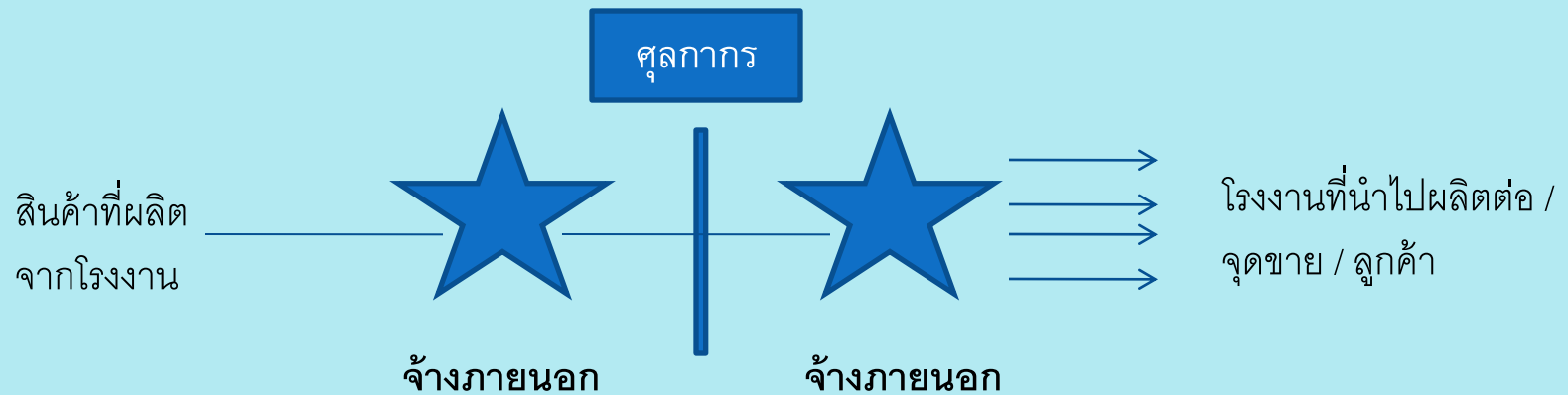
### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ไม่ต้องจ่ายภาษีศุลกากรทันที
- จ่ายเฉพาะค่าผลิตและขาย
- ผ่านด่านเร็วขึ้น
- รู้ปริมาณสินค้าที่อยู่ในคลัง

รูปที่ 6.13 ศูนย์รวบรวมชิ้นงาน



### 3. TPL อาจให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยตรงจากโรงงานสู่ผู้บริโภค ในภูมิภาค



#### กิจกรรมของ TPL

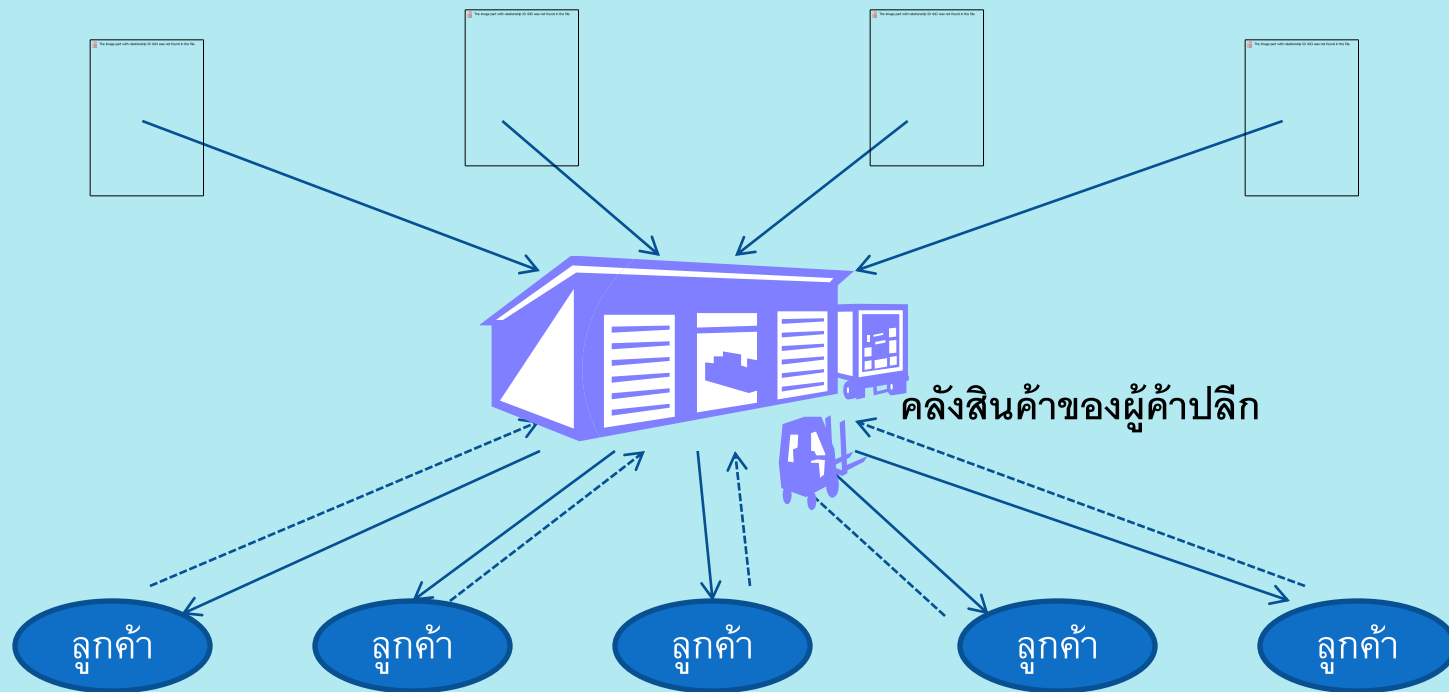
- เหมือนกับรูปที่ 6.13
- ไม่เสียค่าเก็บรักษาสินค้า
- มีการแยกแยะสินค้า
- มีบรรจุหีบห่อขั้นสุดท้าย

#### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- จัดส่งได้รวดเร็ว
- ลดปริมาณสินค้าคงคลัง
- ออกสินค้าใหม่ได้ง่ายขึ้น
- ไม่ต้องบรรจุหีบห่อขั้นสุดท้าย

รูปที่ 6.14 การขนส่งโดยตรงระหว่างประเทศ

## 4. TPL อาจให้บริการการขนส่งสินค้าจากที่อยู่ระหว่างทางไปยังลูกค้าโดยตรง



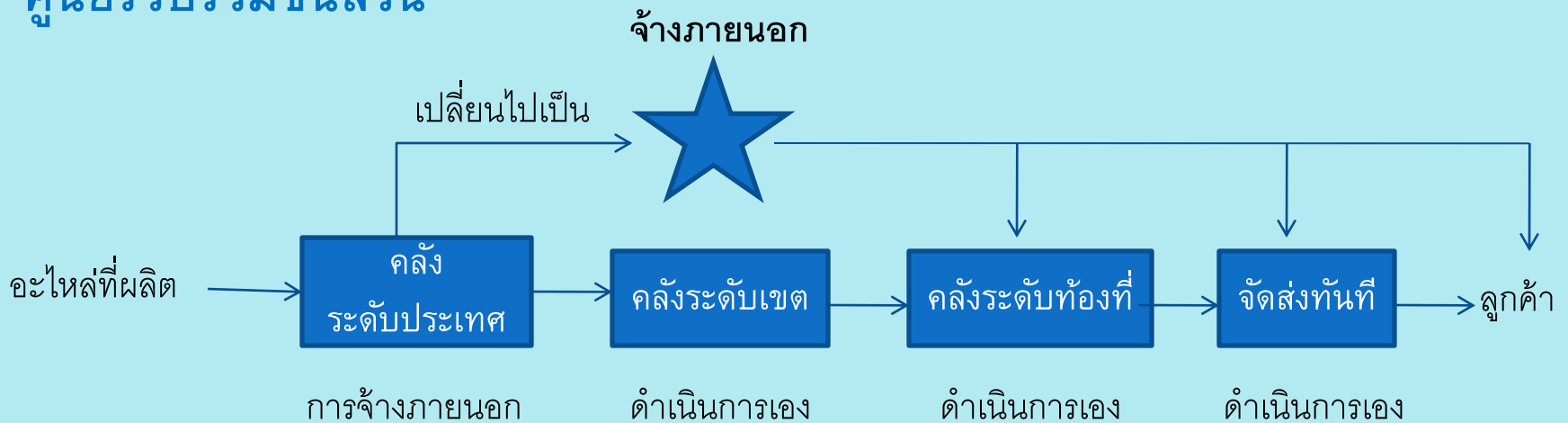
### กิจกรรมของ TPL

- เหมือนกับรูปที่ 6.14
- ไม่ต้องเสียค่าเก็บรักษาสินค้า
- ต้องบรรจุหีบห่อชั้นสุดท้าย

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- การจัดส่งที่เร็วขึ้น
- ไม่ต้องบรรจุหีบห่อชั้นสุดท้าย

