

จ กศ0127 2550/4



B6150028680

อุตสาหกรรมสาร

ISSN 025-8516

www.dip.go.th/e-journal

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีที่ 50 ฉบับเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2550

โลจิสติกส์ เพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม (Productivity Through Logistics Management)

ฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีพื้นฐานความรู้ หรือประสบการณ์เชิงธุรกิจมาบ้างแล้ว และต้องการเพิ่มพูนความรู้ในการประกอบธุรกิจเพียงบางด้าน อาทิ การจัดการด้านการตลาด การเงิน การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น รวมทั้งการฝึกอบรม เพื่อปรับแนวคิดในการพัฒนาผู้ประกอบการ และหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการรูปแบบต่างๆ เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจไอที เป็นต้น

ฝึกอบรมหลักสูตรระยะยาว

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 198 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 60 ชั่วโมง) เพื่อพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Development) โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะลงปฏิบัติ (Experiential Learning) 4 ด้าน ได้แก่

- พฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จิตวิทยา ผู้ประกอบการ เกมธุรกิจ และการสร้างกลุ่มสัมพันธ์
- ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการด้านต่างๆ
- ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานกำกับ ควบคุม และหน่วยงานส่งเสริมพัฒนา
- การวิเคราะห์และจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ โดยให้จัดทำแผนธุรกิจจริงๆ ตามความสนใจลงทุนของแต่ละบุคคล และทดลองนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน หรือแหล่งทุนอื่นๆ เพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อหรือการร่วมลงทุน

เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ New Entrepreneurs Creation (NEC)

บริการบ่มเพาะธุรกิจ หรืออนุบาลการลงทุน

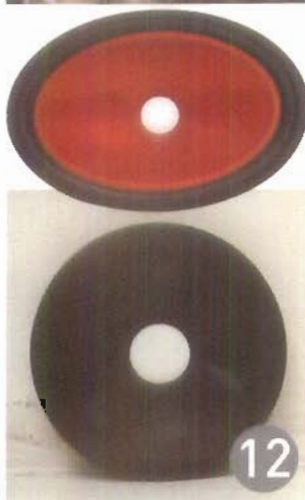
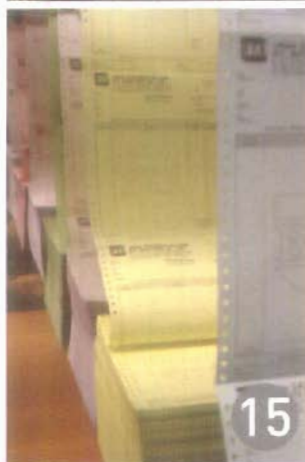
(Business Incubation) โดยจัดจ้างพี่เลี้ยง (Mentor) ติดตามดูแล ให้ความช่วยเหลือตลอดกระบวนการก่อตั้งกิจการและเริ่มดำเนินธุรกิจ จนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ จะมีการจัดสถานที่ให้ผู้ประกอบการใหม่ที่ได้รับการคัดเลือกจำนวนหนึ่ง เข้าใช้ดำเนินธุรกิจภายในอาคารศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Center) ของหน่วยอบรมดำเนินงานเป็นระยะเวลาหนึ่งตามความเหมาะสม

สนใจโครงการดูรายละเอียดได้ที่

www.dip.go.th/nec หรือ สอบถามได้ที่ สำนักงานพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0-2202-4574, 0-2202-4553 โทรสาร : 0-2245-8890, 0-2245-8892 e-mail : nec@dip.go.th

CONTENTS

วารสารอุตสาหกรรมสาร ฉบับเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2550



4 Editor Talk

5 Interview :

ปราโมทย์ วิชาสุข

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

7 Interview :

ดร. กฤษณ์ จันทิรพร

นายกสมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต

9 "ซิลเวอร์ เวิลด์"

ขยายตลาดเครื่องประดับ

ยอมรับโลจิสติกส์ลดต้นทุนผลิต

เพิ่มศักยภาพแข่งขัน

12 "สยามเท็ค"

ใช้โลจิสติกส์เสริมความแข็งแกร่ง

สายงานการผลิตชิ้นส่วนลำโพง

15 "อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่อง"

ใช้ระบบโลจิสติกส์วางแผน

กระบวนการผลิต ลดมูลค่าการสูญเสีย

18 ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์
ของประเทศไทย

24 โลจิสติกส์คืออะไร ? สำคัญอย่างไร

27 สถาบันปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยีธุรกิจ
เปิดสอน 2 สาขาวิชาป้อนธุรกิจ
ค้าปลีก & โลจิสติกส์

29 20 เทคนิคลดต้นทุน
ด้วยซัพพลายเชนและโลจิสติกส์

33 การพัฒนา SMEs
ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชัน
กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร

35 การพัฒนา SMEs
ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชัน
กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมฉีดพลาสติก

37 Good Governance :
บัญญัติ 10 ข้อ
การดูแลลูกค้าโดยไม่ยุ่งกับอบายมุข

39 Book Corner

J กสอ127 2550/4



B6150028680



ISSN 025-8516
www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

EDITOR TALK

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายปราโมทย์ วิชาสุข

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสมเกียรติ ภู่งงษ์ฤทธิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวกฤษณา รวยหาจัน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุรสิทธิ์ บุญญาภิสิทธิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางบุญเจือ วงษ์เกษม

เลขาธิการกรม

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร หิมะพันธุ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปาดทิพย์ เปลี่ยนโนทิ

บรรณาธิการ

นายพิษณุชัย ประยูรหาญ

กองบรรณาธิการ

นายฐศักดิ์ เอกชน

นางสาวจงกลณี เขจรานนท์

นางสาวสายสัมพันธ์ จิรภูมิกุล

นางสมจิตต์ เดียวสุนทรวงศ์

นายวีระพล ผ่องสุภา

นายพิรพงษ์ จินดาภิรักษ์

นางสาวสุปรียา ดิษฐปัญญา

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย

นายพัฒนพงศ์ กอปรวิระธรรม

นางสุรางค์ งามวงศ์

ฝ่ายภาพ

นายทวีวัฒน์ หล่องกุล

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์

นายไตรรงค์ รักษาสุวรรณ

นางสาวโสภา ศรีสำราญ

ออกแบบปกโดย

นายพิติ แสงแก้ว

จัดพิมพ์โดย

บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)

555 อาคารเบญจมาศ ชั้น 5, 6 ซอยร่วมจิตร์

ถนนราชสีมา แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ

10300 โทร. 0-2669-3370-2

สมัครเป็นสมาชิกวารสารฯ ได้ที่

บรรณาธิการ วารสารอุตสาหกรรมสาร

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรสาร 0-2354-3298

www.dip.go.th/e-journal

บริหารโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต

โดยทั่วไปมักเข้าใจว่า โลจิสติกส์เป็นเรื่องของการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเท่านั้น ความจริงแล้วโลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับแผนการผลิต การลดต้นทุนการผลิต การสต็อกสินค้า การจัดซื้อวัตถุดิบ รวมไปถึงการขนส่งสินค้า เป็นต้น ในการนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจอุตสาหกรรม สิ่งสำคัญที่สุดคือบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้การพัฒนาเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ ถ้าคนขาดความเข้าใจและขาดความรู้ด้านโลจิสติกส์ การพัฒนานั้นก็ไม่เกิดประโยชน์

การบริหารโลจิสติกส์ในธุรกิจอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการความสูญเสียที่เกิดขึ้นในการผลิต ธุรกิจส่วนใหญ่มักประสบปัญหาการรวบรวมวัตถุดิบจากแหล่งผลิตและการกระจายสินค้า ความล่าช้าในการขนส่ง ย่อมส่งผลให้คุณภาพของสินค้าลดลงเมื่อถึงมือผู้ซื้อปลายทาง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงแสวงหาเครื่องมือในการบริหารจัดการต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจ โลจิสติกส์จึงถูกมองและถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม

วารสารอุตสาหกรรมสารเล่มนี้ ได้รวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับโลจิสติกส์ไว้หลายแห่งหลายมุม หวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

บรรณาธิการบริหาร

"บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารฯ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากผู้ประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารฯ ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบ"

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กับ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์

การเสริมสร้างและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้แก่ภาคอุตสาหกรรมไทย หนึ่งในแผนงานสำคัญของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง สำหรับการดำเนินงานจากนี้ไปจะมีทิศทางเช่นไร? ผู้ที่ให้คำตอบได้ดีที่สุด คือนายปราโมทย์ วิชาสุข อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ระบบโลจิสติกส์มีความสำคัญอย่างไร ?

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาระบบโลจิสติกส์มาตั้งแต่ปี 2546 ในโครงการส่งเสริมการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พร้อมได้จัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย (Logistics Roadmap) เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพอุตสาหกรรมไทยในการแข่งขันบนเวทีโลก

เพราะการจัดการโลจิสติกส์ คือกระบวนการจัดการและกระบวนการสารสนเทศที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนแกนกลางในการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบและบริการ การจัดหา การเก็บสินค้าเข้าคลัง ตลอดจนการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสม โดยสิ้นเปลืองเวลาและต้นทุนค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด แต่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ระบบโลจิสติกส์จึงเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งในการแข่งขันทั้งด้านการลดต้นทุน การสร้างมูลค่าเพิ่มการประหยัดพลังงาน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยิ่งในโลกโลกาภิวัตน์ด้วยที่มีการเปิดเสรีการค้า ผลักดันให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ต้องยกระดับความสามารถในการดำเนินงานทุกวิถีทาง ทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดและมีประสิทธิภาพ ที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย

Roadmap ของโลจิสติกส์มีการกำหนดทิศทางพัฒนาไว้อย่างไรบ้าง ?

แผนที่นำทางการพัฒนาโลจิสติกส์ หรือ Logistics Roadmap ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์การสร้างขีดความสามารถด้านโลจิสติกส์ และ Supply Chain Management ให้ภาคอุตสาหกรรม แยกย่อยออกเป็น กลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน ในโรงงานอุตสาหกรรม, กลยุทธ์เสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรภาคการผลิต และกลยุทธ์สร้างปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม

2. ยุทธศาสตร์การยกระดับประสิทธิภาพการพัฒนาการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของภาคอุตสาหกรรม แยกย่อยออกเป็น กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของกระทรวงอุตสาหกรรม และกลยุทธ์การพัฒนาความสามารถของระบบให้เชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องและอัตโนมัติ

3. ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ แยกย่อยออกเป็น กลยุทธ์การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทยมีสภาพแวดล้อมที่สามารถแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติได้, กลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดการร่วมลงทุนความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Strategic Alliance) กับต่างประเทศ และกลยุทธ์การผลักดันให้เกิดศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าของภาคอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ

กรอบการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนโลจิสติกส์มีอะไรบ้าง ?