## 5. TPL ดำเนินการให้บริการคลังสินค้า และขนส่งชิ้นส่วนแก่ผู้ผลิต ที่เรียกว่า “ศูนย์รวบรวมชิ้นส่วน”



### กิจกรรมของTPL

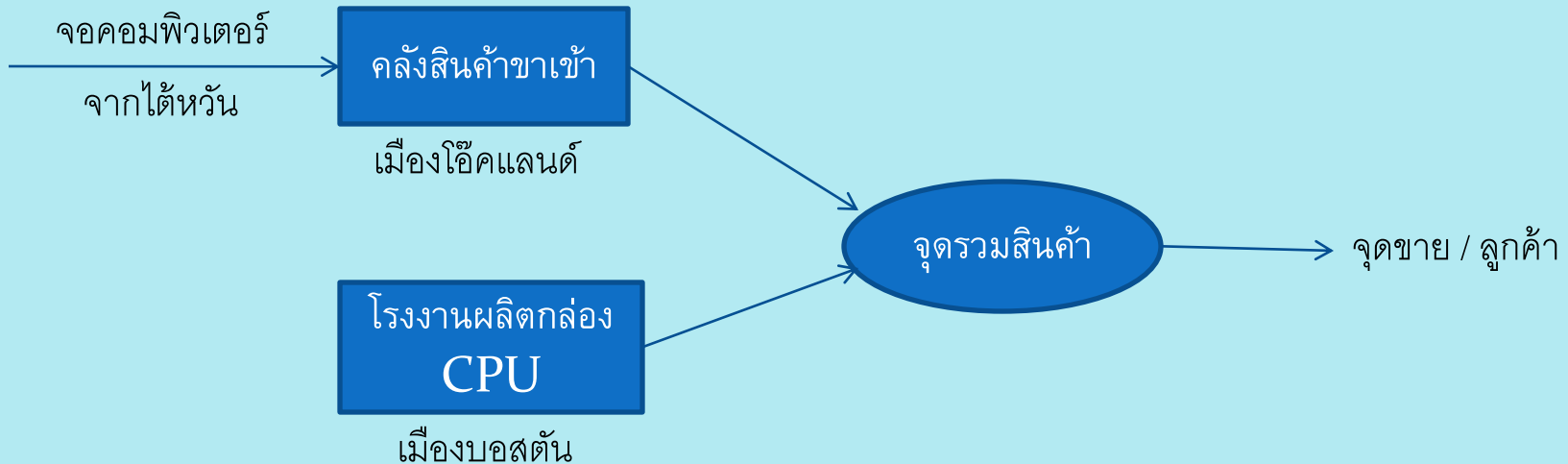
- เก็บรักษาสินค้า
- จัดส่งสินค้า
- แยกแยะสินค้า
- ติดตามและสืบหา
- บริการที่ให้คุณค่าเพิ่ม

( เช่น การตรวจสอบ การแก้ไข )

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ลดปริมาณสินค้าคงคลัง
- ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
- รับรู้ปริมาณสินค้าที่อยู่ในคลัง
- ออกสินค้าใหม่และเรียกเก็บสินค้าเก่าได้รวดเร็วขึ้น

## 6. การรวมสินค้าในระหว่างการขนส่งซึ่งเป็นความท้าทายใหม่ของบริษัท TPL ในการเพิ่มประสิทธิภาพในโซ่อุปทาน



### กิจกรรมของ TPL

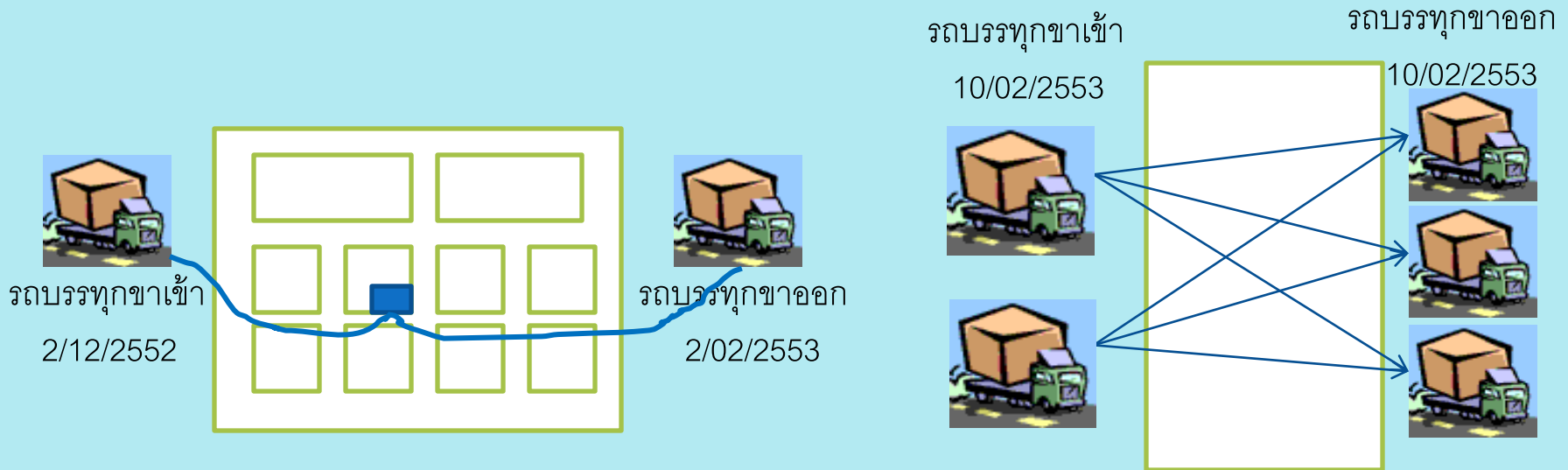
- จัดหาตามใบสั่งซื้อ
- ประสานข้อมูลและการจัดการขนส่ง
- บริการที่ให้คุณค่าเพิ่ม

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ลดเวลาการขนส่ง
- ลดปริมาณสินค้าคงคลัง

รูปที่ 6.17 การรวบรวมสินค้าในระหว่างการขนส่ง

## 7. วิธีส่งข้ามท่าในช่วงต้น ซึ่งปัจจุบันมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วใน TPL



### กิจกรรมของ TPL

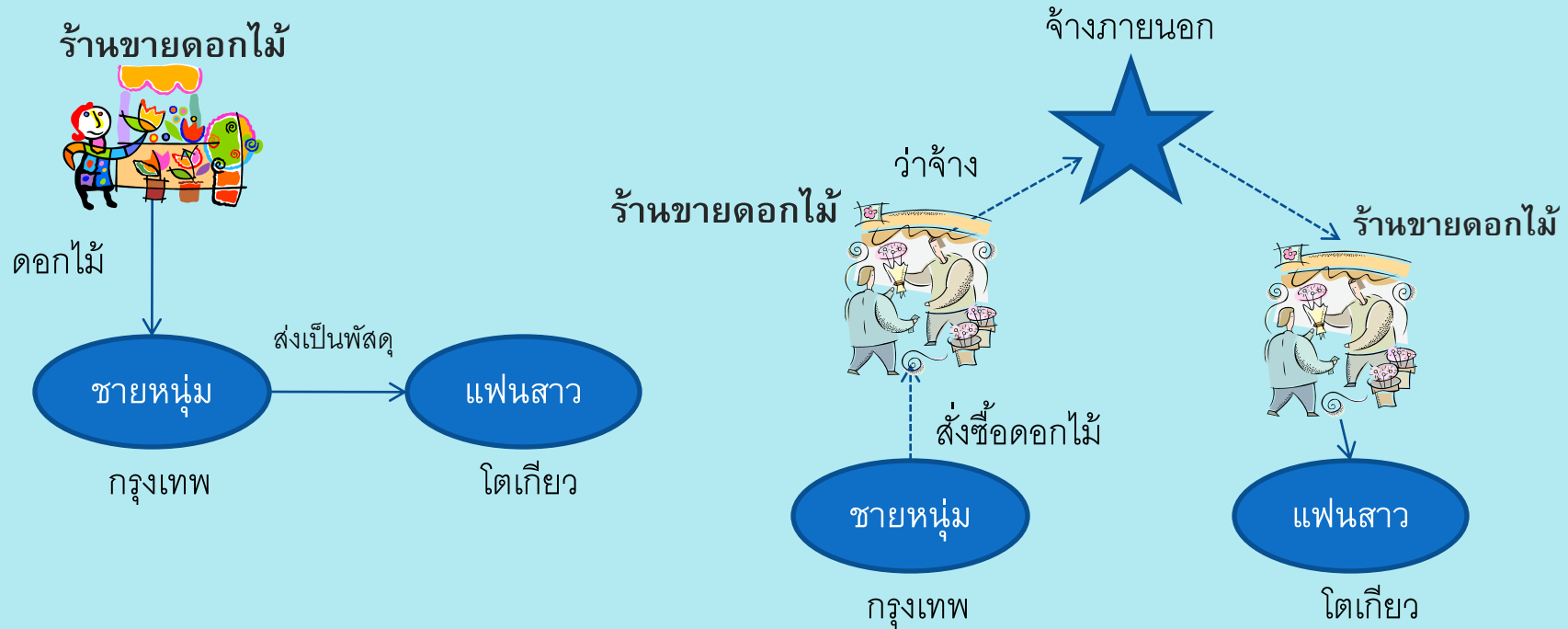
- ประสานให้สอดคล้องกันระหว่างขาเข้าและขาออก
- ขนถ่ายสินค้า
- แยกแยะสินค้า
- บริการที่ให้คุณค่าเพิ่ม

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- เวลาที่ใช้ในการเติมเต็มสินค้าที่ส่งลง
- ลดการขนย้ายสินค้าที่ไม่จำเป็น
- ลดปริมาณสินค้าคงคลัง