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กำหนดกรอบการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมออกเป็น 4 ระยะ หรือเรียกว่าแผนบันได 4 ขั้นสู่ความสำเร็จ กล่าวคือ ระหว่างปี 2549-2550 เป็นบันไดขั้นแรกเน้นการจัดการเฉพาะหน่วยย่อยในองค์กร หรือ Physical Distribution จากนั้นระหว่างปี 2550-2553 ก้าวสู่บันไดขั้นที่ 2 เน้นการเชื่อมโยงการจัดการภายในบริษัทตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนถึงจัดส่งถึงผู้บริโภค หรือ Internally Integrated Logistics ต่อด้วยบันไดขั้นที่ 3 ระหว่างปี 2553-2556 เน้นการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chains) หรือ Externally Integrated Logistics และบันไดขั้นสุดท้าย ระหว่างปี 2556-2558 เน้นการจัดซื้อวัตถุดิบและจัดส่งสินค้าครอบคลุมแหล่งทั่วโลก หรือ Global Logistics Management

เหตุใดต้องกำหนดระยะเวลาทำงานนานถึง 10 ปี ?

Logistics Roadmap วางแผนการพัฒนาไว้ในระยะ 10 ปี ตั้งแต่ปี 2549-2558 ถือเป็นแผนการพัฒนาระยะยาวที่จะทำให้ประเทศไทยมีระบบโลจิสติกส์ได้มาตรฐานระดับสากลอย่างประเทศพัฒนาแล้วที่ปัจจุบันมีการพัฒนาจนกลายเป็นโกลบอลโลจิสติกส์ไปแล้ว ขณะที่ประเทศไทย

ผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ที่ไปถึงระดับโลก แม้จะมีก็เป็นธุรกิจของบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาเปิดให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ยังไม่อาจแข่งขันได้ จึงเป็นหน้าที่ของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมรับหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพด้านนี้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีการดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2546 และไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการพัฒนาเรื่องโลจิสติกส์เท่านั้นแต่เป็นการส่งเสริมพัฒนาสร้างความเข้มแข็งทั้งระบบสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการเพิ่มผลิตภาพ หรือ Productivity ภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้มแข็งมีการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

อุตสาหกรรมสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการพัฒนาอะไรบ้าง ?

สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมายการส่งเสริมและพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง และอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ถูกจัดอยู่ในแผนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรมก้าวสู่อุตสาหกรรมยุคใหม่ หรือ Industrial Modernization ที่เน้นในเรื่องการลดต้นทุนการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งในการดำเนินงานตาม Logistics Roadmap กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมรับผิดชอบดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ที่ 1 และยุทธศาสตร์ที่ 3 ในขณะที่ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นหน้าที่ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ซึ่งเน้นการพัฒนาระบบไอทีเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่จะเอื้อต่อการประกอบธุรกิจของภาคอุตสาหกรรม

โดยรายละเอียดการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมต้องให้บริการและสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ได้แก่ 1) การให้บริการข้อมูลสารสนเทศด้านโลจิสติกส์ 2) การให้บริการด้านการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 3) การพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์โดยจัดฝึกอบรมบุคลากรให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs 4) การศึกษารูปแบบโลจิสติกส์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) ของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย และ 5) การจัดให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้ไปศึกษาดูงานด้านโลจิสติกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ *



สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต ยกระดับโลจิสติกส์ไทยสู่วิชาชีพสากล

การเปิดเสรีทางการ
ค้าทำให้การแข่งขันระหว่าง
ประเทศนับวันจะทวีความ
รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะ

ภาคการส่งออกของไทยที่จำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งภาครัฐได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวและได้พยายามเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการขยายตลาดส่งออกโดยมุ่งไปยังตลาดใหม่ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ และหนึ่งในนั้นก็คือการพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ของประเทศ

และนอกเหนือจากภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมในเรื่องดังกล่าวแล้ว “สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต” หรือ TLAPS ภายใต้การดำเนินงานของ “ดร. กฤษณ์ อภิจักร์ธรรม” นายกสมาคมคนปัจจุบัน ก็นับเป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งที่กำลังเห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และพยายามผลักดันส่งเสริมการพัฒนาเรื่องดังกล่าวในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมมาโดยตลอด

โลจิสติกส์-การผลิตต้องเดินคู่กัน

ดร. กฤษณ์กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของการก่อตั้งสมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิตว่า ปัจจุบันสมาคมฯ ได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 13 ปีแล้ว โดยในช่วงเริ่มแรกได้ก่อตั้งในนามชมรมก่อนโดยกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งสาเหตุของการก่อตั้งชมรมนั้นเป็นเพราะมองว่าการผลิตและโลจิสติกส์ต้องดำเนินการไปควบคู่กัน

ย้อนหลังไปในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมา ในสมัยนั้นโลจิสติกส์ยังไม่เป็นที่รู้จัก อีกทั้งในแวดวงการศึกษาโดยเฉพาะในระดับของมหาวิทยาลัยยังไม่มีการเรียนการสอนในเรื่องดังกล่าวอย่างชัดเจน มีเพียงแค่วิชาการขนส่ง การผลิต การโอเปอเรชั่น การแมเนจเมนต์ เรียกได้ว่าการเรียนการสอนในลักษณะบูรณาการแบบครบวงจรยังไม่มี ต่างจากในปัจจุบันที่มีการเรียนการสอนในเรื่องระบบโลจิสติกส์แล้วแต่ก็ยังเป็นการเรียนการสอนแบบเป็นรายวิชาเท่านั้น

อย่างไรก็ดี วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งชมรมและสมาคมฯ คือ 1. ต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน 2. ต้องการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ให้กับอุตสาหกรรมไทยเพิ่มมากขึ้น และหากสังเกตชื่อของสมาคมจะเห็นว่า เน้นคำว่า “โลจิสติกส์” และ “การผลิต” เพราะเราเล็งเห็นว่าต้องประกอบสองส่วนนี้เข้าด้วยกันจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพเต็มรูปแบบนั่นเอง

“สมาคมจะเน้นความร่วมมือกันระหว่างองค์กรเป็นลูกโซ่ และมีการเพิ่มคุณค่าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เราจะเน้นมากในเรื่องของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งหมายความว่า เป็นเรื่องของ การวางแผน การประสานงาน การบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่ง การขนย้าย การวางแผนตารางเวลาให้เหมาะสมเพื่อให้งานที่ออกมามีประสิทธิภาพอย่างครบวงจรและทันเวลา”

พัฒนาสู่วิชาชีพโลจิสติกส์ระดับสากล

เนื่องจากช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ในประเทศไทยมีความตื่นตัวเกี่ยวกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์สูงมาก แต่ที่น่าเสียดายตรงที่การนำวิทยาการจัดการเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ที่มีการเชื่อมโยงสมาคมวิชาชีพชั้นนำของอเมริกากับหลายประเทศ ยังไม่มีการเผยแพร่มากนักในประเทศไทย จุดนี้เองที่สมาคมฯ มองเห็นว่าน่าจะต้องจัดกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ตามนโยบายที่ต้องการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ออกเรียนหรืออบรมเพียงอย่างเดียว โดยการเรียนรู้ประกอบด้วยหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการฝึกประสบการณ์โดยการไปดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเรียนการสอน ตลอดจนการส่งเสริมการสอบความเป็นวิชาชีพระดับสากล ซึ่งสมาคมฯ ได้รับการยกระดับให้เป็นสมาคมวิชาชีพชั้นนำในด้านโลจิสติกส์ การปฏิบัติการ การบริหารจัดการด้านการผลิตของโลก หรืออินเตอร์เนชั่นแนลออซิเอท ของสมาคมวิชาชีพเอเพค (APICS)

“เราเป็นตัวแทนที่จะจัดสอบวิชาชีพนี้ โดยใน 1 ปีจะมีการสอบ 3 ครั้ง ในแต่ละครั้งจะเป็นชาวต่างชาติโดยส่วนใหญ่จะมาจากประเทศจีนเข้ามาสอบ เรียกว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวเรื่องของการจัดการและเห็นความสำคัญของวิชาชีพ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติที่จำเป็นต้องแข่งขันในเวทีโลก ต่างมองเห็นความจำเป็นที่ต้องส่งเสริมผู้บริหารของตนให้เข้าร่วมสอบวิชาชีพเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ระดับสากล”

ดร. กฤษณ์กล่าวว่า มี 2 วิชาชีพที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนาที่ต้องการแข่งขันในเวทีโลก ได้แก่ 1. การรับรองวิชาชีพในด้านการบริหารจัดการ การผลิต และการบริหารสินค้าคงคลังหรือเซิร์ติฟิคเคชันคัมม่อนอินแวเนเทอร์รี่แมเนจเมนต์ (CPIM) และ 2. การรับรองวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญในด้านซัพพลายเชน หรือเซิร์ติฟิเคชันซัพพลายเชนโพรเฟสชันแนล (CSCP) และเนื่องจากสมาชิกของสมาคมฯ ส่วนใหญ่จะมาจากสายอาชีพด้านบริหารระบบโลจิสติกส์ การกระจายสินค้า การค้า

ระหว่างประเทศ การบริหารโรงงาน ดังนั้น สิ่งที่สำคัญ ต้องดำเนินการเพิ่มเติม ก็คือ การเร่งส่งเสริมให้นำการสอบวิชาชีพของ APICS มาพัฒนาเป็นรูปแบบภาษาไทยสำหรับการสอบในประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับใช้กับอุตสาหกรรมของไทย ขณะเดียวกัน จะมุ่งเน้นการส่งเสริมให้สมาชิกของสมาคมฯ ที่มีความสามารถ โดยเป็นผู้ที่ผ่านการรับรองจากการสอบดังกล่าวไปเป็นวิทยากร ให้ความรู้ในหลักสูตรต่างๆ ต่อไปด้วย

นอกจากการจัดสอบเพียงระดับวิชาชีพดังกล่าวแล้ว อีกกิจกรรมหนึ่งที่นับเป็นงานใหญ่ของสมาคมฯ คือ การจัดงาน Logis Pro 2007 ในระหว่างวันที่ 11-12 พฤษภาคม 2550 ณ ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการไบเทค บางนา โดยในงานดังกล่าวจะเน้นการประชุมเชิงปฏิบัติการ เน้นถึงกลยุทธ์การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ระดับโลก โดยมีวิทยากรและสมาชิกของสมาคมฯ ที่มีประสบการณ์ในเรื่องระบบโลจิสติกส์ นำหลักวิชาการและประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงมาเผยแพร่ให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ฟังเพื่อช่วยยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันสู่สากล

พนักริฐจัดหลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์

และสมาคมฯ ยังได้มีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในการจัดการอบรม 2 หลักสูตร ได้แก่ 1.หลักสูตรการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ 108 สำหรับผู้บริหารระดับสูง 40 คน เป็นการอบรมระยะสั้นเพียง 4 วัน ควบคู่ไปกับการดูงาน โดยเริ่มต้นการอบรมในวันที่ 4 พฤษภาคม 2550 โดยมุ่งเน้น การอบรมในเรื่องของการบริหาร แบบบูรณาการ ใช้สูตรการบริหารจัดการ 10 ทิศ เริ่มตั้งแต่การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการและการคาดหวังของลูกค้า วิธีการส่งมอบ การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องความต้องการของตลาดและลูกค้า การจัดซื้อ การบริหารจัดการกับซัพพลายเออร์ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการแบบโซ่อุปทาน หลังจากจบการอบรมในหลักสูตรดังกล่าวแล้ว ผู้บริหารระดับสูงสามารถนำไปบริหารจัดการธุรกิจของตนได้ทันที

สำหรับหลักสูตรที่ 2. การบริหารจัดการโลจิสติกส์และการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร สำหรับผู้บริหารระดับกลางที่ จะต้องลงมือปฏิบัติจริง เป็นหลักสูตรระยะยาว 7 วัน ควบคู่ไปกับการดูงาน มุ่งเน้นการอบรมเกี่ยวกับวิธีการคาดคะเนความต้องการของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนผลิต จัดซื้อ สินค้าคงคลัง การกระจายสินค้าต่างๆ

ประสานงานองค์กรเครือข่ายพันธมิตร

ดร. กฤษณ์กล่าวว่า นับวันประเทศไทยจะต้องถูกผลักดันเข้าสู่การแข่งขันในเวทีโลก สมาคมฯ จึงมีความเห็นว่าองค์ความรู้ของเราต้องเข้าสู่ระดับสากลเช่นกัน รวมทั้งต้องมีการผสมผสานให้

เข้ากับระดับภูมิปัญญาไทย แต่เนื่องจากสมาคมไทยโลจิสติกส์ และการผลิตเป็นสมาคมวิชาชีพ และเป็นส่วนหนึ่งของสมาพันธ์ โลจิสติกส์ไทย ซึ่งมีอีกหลายสมาคมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ จึงจำเป็นต้องมีเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ

แนวคิดการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ มาจากการแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างเครือข่ายองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการเป็นวิทยากรให้กับสมาพันธ์โลจิสติกส์จีน รวมทั้งการประสานงานกันในเครือข่ายกับสถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยฮ่องกง ออสเตรเลีย สถาบันวิจัยออสเตรเลีย ยุโรป สหรัฐอเมริกา ซึ่งในสถาบันการศึกษาชั้นนำ ต้องการผู้ที่มีประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์เพื่อมาใช้ในการบริหารอุตสาหกรรมที่มีอยู่หลากหลายตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ การมีเครือข่ายดังกล่าวนับว่าเป็นประโยชน์อย่างมาก

สำหรับแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์โรงงานนั้น เนื่องจากสมาคมฯ มีการเชื่อมโยงกับสมาคมวิชาชีพของสหรัฐอเมริกา เรื่องการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในระดับโรงงาน ซึ่งเป็นโลจิสติกส์การบริหารจัดการภายในตัวโรงงาน เช่น ทำอย่างไรจะลดวัตถุดิบ ลดการสูญเสีย การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการเคลื่อนย้าย การเคลื่อนที่ การใช้เทคโนโลยีการทำแพ็คเกจเพื่อลดการใช้แรงงาน ทั้งหมดนี้ต้องมีความเชื่อมโยงกันทั้งหมด เพื่อให้สินค้าในระหว่างผลิตมีต้นทุนต่ำที่สุด รวมทั้งมีการวางแผนและผลิตสินค้าให้ตรงและเพียงพอกับความต้องการของตลาดได้อย่างพอดี

“ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และสายการผลิต ตลอดจนระบบการกระจายสินค้าในประเทศไทยนั้น ยังสามารถที่จะปรับปรุงได้อีกมาก แต่สิ่งที่เป็นปัญหาคือการขาดความเข้าใจและการนำไปปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ เพราะการเรียนการสอนมีเพียงหลักการแต่ไม่เน้นวิธีการปฏิบัติ วิธีการคิดหากจะให้มีการพัฒนาไปถึงจุดที่ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ด้านโลจิสติกส์มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมีความร่วมมือกันหลายฝ่าย โดยเฉพาะภาครัฐหากมีงบประมาณสนับสนุน และตระหนักถึงความสำคัญของโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่องก็จะสามารถช่วยพัฒนาประสิทธิภาพผู้ประกอบการให้ดีขึ้นได้อย่างแน่นอน” *

สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต

73/71 ซอยบุญเยี่ยม ถนนบางพลีสาม แขวงทุ่งสองห้อง

เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ 0-2953-4441 โทรสาร 0-2953-4445

www.itaps.or.th

“ซิลเวอร์ เวิลด์” ขยายตลาดเครื่องประดับ ยอมรับโลจิสติกส์ลดต้นทุนพลิต เพิ่มศักยภาพแข่งขัน



บริษัท ซิลเวอร์ เวิลด์ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับเงิน หนึ่งในผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำจากโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน (Logistics/Supply Chain Management) กิจกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานภายในโรงงานที่มีประสิทธิภาพ มีวิธีการทำงานที่ดีขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพโดยรวมขององค์กร

ลุยเดี่ยวเจาะตลาด “US-EU”

นายวีระพงษ์ ชนะรัตนโสมภณ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซิลเวอร์ เวิลด์ จำกัด กล่าวว่า จุดเริ่มต้นธุรกิจของบริษัทเริ่มต้นขึ้นเมื่อประมาณปี 2539 ในช่วงแรก

มุ่งเน้นการทำตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ซึ่งสาเหตุที่บริษัทฯ เลือกเจาะตลาดนี้เป็นลำดับแรก เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับประเทศสหรัฐฯ มาก่อน เพราะก่อนหน้านั้นประมาณ 6-7 ปี ได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาต่อที่นั่น และหลังจากได้เข้าไปทำตลาดแล้ว บริษัทฯ ได้มีการขยายตลาดอย่างกว้างขวาง โดยผ่านการตระเวนออกงานแสดงสินค้าตามรัฐต่างๆ และมีการเปิดสำนักงานสาขาที่ฮิวตัน เท็กซัส แคลิฟอร์เนีย และลอสแอนเจลิส

“ในช่วงแรกซิลเวอร์ เวิลด์ บุกตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างเต็มตัว ซึ่งในขณะนั้นรูปแบบของชิ้นงานที่ได้รับความนิยม คือจิวเวลรีรูปหัวใจประกบ น๊ับ เป็นสินค้าที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และหากจะให้วิเคราะห์ตลาดสหรัฐอเมริกาแล้ว มองว่าเป็นตลาดที่ต้องการชิ้นงานที่มีความแปลกใหม่ ขณะที่ราคาอยู่ในระดับ Mass Market คือราคาสินค้าอยู่ที่ 4-5 เหรียญสหรัฐฯ ต่อชิ้นงานเท่านั้น”

ปัญหาที่บริษัทฯ พบในการทำตลาดสหรัฐอเมริกาคือการถูกบีบด้วยกลไกของราคา และเมื่อมองเห็นแนวโน้มสินค้าจากประเทศจีนกำลังเข้ามาตีตลาดนี้มากขึ้น จึงเปลี่ยนเป้าหมายการทำตลาดหันมาเจาะกลุ่มประเทศยุโรป โดยได้มีโอกาสไปร่วมออกงานแสดงสินค้าที่ประเทศเยอรมนี และได้เห็นแนวโน้มของตลาดนี้ว่ามีโอกาสขยายตัวได้ดี เพราะเป็นตลาดที่มีผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าจิวเวลรี และพร้อมจะสู้ในด้านของราคา อีกทั้งยังเป็นตลาดที่สนใจชิ้นงานที่มีไอเดียแปลกใหม่ที่ไม่ใช่เครื่องประดับเงิน (ซิลเวอร์ จิวเวลรี) เพียงอย่างเดียว

“แม้จะเป็นตลาดที่เจาะยากเพราะมีทั้งยุโรปเหนือ และยุโรปใต้ แต่เป็นตลาดที่มีแนวโน้มไปได้สวย ผู้บริโภคพร้อมจะควักจ่ายหากสินค้าถูกใจ และไม่ใช่ว่าต้องการแค่ซิลเวอร์ จิวเวลรีเพียงอย่างเดียวเหมือนตลาดอเมริกา แต่สามารถเปิดรับเครื่องประดับเงินที่ฝังพลอย หิน ซึ่งเราสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับชิ้นงานได้ จึงเริ่มหันมาทำตลาดยุโรปมากขึ้น ในขณะที่ตลาดอเมริกาก็ค่อยๆ ถอยออกมา”



สร้างแบรนด์ Parela ของตัวเอง

นายวิระพงษ์กล่าวว่า จากเดิมในยุคเริ่มแรกที่บริษัทฯ เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียว หรือ OEM ได้มีการปรับแนวทางธุรกิจโดยหันมาสร้างแบรนด์สินค้าของตนเอง ภายใต้ชื่อ "Parela" ทั้งที่ในความเป็นจริงการทำธุรกิจในรูปแบบเดิมก็สามารถดำเนินการอยู่ได้ แต่เนื่องจากอยู่ในตลาดมานาน สามารถผลิตชิ้นงานได้ตรงความต้องการของลูกค้าและส่งงานได้ทันตามกำหนดเวลา แต่การเป็น OEM ให้กับแบรนด์เนมของยุโรป ญี่ปุ่น และอเมริกา บางครั้งลูกค้ามีความต้องการให้ผลิตสินค้าจำนวนมากสอดคล้องกับแนวทางการการผลิตสินค้าของคู่แข่งกันอย่างประเทศจีน ทำให้ลูกค้าหันไปสั่งซื้อชิ้นงานจากจีนที่มีราคาถูกกว่า

"หลังจากที่เข้ามาในตลาดยุโรปเรามองว่าการสร้างแบรนด์ไม่ใช่เรื่องง่าย สิ่งสำคัญคือต้องมีเงินทุน โดยแบรนด์ Parela เราเพิ่งจะมาทำตลาดในช่วง 2-3 ปีหลัง ซึ่งเวลานี้ต้องถือว่าแบรนด์ติดตลาดแล้ว จากการที่ไปออกงานแสดงสินค้าในหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอิตาลี หรือฮ่องกง ได้รับความสนใจจากลูกค้าจำนวนมาก และเป็นบริษัทไทยบริษัทเดียวที่ได้เข้าไปร่วมแสดงสินค้า ที่