รูปที่ 6.18 วิธีส่งข้ามท่า

## 8. TPL ที่มีทรัพยากรสินน้อย อาจใช้ข้อมูลทดแทนการเดินทางของสินค้า



### กิจกรรมของ TPL

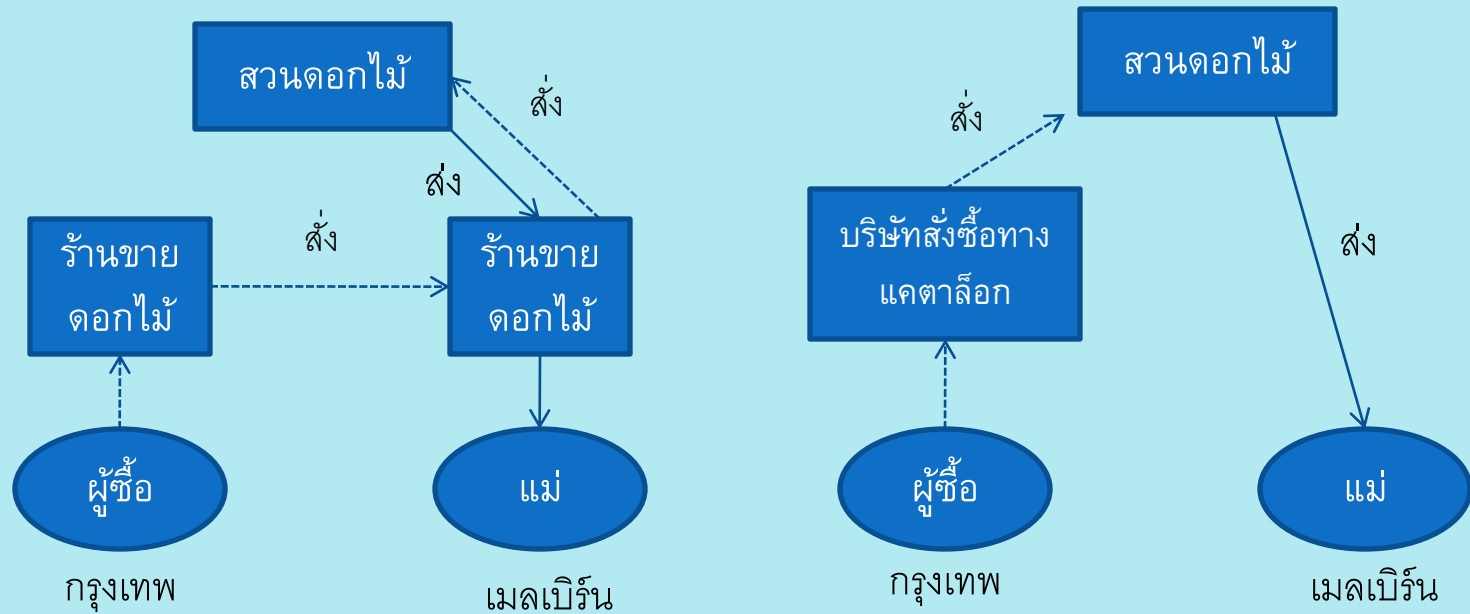
- จัดหาตามใบสั่งซื้อ
- ตรวจสอบสินค้าในคลังตามใบสั่งซื้อ
- เก็บเงิน

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- เวลาจัดส่งที่เร็วขึ้น
- ค่าขนส่งที่ต่ำลง

รูปที่ 6.19 การใช้ข้อมูลทดแทนการขนส่ง

## 9. การสั่งซื้อออนไลน์ ทำให้เกิดความต้องการในการขนส่งโดยตรงเพิ่มขึ้น



### กิจกรรมของ TPL

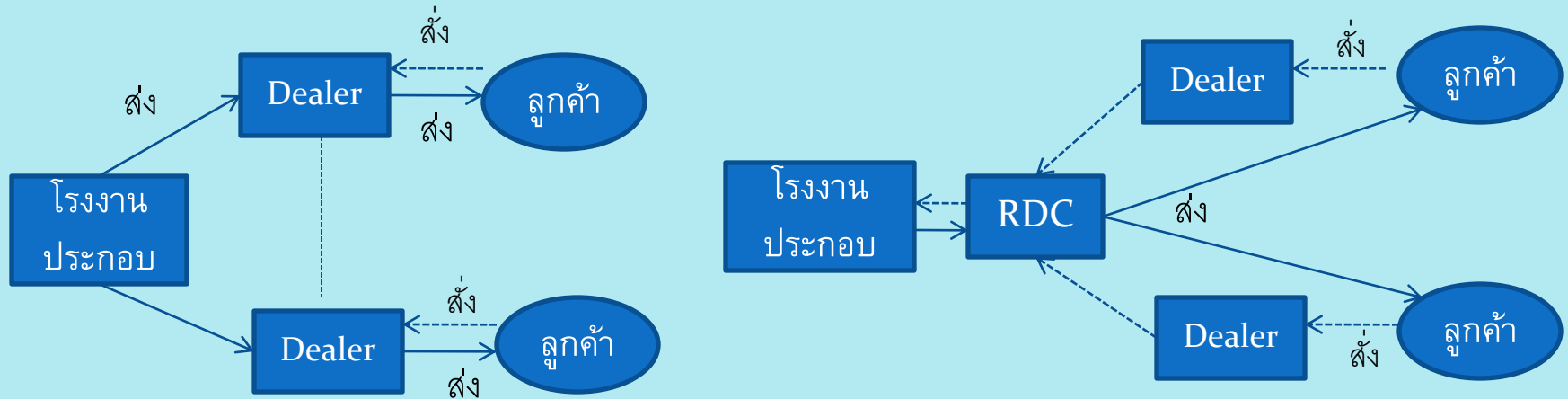
- จัดหาตามใบสั่งซื้อ
- ตรวจสอบสินค้าในคลังตามใบสั่งซื้อ
- เก็บเงิน

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- เวลาจัดส่งที่เร็วขึ้น
- ค่าขนส่งที่ต่ำลง

รูปที่ 6.20 การใช้ข้อมูลทดแทนการขนส่งผ่านบริษัทขายสินค้าทางไปรษณีย์

## 10. การเก็บสินค้าคงคลังไว้ด้วยกัน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการใช้ข้อมูลทดแทนการเก็บสินค้าคงคลัง



### กิจกรรมของ TPL

- การจัดส่งโดยตรง
- การให้ข้อมูลสินค้าคงคลังที่ล่าสุด
- ติดตามและสืบหา

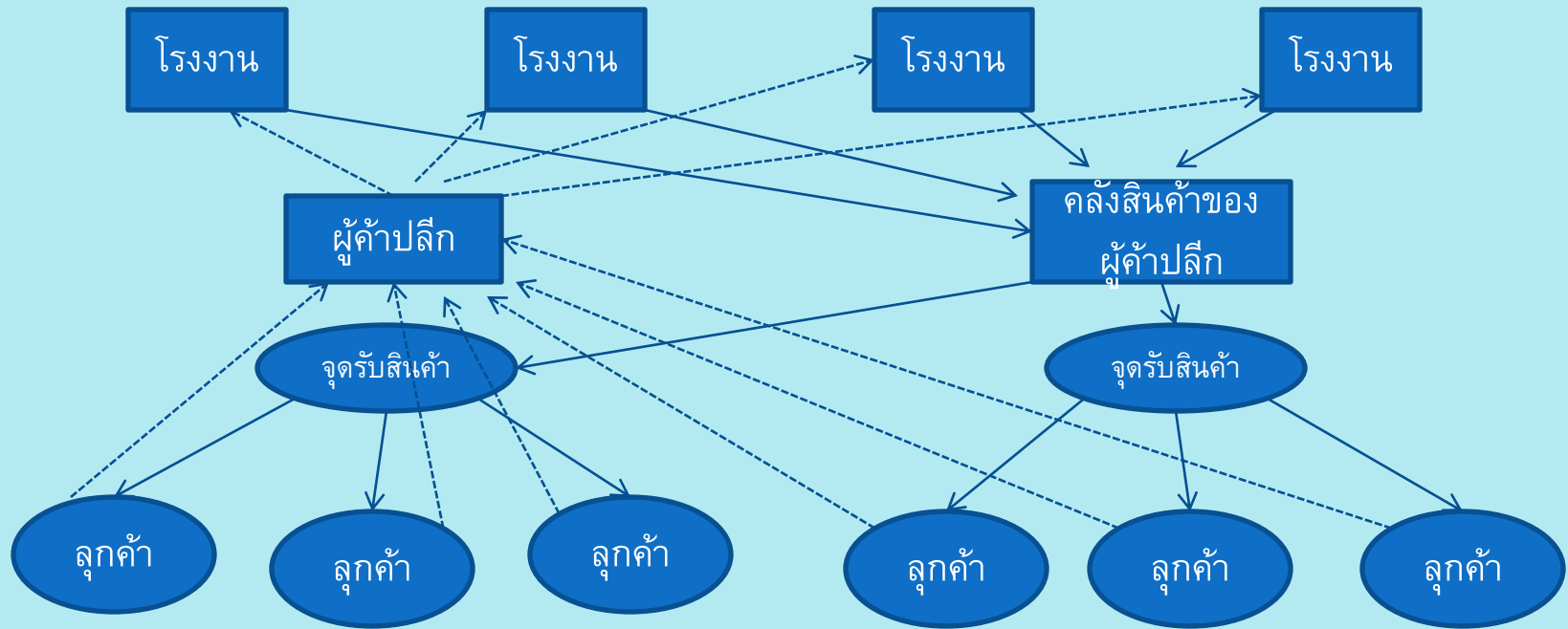
### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ปริมาณสินค้าคงคลังที่ต่ำลง
- สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น
- ไม่สูญเสียโอกาสที่จะขายสินค้า