สำคัญสิ่งที่เราคาดการณ์ไว้ว่าจีนจะยึดตลาดอเมริกาเป็นเรื่องจริงแล้ว โดยหลายบริษัทที่ไม่ได้ปรับตัวทยอยออกมา ตลาดยุโรปก็ไม่สามารถแข่งราคากับจีนได้"

และนอกจากการสร้างแบรนด์สินค้าของตัวเองแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยเสริมให้แบรนด์ "Parela" มีความแข็งแกร่งขึ้น คือการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับสวarovski ในการนำคริสตัลหลากสีกลับมาผลิตชิ้นงานในรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นชิ้นงานที่ถูกค้ำขึ้นชอบและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สินค้าสามารถขายตัวเองได้ และการผลิตชิ้นงานในรูปแบบดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถขยายตลาดได้มากขึ้นในหลายประเทศอีกด้วย

อย่างไรก็ดี สำหรับแผนการตลาดในอนาคต บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะมีการขยายเพิ่มอีกหลายแบรนด์เนม โดยปัจจุบันช่องทางการทำตลาดของบริษัทฯ จะมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ ODM ผลิตให้กับแบรนด์ของบริษัทโดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้านำไปทำตลาดต่อได้ และ OBM คือการผลิตสินค้าในแบรนด์ของบริษัทโดยเฉพาะ ซึ่งช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่ได้มาระดับสูงกว่า OEM ที่เป็นการรับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียว โดยปัจจุบันในส่วนของบริษัทมีกำลังการผลิตประมาณ 100,000 ชิ้นต่อปี และหากเป็นชิ้นงานเล็กสามารถผลิตได้ประมาณ 200,000 - 300,000 ชิ้นต่อปี

อบรมโลจิสติกส์เพิ่มศักยภาพธุรกิจ

นายวิระพงษ์กล่าวว่า การทำตลาดในหลายลักษณะดังกล่าวของบริษัท ทำให้การนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในโรงงานนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งเราเป็นอีกหนึ่งบริษัทที่เข้ารับการปรึกษาแนะนำจากโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชัน (Logistics/Supply Chain Management) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการนำการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชันมาใช้ภายในโรงงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของบริษัทฯ ดีขึ้นตามไปด้วย

"การนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ภายในโรงงานสามารถช่วยลดต้นทุนได้อย่างมาก ท่ามกลางภาวะการณ์แข่งขันสูง เรื่องราคาถือเป็นหัวใจของการแข่งขัน หากผู้ประกอบการไม่สามารถคุมต้นทุนก็จะไม่สามารถแข่งขันได้ ซึ่งเดิมเราจะดำเนินการตามความเข้าใจของเรา แต่การนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า ในด้านของวัตถุดิบเพื่อให้ได้ของดีราคาถูก และส่งสินค้าทันความต้องการของลูกค้า เรียกได้ว่าตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เราจึงส่งทีมงานเข้าอบรมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมทำให้มีความเข้าใจในเรื่องนี้มากขึ้น"

ทั้งนี้ ในการอบรมกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะส่งอาจารย์ที่ปรึกษาช่วยให้รายละเอียดเกี่ยวกับ การวางแผน การควบคุมวัตถุดิบ โดยจะเน้นการเปรียบเทียบ ยกตัวอย่างเช่น การลดสต็อกสินค้า โดยแบ่งประเภทของงานให้ชัดเจนว่างานใดในสต็อกที่มี

การเคลื่อนไหวเร็ว ปานกลาง และงานใดที่ไม่เคลื่อนไหว โดยงานที่ไม่เคลื่อนไหวจะเป็นต้นทุนที่จมลงไป สิ่งที่เราต้องทำก็คือพยายามที่จะเอาต้นทุนตรงนั้นกลับขึ้นมาให้ได้

รวมทั้งมีการนำโปรแกรมเข้ามาช่วยวิเคราะห์ของเสียภายในและคาดการณ์ยอดขาย ซึ่งเดิมบริษัท ไม่ได้มีการนำโปรแกรมเหล่านี้เข้ามาช่วยวิเคราะห์การทำงาน เนื่องจากสินค้าที่ผลิตเป็นงานจิ๋วเวลรี่ ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้เหมือนธุรกิจโดยทั่วไป จึงต้องใช้การทำวิจัยและการติดตามพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าเพื่อช่วยรักษาฐานลูกค้าไว้

ขณะเดียวกัน ในด้านการผลิตจะเน้นการลดของเสีย ซึ่งจากการเปรียบเทียบกับก่อนหน้านี้ที่เข้าอบรมกับปัจจุบันที่เข้ารับการอบรมระบบแล้วนับว่าบริษัท สามารถลดอัตราของเสียภายในโรงงานได้มาก และนอกจากการอบรมในโครงการดังกล่าวแล้ว บริษัท ยังเข้าร่วมโครงการ MDICP ซึ่งนับว่าได้รับความรู้ในหลายด้านและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก

พลสำเร็จเกิดจากทีมงานทุกส่วน

สุดท้ายนายวีระพงษ์กล่าวถึง การที่บริษัทเป็นธุรกิจที่ดำเนินงานโดยคนไทยแต่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ ความสำเร็จดังกล่าวมาจากหลายส่วนประกอบกัน ไม่ใช่เพียงความรู้ความสามารถของคณะผู้บริหารบริษัทเท่านั้น แต่รวมไปถึงทีมงานพนักงานทุกคนที่เป็นคนรุ่นใหม่ของบริษัทได้ร่วมมือร่วมใจกันทำงานอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ในส่วนของการประสานงานจากภาครัฐที่ให้การสนับสนุนและไม่เน้นสนใจในการสนับสนุนงบประมาณเข้ามาช่วยเหลือในด้านต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนสามารถเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

“หลายประเทศที่มีผู้ประกอบการทำตลาดสินค้าแบรนด์ดังสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้จำนวนมาก นับเป็นการประสบความสำเร็จที่ดีเยี่ยม หากภาครัฐอยากให้ผู้ประกอบการไทยเป็นเช่นนั้น ก็ต้องเร่งส่งเสริมและช่วยเหลือด้านงบประมาณสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพื่อช่วยผลักดันกลุ่มที่มีแบรนด์ของตนเอง เพราะภาครัฐมีข้อมูลว่าประเทศใดมีการเงินตราจะเข้าไปทำตลาดได้ โดยอาจมีการประสานไปยังตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้กลุ่มอุตสาหกรรมนี้เข้าไปทำตลาด เป็นต้น”

สำหรับการรณรงค์จากภาครัฐที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่นนั้น หากเป็นในกลุ่มอุตสาหกรรมด้านจิ๋วเวลรี่แล้วอาจจะมีความเป็นไปได้ที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแฟชั่นจิ๋วเวลรี่ของโลก แต่ขึ้นอยู่กับภาครัฐที่ต้องเร่งสนับสนุนในหลายด้าน เช่น เรื่องภาษี โดยเฉพาะคริสต์ลัตตูดิบสำคัญชนิดหนึ่งมีการเสียภาษีในอัตราที่สูง ขณะที่บางประเทศอย่างจีนจะไม่มีปัญหาเพราะไม่ต้องเสียภาษี ซึ่งหากประเทศไทยยอมลด



หย่อนภาษีตรงนี้จะส่งผลให้สามารถแข่งขันได้ และนับเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมให้มีทิศทางที่ดีขึ้น หากไม่ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวอาจจะถูกประเทศอื่น เช่น เวียดนาม แซงหน้าได้ เพราะเวลานี้เป็นคู่แข่งที่น่าจับตาจากการมีเม็ดเงินไหลเข้าไปลงทุนจำนวนมาก *

บริษัท Silver World จำกัด
729/103-105 ถนนรัชดาภิเษก
แขวงบางโพธิ์พอ่ง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2683-7360-64 โทรสาร 0-2683-7056
www.silverworldcompany.com



“สยามเท็ค”

ใช้โลจิสติกส์เสริมความแข็งแกร่ง สายงานการผลิตชิ้นส่วนลำโพง

บริษัท สยามเท็ค จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก (ลำโพง) หนึ่งในผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำจากโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน (Logistics/Supply Chain Management) กิจกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานภายในโรงงานที่มีประสิทธิภาพมีวิธีการทำงานที่ดีขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพโดยรวมขององค์กร

ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำโพงมาตรฐานญี่ปุ่น

นางวัลย์นัส จิรสิทธิ์อารัง กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามเท็ค จำกัด กล่าวว่า เริ่มต้นของธุรกิจสยามเท็คเมื่อปี 2538 ด้วยทุนจดทะเบียน 30 ล้านบาท โดยเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างนักลงทุนไทย และญี่ปุ่น ดำเนินการผลิตและรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก (ลำโพง) โดยเราเริ่มต้นธุรกิจจากความไม่ตั้งใจจากที่สามทำงานอยู่บริษัทยักษ์ใหญ่และได้มีการติดต่อกับญี่ปุ่นทำให้รู้จักกับบริษัท Tanaka Kokyo ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำโพงรถยนต์ให้กับแบรนด์ดัง เช่น โตโยต้า ที่ต้องการย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทยและกำลังมองหาผู้ร่วมทุนด้วย จึงเกิดเป็นสยามเท็คขึ้นมา โดยในช่วงเริ่มต้นนั้นหลักๆ คือการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกลำโพงของรถยนต์ โดยมีช่างเทคนิคจากญี่ปุ่นเข้ามาควบคุมและสอนงานให้กับบริษัท

ในรายละเอียดของกระบวนการลำเลียงสินค้าส่งญี่ปุ่น เริ่มจากลูกค้าส่งคำสั่งซื้อเข้ามาที่บริษัท จากนั้นจะทำการวางแผนการผลิต โดยพิจารณาวัตถุดิบมีเหลืออยู่ในสต็อกหรือไม่ หากไม่มีจะทำการสั่งซื้อเพิ่มเติม จากนั้นฝ่ายผลิตจะรับหน้าที่ไปวางแผนการผลิตอีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้นจะระจงบอกลำโพงสำเร็จพร้อมด้วยการตรวจสอบคุณภาพแล้วจึงส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าให้ตรงเวลา

โดยช่วงปี 2540 ได้แยกตัวออกมาทำตลาดเอง เนื่องจากตลาดจีนเริ่มมีกระแสแรงทำให้คนเริ่มหันไปตลาดจีนมากขึ้น และต่อมาในช่วงปี 2541 ได้มีการเพิ่มสายการผลิตด้านเครื่องฉีดพลาสติกเพื่อรองรับงานในส่วน Part ต่างๆ ของลำโพงได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสายการผลิตเครื่องฉีดพลาสติก เครื่องประกอบกรวยลำโพง-Press เครื่องประกอบกรวยลำโพง-Glue เครื่อง Hot Stamp เครื่อง Screen/Pad สายพานประกอบงาน สายผลิต ฟันสี เป็นต้น

“เดิมนั้นเราเริ่มจากการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกลำโพงรถยนต์ ซึ่งจุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่การใช้พลาสติกแทนกระดาษ ซึ่งสาเหตุที่เราใช้พลาสติกแทนเป็นเพราะมีความทนทานจากแรงสั่นสะเทือนมากกว่ากระดาษ เมื่อก่อนเรียกได้ว่าร้อยเปอร์เซ็นต์ญี่ปุ่นทำตลาดขายสินค้าให้หมด”

จนกระทั่งเราเริ่มออกมาหาลูกค้าเอง ซึ่งไม่ใช่เรื่องยากนักเพราะผลงานที่ผ่านมาเป็นสิ่งรับประกันคุณภาพให้อยู่แล้ว จนถึงปัจจุบันเรามีการเพิ่มสายการผลิต

ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตตามสเปคของลูกค้า โดยสินค้าในปัจจุบันที่เราได้มีการผลิตเพิ่มนั้นจะเป็นชิ้นส่วนรถยนต์ไฮโดร โดยปัจจุบันมีลูกค้าประมาณ 20 ราย และมีพนักงานในบริษัททั้งหมด 150 คน

โลจิสติกส์เสริมแกร่งสายการผลิต

แม้จะเป็นโรงงานขนาดเล็ก แต่ก็ไม่ใช่เงื่อนไขที่จะเข้าร่วมการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานรวมทั้งการจัดการภายในตัวโรงงานที่ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากในการประกอบกิจการ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการเข้าร่วมอบรมในโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชัน (Logistics/Supply Chain Management) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยมีการพัฒนาและจัดการโลจิสติกส์เชิงโซลูชันภายในโรงงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและมีวิธีการทำงานที่ดีขึ้นเพื่อนำมาซึ่งการพัฒนาประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัท

"ก่อนหน้านี้เราไม่เคยเข้าใจเกี่ยวกับโลจิสติกส์ และไม่แน่ใจว่าในส่วนธุรกิจที่เราทำจะเกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ด้วยหรือไม่ แต่หลังจากเข้าร่วมโครงการแล้วทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการควบคุมต้นทุน การควบคุมของเสีย รวมไปถึงการได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาในด้านการปรับปรุงแผนการผลิตด้วยโปรแกรม MINI TAB ที่ช่วยคำนวณความล่าช้า



และคำนวณประสิทธิภาพในการควบคุมการผลิตได้มากขึ้น จากเดิมที่เราจะไม่มีระบบ KPI วัดสิ่งเหล่านี้เลย จึงถือว่าเราได้ถูกจูงหิ้วและเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้อยู่รอดได้ ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น"

นางวัลย์นภัสกล่าวว่า หากเปรียบเทียบแล้วหลังจากที่เข้าร่วมการฝึกอบรมประมาณ 3 เดือน บริษัทฯ สามารถลดการสูญเสียคิดเป็นตัวเลขประมาณ 1% แม้จะเป็นตัวเลขที่ไม่มากแต่สะท้อนให้เห็นว่าความล่าช้าในการผลิตมีมาก ไม่ว่าจะเป็นการส่งงานการผลิต โดยในขณะนี้เราเริ่มควบคุมได้และพยายามจะให้ความล่าช้าดังกล่าวลดน้อยลง จึงกล่าวได้ว่าการเข้าอบรมโลจิสติกส์ช่วยให้สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างชัดเจนมากขึ้น และมองว่าหากภาครัฐให้การส่งเสริมในเรื่องดังกล่าวมากขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยมีความแข็งแกร่งเพิ่มมากยิ่งขึ้น

MDICP-ISO 5 ส. เพิ่มศักยภาพคนและงาน

นอกจากเข้าร่วมอบรมเรื่องโลจิสติกส์แล้ว ก่อนหน้านี้สยามแท็คได้รับการอบรมในโครงการ MDICP รวมถึง ISO 9001:2000 และโครงการ 5 ส. ด้วย ซึ่งจากการเข้าอบรมดังกล่าวทำให้ช่วยเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการด้านต่างๆ ของบริษัทให้ดีขึ้น

โดยในส่วนของโครงการ MDICP บริษัทฯ ได้เข้าฝึกอบรมในด้านต่างๆ เช่น เทคนิคและการควบคุมงานการผลิต การทำการตลาด การจัดทำโครงสร้างการบริหารงานบุคคล และการบัญชี ต้นทุน ซึ่งได้รับความรู้และความเข้าใจมากขึ้น ทำให้มี



ระบบการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และ
แสดงผลการปฏิบัติงานที่ถูกต้องมากขึ้น
ส่วนโครงการฝึกอบรม 5 ส. ที่เข้า
ร่วมกับที่ปรึกษาในโครงการ ชุมชีวิตกับ
หน่วยงานสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
เพื่อให้พนักงานและทางบริษัทได้เข้าใจ
ถึงระบบจัดการ 5 ส. อย่างแท้จริงและ
เป็นรากฐานในการจัดทำระบบบริหาร
งานคุณภาพ ISO 9001 : 2000



สำหรับโครงการฝึกอบรมระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 กับบริษัท
Lead Assessment โดยใช้งบประมาณของบริษัทเอง เป็นการอบรมเพื่อเพิ่ม
จำนวนลูกค้าให้มากขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ารายเดิม

อนาคตวางแผนเป็นแบรนด์ตัวเอง

นางวัลย์นภัสกล่าวว่า ในช่วงแรกที่ได้รับผลิตและส่งสินค้าให้มินิแบร์
มีชีพพลายเออร์เยอะมาก แต่เมื่อตลาดได้วัน และเงินหมุนคนจะเทไปที่นั่น
ซึ่งได้วันมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคมากกว่า แต่ทรงคุณค่า
นิยมส่วนใหญ่จะหันไปประเทศจีน สำหรับบริษัทฯ แล้วจากกล่าวได้ว่า
เราเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในด้านของการผลิตชิ้นส่วนลำโพงเช่นกัน

โดยเฉพาะการใช้พลาสติกซึ่งในปัจจุบันแม้จะไม่ใช่วัสดุที่หายาก
แต่นับว่าเราเป็นรายแรกที่ผลิตครบวงจร โดยปัญหาในขณะนั้นอยู่ที่เรายังไม่
มีแบรนด์เป็นของตัวเอง ซึ่งเรามองว่าต้องสร้างแบรนด์ของตัวเอง มีเช่นนั้น
อาจจะอยู่ไม่ได้

ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตอยู่ที่ประมาณ 24 ล้านชิ้นต่อปี
โดยมีรายได้อยู่ที่ประมาณ 50-55 ล้านบาทต่อปี ซึ่งในช่วงปี 2545 เป็น
ช่วงที่ตลาดบูมที่สุดเพราะมีการแข่งขันฟุตบอลโลก รายได้ของบริษัทจะ
พุ่งสูงเกือบ 70 ล้านบาท *



นางวัลย์นภัส จิรสิทธิ์อารัง
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สยามแท็ค จำกัด

ปี 2513 จบการศึกษา
ปริญญาตรี จากจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย สาขาวิทยาศาสตร์
เคมี

ปี 2514 เข้าทำงานกับ
องค์การเบตเตอร์

ปี 2515 เข้าทำงานกับบริษัท ไอซีซี อินเตอร์เนชั่นแนล
จำกัด ในกลุ่มบริษัท สหพัฒน์ปิโตรเลียม ในสายงานการตลาด
ของเครื่องสำอาง PIAS ตำแหน่งสุดท้าย ผู้จัดการฝ่าย
การตลาด

ปี 2525 เปิดกิจการของตนเอง ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต
อาคารพาณิชย์ 5 คูหา ย่านถนนสาธุประดิษฐ์

ปี 2537 โอนกิจการร้านซูเปอร์มาร์เก็ตให้ญาติบริหาร
งานต่อ และหันมาเปิดโรงงานตัด Shape Cutting Mirror
บริษัท ไมชั่น แท็คแก๊จ จำกัด

ปี 2538 ก่อตั้งบริษัท สยามแท็ค จำกัด ดำเนินการ
ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกลำโพงรถยนต์

บริษัท สยามแท็ค จำกัด
60/110 หมู่ 6 ต.บ่อทอง 74

ถนนสาย 2 ร้อยงานดอน

เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150

โทรศัพท์ 0-2451-2578-9 โทรสาร 0-2451-2713

www.siamtac.co.th

อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่อง

ใช้ระบบโลจิสติกส์วางแผน กระบวนการผลิต ลดมูลค่าการสูญเสีย

บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่อง จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตกระดาษต่อเนื่องที่ใช้กับเครื่องพรีนเตอร์ หนึ่งในผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการปรึกษาแนะนำจากโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน (Logistics/Supply Chain Management) กิจกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานภายในโรงงานที่มีประสิทธิภาพมีวิธีการทำงานที่ดีขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพโดยรวมขององค์กร

ผลิตสินค้าชนิดเดียวก็อยู่ได้

นางบุญเกื้อ บุญศิริพัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่อง จำกัด กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของธุรกิจว่า เริ่มต้นขึ้นในปี 2534 โดยเป็นผู้ผลิตกระดาษต่อเนื่องที่ใช้กับเครื่องพรีนเตอร์ในแบรนด์ “ฟูจิ” เรียกได้ว่าเป็นบริษัทแรกๆ ที่จับธุรกิจนี้ จากเดิมที่เป็นบริษัทลูกของโรงงานสมุดแสงรุ่ง ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตสมุดและกระดาษมานานกว่า 30 ปี โดยบริษัทเป็นโรงงานที่ถือหุ้นโดยคนไทย 100% แต่ก่อนเริ่มธุรกิจผลิตกระดาษต่อเนื่อง ผู้บริหารได้ไปศึกษาสู่ทางการทำงานที่ประเทศญี่ปุ่นในด้านของวิธีการบริหาร เทคโนโลยี