รูปที่ 6.21 การใช้สินค้าคงคลังร่วมกัน



## 11. TPL สามารถให้บริการการขนส่งและการเลือกสถานที่จัดส่งแก่ผู้ค้าปลีก



### กิจกรรมของ TPL

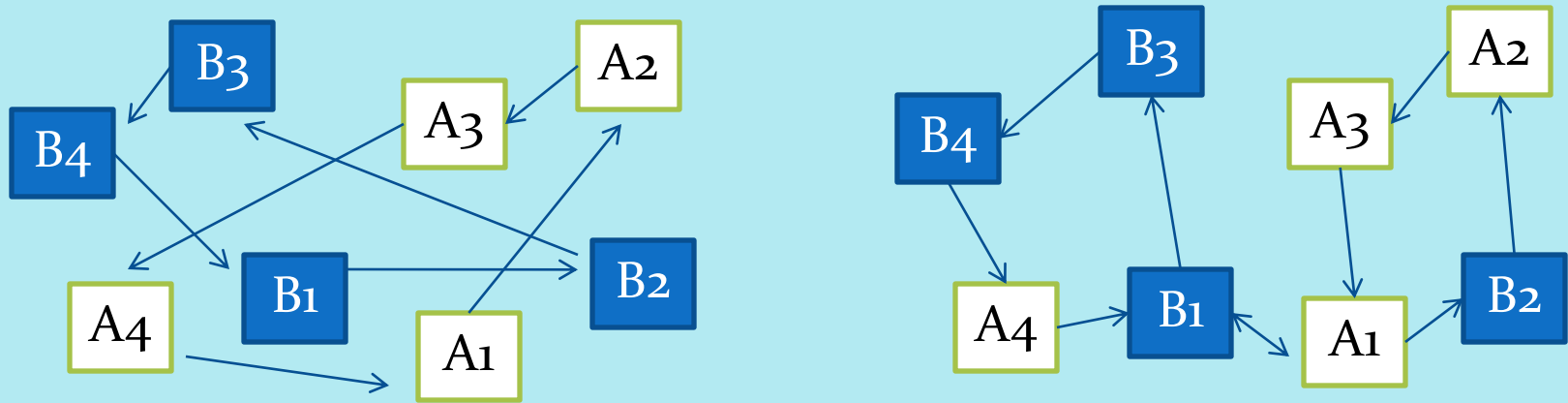
- บริการการขนส่ง
- ไม่มีค่าเก็บรักษาสินค้า
- ฐานะสินค้าที่อยู่ในคลัง
- บรรจุหีบห่อขั้นสุดท้าย
- บริการที่ให้ลูกค้าเพิ่ม

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ค่าขนส่งที่ต่ำลง
- การจัดส่งที่เร็วขึ้น

รูปที่ 6.22 การรับมอบสินค้าให้ลูกค้า ณ จุดส่ง

## 12. การรวมเส้นทางขนส่งผ่าน TPL เป็นวิธีที่ช่วยลดค่าขนส่ง



### กิจกรรมของ TPL

- รวบรวมและจัดเส้นทางขนส่ง
- จัดการขนส่ง

### ประโยชน์ที่ผู้จ้างได้รับ

- ค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ต่ำลง
- การจัดส่งที่เร็วขึ้น

รูปที่ 6.23 การรวมเครือข่ายของเส้นทางขนส่ง



# Case Study

P&G ซึ่งถือว่าเป็นค่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่กระจายสินค้าออกไปทั่วอเมริกาเหนือ ที่ผ่านมา ทาง P&G ได้เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการส่งมอบสินค้าล่าช้า ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายกับการส่งมอบสินค้าที่มีในช่วงนั้น P&G จึงพยายามอย่างยิ่งที่จะลดเวลาในการส่งมอบสินค้าให้น้อยลง ในขณะที่ต้องเพิ่มมาตรฐานในการบริการให้สูงขึ้น

Excel Logistics ได้เข้ามามีบทบาทในจุดนี้ ด้วยการสร้าง คู่เรือขวาง และปรับปรุงการจัดการด้านขนถ่ายสินค้าด้วย ซึ่งนำไปสู่ผลประโยชน์ในการกระจาย สินค้าของผู้บริโภค