ทั้งนี้ สินค้าที่มีบริษัทฯ ดำเนินการผลิตมีเพียง 1 รายการเท่านั้น คือกระดาษต่อเนื่องสำหรับเครื่องพรีนเตอร์ โดยวัตถุดิบหรือกระดาษที่ใช้ในการผลิตเป็นวัสดุจากในประเทศ และถึงแม้จะมีสินค้าเพียงรายการเดียวแต่นับว่าเป็นสินค้าที่ลูกค้าเชื่อมั่นและให้ความไว้วางใจในคุณภาพ ถือเป็นจุดแข็งของตัวสินค้าที่คงคุณภาพอย่างต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ โดยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า หลังจากปรับระบบการทำงานภายในโรงงานแล้วบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายไลน์สินค้าเพิ่มมากขึ้น

สำหรับในด้านกำลังการผลิตของบริษัท ขณะนี้มีปริมาณการผลิตอยู่ที่ประมาณ 60 ตันต่อปี ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตกระดาษต่อเนื่องในประเภทแบบฟอร์มกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงิน และส่งให้กับบริษัทห้างร้านต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมาในส่วนของรายได้นั้นมีอัตราการเติบโต



เฉลี่ย 7% ต่อปี โดยภาวะการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ในส่วนของวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ขณะที่ลูกค้ามีแนวโน้มประหยัดต้นทุนโดยหันมาใช้กระดาษในลักษณะเปเปอร์เท่มากขึ้น

เพิ่มศักยภาพการผลิตเชิงโครงสร้าง

หากพิจารณาในเรื่องของกระบวนการผลิตสินค้าภายในโรงงานนั้น นางบุญเกื้อกล่าวว่า ระบบการผลิตของบริษัทฯ ใช้มานาน ถือว่าเป็นระบบที่ดีอยู่แล้ว โดยก่อนหน้านี้บริษัทฯ ได้รับการรับรอง ISO 9001 เวอร์ชัน 2000 ซึ่งบริษัทฯ ได้นำระบบไอเอสโอเข้ามาเสริมในกระบวนการผลิตโดยจะเป็นในลักษณะการทบทวนและการจัดกิจกรรมในโรงงาน แต่ถึงแม้ระบบที่ใช้งานอยู่จะดีอยู่แล้ว ก็มีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างให้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการเข้าร่วมอบรมโครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน (Logistics/Supply Chain



Management) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อศึกษาความรู้ ในเรื่องการนำระบบการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานมาใช้เพิ่ม ศักยภาพการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

“เราได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดย เข้ารับการอบรมประมาณ 3 วัน หลังจากนั้นก็มีอาจารย์ที่ปรึกษา เข้ามาดูแลช่วยให้คำแนะนำและดูระบบภายในโรงงาน ซึ่งเราได้ คำแนะนำเกี่ยวกับการวางแผนโดยครอบคลุมหมดทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น การจัดซื้อไปจนถึงกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้ความ เข้าใจยากและต้องใช้ระยะเวลานานแต่ก็เชื่อมั่นว่าบุคลากรของเรา สามารถเรียนรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้เพื่อช่วยลดการสูญเสียที่ เกิดขึ้นในโรงงานให้ได้มากที่สุด”

ลดการสูญเสียการผลิต 50%

ทั้งนี้ สินค้าที่บริษัทผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่ง ของลูกค้า เปรียบได้กับสินค้าสั่งตัด โดยสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้า รายใหม่เข้ามาสั่งผลิต ก็คือการเริ่มผลิตตามคำสั่งของลูกค้าราย ใหม่ทำให้เกิดการสูญเสียเกิดขึ้น เช่น การที่ต้องตั้งระบบเครื่อง ใหม่เพื่อให้ผลิตตามที่ถูกลูกค้าต้องการ แต่จากการเข้ารับการอบรม กับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อนำความรู้ที่ได้กลับมาประยุกต์

ใช้กับโรงงาน ทำให้บริษัทมีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือสามารถลดความสูญเสียลงได้มาก

“ก่อนการฝึกอบรมเราจะทำงานแบบลูกทุ่ง คือพอมี ออร์เดอร์เข้ามาก็ทำเลย พอถึงเวลามึงงานอะไรเร่งด่วน เราก็ทำ ไม่ได้คิดมาก สิ่งที่ได้มาคือการสูญเสียจำนวนมาก เพราะต้องมีการ ปรับตั้งเครื่องจักรบ่อยครั้ง แต่หลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาเข้ามาให้ คำแนะนำ เราก็เลยลองหันมามองตัวเองและลองวางแผนการ ผลิตอย่างเป็นระบบ”

ส่วนในด้านของคลังสินค้าคาดว่าจะลดการสต็อกสินค้า ไปได้เยอะมาก เพราะเดิมจะมีการเก็บตุนสินค้าไว้ในคลัง แต่ เมื่อมีการวางแผนทำให้ทราบว่าการเก็บสินค้าไว้นั้นหมายถึง มีของเสีย อีกทั้งยังเป็นต้นทุนด้วย ซึ่งเมื่อก่อนคิดเป็นการสูญเสีย ประมาณ 10% แต่หลังจากที่บริษัทฯ วางระบบตรงนี้แล้ว ขณะนี้ การสูญเสียเริ่มลดลงเหลือประมาณ 8% ในช่วงระยะเวลาไม่กี่เดือนที่เข้ารับการฝึกอบรม จึงคาดว่าในอนาคตจะสามารถลด การสูญเสียในทุกด้านได้มากกว่า 50% เลยทีเดียว

“ขั้นตอนการผลิตที่เกิดการสูญเสียมากที่สุด คือขั้นตอน การพิมพ์ โดยในช่วงเริ่มต้นของขั้นตอนการพิมพ์จะเกิดการสูญเสีย ไปแล้วในระดับหนึ่ง เนื่องจากต้องมีการปรับตั้งทั้งความกว้าง และความยาว ปรับตั้งจำนวนสีที่พิมพ์เพื่อให้ตรงตามที่ลูกค้า ต้องการ แต่เมื่อมีการวางแผนเป็นระบบทำให้ช่วยลดการปรับตั้ง เครื่องลงได้มาก โดยงานในลักษณะเดียวกันจะมีการตั้งให้ออก มาต่อเนื่องกัน ทำให้สามารถลดเวลาของการปรับตั้งลง และเมื่อ สามารถลดเวลาของการปรับตั้งเครื่องลงได้ การสูญเสียก็ลดลง ตามไปด้วย”

เชื่อมโยงการผลิตกับระบบ

นางบุญเกื้อกล่าวไว้ว่า ก่อนการเข้ารับการอบรมเข้าใจว่า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการขนส่งเท่านั้น แต่หลังจากเข้าอบรม ทำให้เริ่มเปิดความคิดให้กว้างมากขึ้น เพราะระบบโลจิสติกส์ไม่ใช่ แค่นำมาใช้กับการขนส่งอย่างเดียวแต่เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการ นับตั้งแต่การจัดซื้อ การสื่อสารกับลูกค้า ซัพพลายเออร์ รวมไปถึง การจัดการคลังสินค้าด้วย

และหากจะมองถึงสถานการณ์โลจิสติกส์ในประเทศไทย นั้น เวลานี้ผู้ประกอบการไม่ว่ารายเล็ก รายกลาง มีการนำระบบ โลจิสติกส์มาใช้กันมากขึ้นเพราะเชื่อว่าจะส่งผลดีแก่กิจการ นั้น เพราะสิ่งที่ยังคงเป็นปัญหาคือผู้ประกอบการคนไทยโดยเฉพาะ ในกลุ่ม SMEs มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตแต่ยังไม่ค่อยมี ความรอบรู้ในด้านการวางแผน ซึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้ถูกสอนมา ให้มีการคิดวางแผนก่อน การนำระบบโลจิสติกส์มาใช้จึงสามารถ ช่วยได้มาก เนื่องจากสิ่งที่เราต้องสูญเสียไปในการผลิตนั้นถือเป็น ต้นทุนมูลค่ามหาศาล หากมีการวางแผนเพื่อลดการสูญเสีย

เหล่านี้ได้การดำเนินงานก็จะมั่นคงและมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น

ข้อสัดยังใจมือใจลูกค้า

นอกจากกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อนำมาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพแล้ว สิ่งหนึ่งที่ทำให้สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ คือความซื่อสัตย์และจริงใจ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับลูกค้าบริษัท ไม่รีรอที่จะรีบเข้าไปให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาทำให้ลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นลูกค้าเก่าแก่ที่ติดต่อกันดำเนินธุรกิจร่วมกันมายาวนาน

“ลูกค้าที่อยู่กับเราจะเป็นลูกค้าดั้งเดิมที่ยังติดต่อกับเราอยู่ประจำจนรู้ว่าเราเป็นอย่างไรให้ราคาลูกค้าแบบสมเหตุสมผล ส่วนใหญ่เราจะขายตัวเองและขายในบริการของเรา ส่วนในด้านของการบริหารงานในฐานะที่เราเป็นผู้หญิงแล้วต้องมาเป็นผู้บริหารแม้ในสายตาของสังคมการยอมรับอาจยังน้อยอยู่ แต่ในท้ายที่สุดหากเราบริหารงานด้วยความจริงใจ อุปสรรคที่เข้ามาสามารถแก้ปัญหาได้ทำให้ทุกคนเกิดการยอมรับในที่สุด นอกจากนี้ ความเป็นผู้หญิงสามารถช่วยได้ในการแก้ปัญหาในเรื่องของการใช้คำพูด ความอ่อนน้อม การขอความช่วยเหลือจากลูกน้องจะง่าย และยินดีช่วยเหลือมากกว่าการใช้คำสั่ง”

อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่องมืออนาคต

จากความเชี่ยวชาญและอยู่ในอุตสาหกรรมผลิตกระดาษต่อเนื่องมานานกว่า 10 ปี นางบุญเกื้อกล่าววว่า สำหรับประเทศไทยแล้วกระดาษต่อเนื่องยังคงมีความต้องการใช้อยู่มากมายไม่ต่ำกว่า 10 ปี โดยสถานการณ์ตลาดในอุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่องนั้น ขณะนี้เรียกได้ว่ามีการแข่งขันกันสูงและส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขันในด้านราคาเป็นหลัก โดยปัจจุบันมีผู้ดำเนินธุรกิจในตลาดประมาณกว่า 200 ราย

สำหรับในส่วนของบริษัท จำนวนพนักงานในที่มีอยู่ประมาณ 50 คน ยังคงมุ่งเน้นการทำตลาดในประเทศเป็นหลัก แต่มีลูกค้านบางส่วนที่รับสินค้าไปทำตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งแม้ธุรกิจผลิตกระดาษต่อเนื่องจะเป็นตลาดที่แคบแต่ด้วยความที่เริ่มต้นกับธุรกิจนี้มานาน จึงเป็นจุดแข็งที่ลูกค้านต่างให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า *

บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษต่อเนื่อง จำกัด

159 หมู่ 3 ถนนพหลโยธิน

ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี

จังหวัดสมุทรปราการ 10540

โทรศัพท์ 0-2730-4900-5 โทรสาร 0-2730-4930



ยุทธศาสตร์การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย

การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์เป็นเรื่องที่รัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญและถือเป็นเรื่องเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการเพื่อสนองความต้องการของภาคเอกชนที่ต้องการให้มีการขับเคลื่อนการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของประเทศอย่างมีทิศทางและมีการบูรณาการให้เกิดความเป็นเอกภาพในการดำเนินการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดย คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2550-2554) เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2550 โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ระบบโลจิสติกส์ได้มาตรฐานสากล (World Class Logistics) เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการค้าของภูมิภาคอินโดจีน และวัตถุประสงค์หลัก คือ

1. เพิ่มประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกกิจกรรมทางการค้า ซึ่งจะนำไปสู่การลดต้นทุนโลจิสติกส์ (Cost Efficiency)

เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) และเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อถือได้ในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการ (Reliability and Security)

2. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์/GDP จากประมาณร้อยละ 19 ในปี 2548 ให้เหลือร้อยละ 16 ในปี 2554 ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Agenda) ได้แก่

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ในภาคการผลิต (Business Logistics Improvement)
2. การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งและโลจิสติกส์ (Transport and Logistics Network Optimization)
3. การพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Service Internationalization)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2549-2553)					
วิสัยทัศน์	มีระบบโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานสากล (World Class Logistics) เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศและกระตุ้นการเติบโตของภาคเศรษฐกิจ				
วัตถุประสงค์	1. เพิ่มประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกกิจกรรมทางการค้า ซึ่งจะนำไปสู่การลดต้นทุนโลจิสติกส์ (Cost Efficiency) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อถือได้ในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการ (Reliability and Security) 2. สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง				
ประเด็นยุทธศาสตร์	1. การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในภาคการผลิต	2. การเปิดเสรีทางการค้าและบูรณาการเครือข่ายโลจิสติกส์	3. การพัฒนาธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าระหว่างประเทศ	4. การยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการขนส่งทางบก	5. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
กลยุทธ์หลัก	1.1 ส่งเสริมให้สถานประกอบการที่ในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ 1.2 สนับสนุนการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีเชื่อมโยงกันและสอดคล้องกับห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดการประหยัดต้นทุน (Supply Chain Optimization) และสามารถตรวจสอบการเคลื่อนย้ายของสินค้าได้	2.1 พัฒนาเส้นทางการค้า (New Trade Lanes) ที่เชื่อมโยงกับอาเซียนและยุโรป ผ่านเส้นทางทะเลอันดามัน 2.2 พัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์ในประเทศให้เชื่อมโยงกับระบบโลจิสติกส์ (Logistics Network Integration) 2.3 สนับสนุนการใช้รูปแบบและวิธีการบริหารจัดการขนส่งเพื่อการประหยัดพลังงาน (Transport Management for Energy Saving) เพื่อนำไปสู่การลดต้นทุนการขนส่งทั้งในระดับธุรกิจและระดับประเทศ	3.1 ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและเสริมสร้างพันธมิตร (Strategic Alliance) ระหว่างผู้ประกอบการของไทย และระหว่างผู้ให้บริการของไทยกับผู้ที่ให้บริการภาคโลกหรือภาคอื่นๆ ของต่างประเทศ 3.2 ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์เฉพาะด้านตามความต้องการของธุรกิจในประเทศ	4.1 พัฒนา e-Logistics โดยมีระบบ Single Window Entry เป็นศูนย์กลางระบบ 4.2 ปรับปรุงระบบบัญชีและพิธีการศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทั้งนำเข้า ส่งออก และการขนส่งสินค้าภายในประเทศ 4.3 สนับสนุนให้มีการจัดตั้ง Distribution and Logistics Centers ในประเทศคู่ค้าหลัก 4.4 ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ 4.5 ส่งเสริมการค้าทางเรือผ่านระบบขนส่งทางบก (Se-landbridge) 4.6 เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการด้านศุลกากรขนส่งทางบกและทางอากาศและทางเรือ	5.1 สร้างความเชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียนและในภูมิภาคอื่น 5.2 ปรับปรุงระบบการผลิตและการบริการโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและได้มาตรฐานสากลเพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความสามารถในการแข่งขัน 5.3 สนับสนุนให้มีการพัฒนาระบบข้อมูลโลจิสติกส์สำหรับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกันเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นและขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
หลักการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์	ระดับเป้าหมาย - มุ่งยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ไปสู่ระดับ World Class Logistics Management ระดับยุทธศาสตร์ - มีจุดเน้น (Focus) ไปที่การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป้าหมายหลักของประเทศ ระดับปฏิบัติ - การปรับเปลี่ยนในระดับปฏิบัติ (Change Management) จะต้องมีความต้องการของผู้ประกอบการเป็นต้น				

ที่มา : ศพช.



4 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement)

5 การพัฒนากำลังคนและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Capacity Building)

ในส่วนของกระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดทำ Roadmap หรือ แผนที่นำทางการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพแก่อุตสาหกรรมไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก โดยได้จัดทำให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

1 การสร้างขีดความสามารถด้านโลจิสติกส์ และ Supply Chain Management ให้ภาคอุตสาหกรรม

2 การยกระดับประสิทธิภาพการพัฒนาการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของภาคอุตสาหกรรม

3 การสนับสนุนการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ทั้งในและระหว่างประเทศ

เป้าหมายการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม คือการพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ของภาคอุตสาหกรรมให้มีศักยภาพในการ

แข่งขันจากระดับ Physical Distribution ที่เน้นการจัดการเฉพาะหน่วยย่อยในองค์กรไปสู่ระดับที่เน้นการเชื่อมโยงการจัดการภายในบริษัทตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนถึงส่งถึงผู้บริโภค หรือ Internally Integrated Logistics และพัฒนาไปสู่การเน้นการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทตลอดห่วงโซ่อุปทาน หรือ Externally Integrated Logistics จนกระทั่งถึงระดับที่มีการจัดส่งสินค้าครอบคลุมแหล่งทั่วโลก หรือ Global Logistics Management

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยส่วนเชื่อมโยงการผลิต สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนได้เร่งดำเนินกิจกรรมพัฒนาระบบโลจิสติกส์ตามกรอบ Roadmap เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยมีกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1 การให้บริการปรึกษาแนะนำแก่ SMEs โดยในปี 2550 ได้ให้คำปรึกษาแนะนำแก่โรงงานต้นแบบจำนวน 25 โรง

2 การอบรมหลักสูตรพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ระยะสั้น จำนวน 40 คน และระยะยาว จำนวน 60 คน

3 ศึกษาแบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมอาหารและสร้าง Best Practices เพื่อขยายผลและนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมทั่วประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ ของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การปรับปรุงประสิทธิภาพ
การบริการจัดการโลจิสติกส์ในภาคการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การพัฒนากำลังคนและกลไก
การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การยกระดับประสิทธิภาพ
กระบวนการอำนวยความสะดวกทางการค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การเปิดเส้นทางการค้าและ
สร้างประสิทธิภาพสูงสุดของเครือข่ายโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาธุรกิจให้บริการ
โลจิสติกส์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้า
ระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ ของภาคอุตสาหกรรม

1. สร้างขีดความสามารถด้าน
Logistics และ Supply Chain
ให้กับภาคอุตสาหกรรม

2. ยกระดับประสิทธิภาพ
การดำเนินงานของกระทรวง
อุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการ
ประกอบธุรกิจของ
ภาคอุตสาหกรรม

3. สนับสนุนการสร้างเครือข่าย
โลจิสติกส์ในประเทศและ
ระหว่างประเทศ



4. สัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์ จำนวน 600-700 คน

5. พัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนและเชื่อมโยงตลาดต่างประเทศภายใต้โครงการ Global Logistics and Sourcing Center in Thailand

สำหรับปี 2551 จะขยายผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานสากลสู่ระบบโลก (Global Logistics) ตามกรอบ Roadmap (3 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 22 แผนงาน) โดยเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์และถ่ายทอดการดำเนินงานไปสู่ส่วนภูมิภาคและเพิ่มจำนวนมากขึ้นเป็นทวีคูณจากที่ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำโรงงานตัวอย่างจำนวน 277 ราย อบรมบุคลากรภาคอุตสาหกรรม 150 คน สัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้และบริการข้อมูลสารสนเทศมากกว่า 5,000 คนและจัดทำหนังสือเผยแพร่ 1,000 เล่ม

ปี 2551-2558 จะเร่งดำเนินการให้ศึกษารูปแบบพัฒนาโลจิสติกส์เพื่อสร้าง Best Practices ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมยาง เป็นต้น

ปรึกษาแนะนำในโรงงานอุตสาหกรรม

อบรมพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรม

พัฒนาผู้ประกอบการไทยให้มีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

สร้างที่ปรึกษาและผู้ชำนาญการเพื่อขยายผลระดับมาตรฐาน

พัฒนาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ที่เหมาะสมสำหรับ SMEs

พัฒนาหลักสูตรเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ให้มีมาตรฐาน

พัฒนาสื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีมาตรฐาน

สนับสนุนการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ในประเทศและระหว่างประเทศ

เชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

สัมมนาเผยแพร่องค์ความรู้ด้านโลจิสติกส์

การดำเนินงานพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และเป็นไปตามกรอบแนวทางที่กำหนดไว้ใน Roadmap ของกระทรวงอุตสาหกรรม ผลการให้คำปรึกษาแนะนำและการนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จของโรงงานที่ได้รับคำปรึกษาแนะนำในปี 2549 สามารถสรุป 55 ผลได้ดังตารางที่แนบ และในปี 2550 จะได้