ความท้าทายที่ เกิดขึ้นแผนกสินค้าของ P&G กระจายสินค้าผ่านทางอเมริกาเหนือผ่านทางบริษัทในเมือง ฟลอเรนซ์ ซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าในภูมิภาคที่เมืองเคนตั๊กกี จากจุดนี้เองทำให้ทาง P&G มีประสบการณ์เกี่ยวกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ล่าช้า ที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์เสียหาย กับการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ส่งผลให้ทาง P&G ต้องพยายามลดเวลาส่งมอบสินค้าไปถึงมือลูกค้าให้น้อยลงด้วย

**Excel Logistics** ซึ่งเป็นผู้จัดการของ **P&G** ได้วิเคราะห์ถึงยุทธศาสตร์การขนส่งสินค้าในปัจจุบันของ **P&G** โดยพิจารณาว่าด้วยแนวทางใหม่ที่จะสามารถเพิ่มบทบาทของคลังสินค้าขึ้น รวมถึงการจัดการด้านการขนถ่ายสินค้าด้วยนั้น จะเป็นกำลังสำคัญในการลดความเสียหายที่เกิดขึ้น ที่จะช่วยพัฒนาเวลาในการขนส่งรวมถึงเพิ่มศักยภาพในการบริการ

ในที่สุด **P&G** และ **Excel** ก็สามารถคิดแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อลดความไม่จำเป็นในการจัดการสินค้าคงคลังไป ได้ ในขณะเดียวกันก็พัฒนาการจัดการด้านการขนถ่ายสินค้า และเพิ่มศักยภาพทางด้านทรัพยากรด้วย ด้วยการใช้วิธีการทำงานที่อุ้มน้ำของ **P&G** ที่เพนซิลเวเนีย ในการขนถ่ายสินค้าของ **P&G**

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของ P&G ได้มีการย้ายศูนย์การจำหน่ายไปยังฝ่าย  
สาธารณูปการที่เพนซิลเวเนีย และจากที่นั่นเองจึงได้มีการกระจายสินค้าออกไปทั้ง  
อเมริกาตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากกระบวนการดังกล่าวจะช่วยลดเวลาในการ  
จัดการสินค้าที่จะส่งมอบ แล้วยังช่วยเป็นหลักประกันเกี่ยวกับสินค้าว่าจะได้รับการจัดส่ง  
โดยผู้เชี่ยวชาญในทุกขั้นตอน

การดำเนินงานของ P&G และการพัฒนาการจัดการด้านขนถ่ายสินค้าได้  
ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้นคือ

- - หนึ่งในที่ลดลงในการส่งสินค้า
- - ความเที่ยงตรงในการส่งมอบสินค้ามีมากขึ้น 10%
- - การเรียกร้องความเสียหายดีขึ้น 8% จากเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นสูง

จากกรณีศึกษาของ P&G จะเห็นได้ว่า การที่ P&G จ้าง Outsource ในการขนส่งสินค้านั้น เป็นวิธีหนึ่งของการใช้ Logistic แบบ Just in Time ทำให้การขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพ เพื่อให้บริษัทสามารถส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด โดยใช้ระบบ EDI ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาช่วย Support ในด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างคลังสินค้า และ P&G ซึ่งทำให้มีการติดตามและวิเคราะห์ได้ต่อเนื่อง

- ระดับสินค้าในคลังสินค้า แต่ละวันมีอยู่เท่าไร
- จะต้องส่งเพิ่มอีกเท่าไร
- เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่

# กรณีศึกษา : ศูนย์กระจายสินค้า เทสโก้ โลตัส







- ศูนย์กระจายสินค้าของเทสโก้ โลตัส ตั้งอยู่ที่ อ.วังน้อย จ.อยุธยา
- มีพื้นที่ 50,000 ตรม. มีพนักงานทั้งหมดประมาณ 500 คน
- มีระบบการจัดส่งสินค้าใช้ระบบ รหัสบาร์โค้ด

- มีระบบสายพานที่สามารถแยกประเภทสินค้า และกระจายสินค้า
- สำนักงานใหญ่ได้ติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่ใช้ในงานทางด้านการจัดซื้อ สินค้าและบัญชี ซึ่งจะเชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ที่เรียกว่า “นอติลุส” ซึ่งจะติดตั้งไว้ที่ศูนย์กระจายสินค้า
- ใช้รถยกสินค้า (Forklift) ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ สามารถระบุเวลาที่สินค้านั้นๆถูกยกมาจัดเก็บไว้ในศูนย์
- การขนส่งสินค้าจะใช้รถคอนเทนเนอร์บรรทุกสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังเทสโก้ โลตัสทั่วประเทศ และมีระบบขนส่งสินค้าจากกลับ หรือ Backhauling ด้วย

# Japanese Packaging



Milk container by  
Naoto Fukasawa





Koujuken, Nara (Confectionery)







## The Art of Furoshiki