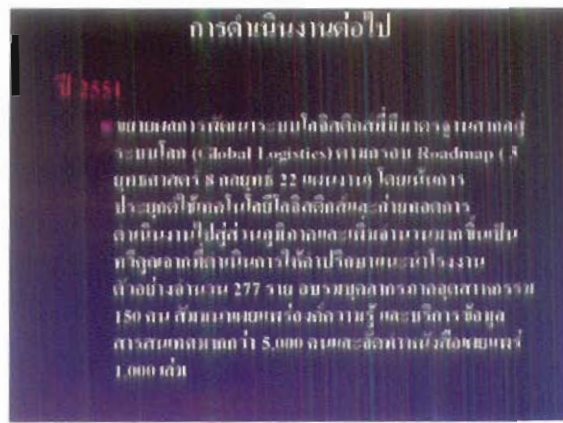
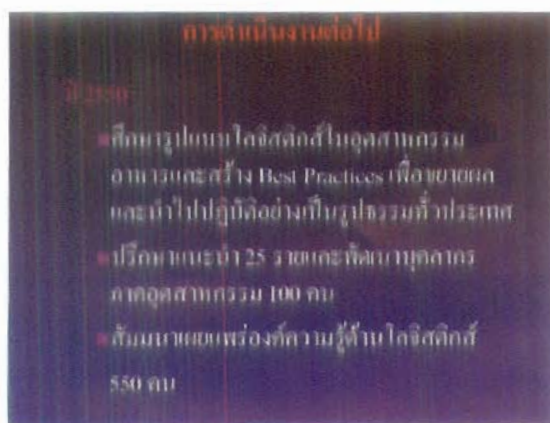
ภาพที่ 11 Roadmap การพัฒนาโลจิสติกส์ของภาคอุตสาหกรรม									
	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
วิสัยทัศน์	Physical Internally Externally Global อุตสาหกรรมไทยมีระบบโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานสากลสู่ระดับโลก (Global Logistics)								
เป้าหมายหลักและเป้าหมาย	1. Cost Efficiency 2. Reliability and Security 3. Responsiveness Upgrading Industries : Automotives Parts, Electrical Appliances, Food, Rubber Products, Textile								
ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์								
1. เสริมสร้างความสามารถในการ Logistics (SCM) ให้กับภาคอุตสาหกรรม (เกษตร, อุตสาหกรรม, อุตสาหกรรมบริการ)	1. ส่งเสริมและพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์เชิงบูรณาการเป็นระบบอุตสาหกรรม 4 แผนงาน 2. เสริมสร้างระบบระบบอุตสาหกรรมผลิต 4 แผนงาน 3. เสริมปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม 3 แผนงาน							4 แผนงาน	
2. มาตรฐานการบริการ: มาตรฐานการบริการของภาคอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	1. พัฒนาระบบบริการของภาคอุตสาหกรรม 2 แผนงาน 2. พัฒนาระบบการบริการของภาคอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 2 แผนงาน							2 แผนงาน	
3. มาตรฐานการบริการ: มาตรฐานการบริการของภาคอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	1. ส่งเสริมให้บริษัท LSP ของไทยมีมาตรฐานการบริการในระดับสากล 3 แผนงาน 2. ส่งเสริมให้บริษัทการร่วมทุนความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Strategic Alliance) กับต่างประเทศ 2 แผนงาน 3. ผลักดันให้บริษัทการร่วมทุนความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Strategic Alliance) กับต่างประเทศ 2 แผนงาน							2 แผนงาน	



คู่มือหลักสูตรการอบรมโลจิสติกส์สำหรับ SMEs ทั้งหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้บริหารและระยะยาวสำหรับระดับปฏิบัติการ โดยจะเป็นการอบรมเชิงลึกที่ผู้เข้าอบรมจะได้นำสิ่งที่เรียนไปปฏิบัติให้เห็นผลและได้รับคำปรึกษาแนะนำระหว่างภาคปฏิบัติ

สำหรับศึกษารูปแบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมอาหาร สำหรับในปี 2550 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกำหนดจะศึกษารูปแบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทอุตสาหกรรม

กึ่งแข็งกึ่งและกึ่งแปรรูป โดยจะคัดเลือกโรงงานต้นแบบ 3 โรงงาน เพื่อนำผลการศึกษาและเลือก Best Practices นำไปทดลองใช้ในโรงงาน เพื่อนำผลดังกล่าวในการกำหนดแนวทางรูปแบบการส่งเสริมและพัฒนาโลจิสติกส์ที่เหมาะสมเพื่อเป็นตัวอย่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่ออนาคต และจะใช้เป็นรูปแบบในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาอื่นๆ ต่อไป *

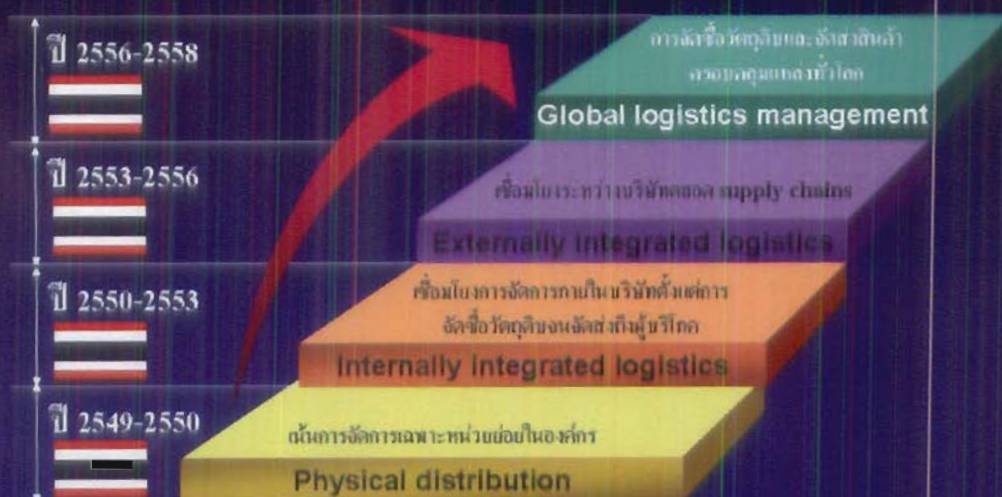


การดำเนินงานต่อไป

ปี 2551-2558

- ❖ ศึกษารูปแบบพัฒนาโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- ❖ ประเมินและนำในโรงงานอุตสาหกรรม
- ❖ อบรมพัฒนากฎเกณฑ์อุตสาหกรรม
- ❖ พัฒนาผู้ประกอบการไทยให้มีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ
- ❖ สร้างที่ปรึกษาและผู้ชำนาญการเพื่อขยายผลระดับมาตรฐาน
- ❖ พัฒนาเทคโนโลยีโลจิสติกส์ที่เหมาะสมสำหรับ SMEs
- ❖ พัฒนาหลักสูตรเฉพาะทางด้านโลจิสติกส์ให้มีมาตรฐาน
- ❖ พัฒนาสื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีมาตรฐาน
- ❖ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ในประเทศและระหว่างประเทศ
- ❖ เชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ
- สัมมนาเผยแพร่ความรู้ด้านโลจิสติกส์

เป้าหมายการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรมของไทย



เป้าประสงค์ของการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมไทยมีระบบโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานสากล
สู่ระดับโลก (Global Logistics)

Cost Efficiency

การลดต้นทุน
ที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า

Reliability
and Security

ความสามารถในการ
รับความเสี่ยงและคุณภาพ
ของสินค้า/บริการ

Responsiveness

ความสามารถในการ
ตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าได้ทันเวลา



กลยุทธ์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 1

สร้างขีดความสามารถด้าน
Logistics และ Supply Chain
ให้กับภาคอุตสาหกรรม

3 กลยุทธ์

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์ให้คู่ค้าภายในโรงงานอุตสาหกรรม
2. เสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรภาคการผลิต
3. สร้างปัจจัยที่ดึงดูดอำนาจต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 2

ลดรายจ่ายประสิทธิภาพการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม
ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ
ของภาคอุตสาหกรรม

2 กลยุทธ์

1. พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของกระทรวงอุตสาหกรรม
2. พัฒนาความสามารถของระบบโลจิสติกส์อย่างเชื่อมโยงและอัตโนมัติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3

สนับสนุนการสร้าง
เครือข่ายโลจิสติกส์ในประเทศ
และระหว่างประเทศ

3 กลยุทธ์

1. ส่งเสริมให้บริษัท LSP ของไทยมีศักยภาพแข่งขันกับบริษัทจากต่างประเทศ
2. ส่งเสริมให้เกิดการร่วมลงทุนร่วมกันกับพันธมิตร (Strategic Alliance) ทั้งในประเทศ
3. ผลักดันให้กลุ่มผู้ประกอบการและผู้นำประกอบการ



“โลจิสติกส์” คืออะไร ? สำคัญอย่างไร ?



การก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) มีพลให้การค้าขายระหว่างประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว ยิ่งพ่วงกับนโยบายเปิดเขตการค้าเสรีด้วยแล้ว ยิ่งทำให้ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันในการขับเคลื่อนสินค้า บริการ ข้อมูล และการเงิน อย่างประสานเป็นหนึ่งเดียวจึงจะทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก

และ “โลจิสติกส์” ก็เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า เพราะเป็นปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนสินค้าและบริการถูกลง รวมทั้งส่งถึงมือผู้บริโภคได้เร็วขึ้นอย่างถูกต้องแม่นยำ อันจะช่วยผลักดันให้มูลค่าการค้าขายขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน กลายเป็นวัฏจักรหมุนเวียนให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง โลจิสติกส์จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่ว่ารายเล็ก รายกลาง หรือรายใหญ่ ต้องให้ความสำคัญในการศึกษาทำความเข้าใจ และนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตนเอง

ความหมายของโลจิสติกส์

คำว่า “โลจิสติกส์” หรือ Logistics มาจากคำภาษากรีก แปลว่า “ศิลปะของการคำนวณ” พจนานุกรมให้คำจำกัดความ โลจิสติกส์ว่าเป็น “สาขาวิชาการทหารที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การซ่อมบำรุง และการขนส่งวัสดุ บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต่อมาจึงได้มีการนำเอาคำว่าโลจิสติกส์มาใช้ในวงการธุรกิจที่ได้มีการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายและการเก็บรักษาสินค้ามานานแล้ว โดยได้เกิดคำนิยามว่า “โลจิสติกส์เป็นการจัดการกับสินค้าคงคลังที่เคลื่อนไหวและสินค้าคงคลังที่อยู่นิ่ง”

ทั้งนี้ หากมองจากระดับองค์กร โลจิสติกส์ทางธุรกิจเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ การสร้างประสิทธิภาพ และเพิ่มประสิทธิผลของการควบคุมการไหลเวียน และการจัดเก็บวัตถุดิบ คลังสินค้าวัตถุดิบ สินค้าผลิตเสร็จ บริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเหล่านี้จากต้นทางจนถึงจุดบริโภค อันรวมถึงแต่การเคลื่อนย้ายเข้าและออก และการเคลื่อนย้ายภายในและการขนส่งภายนอกองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สมาคมการจัดการโลจิสติกส์ (Council of Logistics Management) แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้คำนิยามว่า การจัดการ

ระบบโลจิสติกส์หมายถึง ส่วนของกระบวนการโซ่อุปทานที่วางแผน ดำเนินการ และควบคุมการไหลและการเก็บสินค้าเข้าคลัง การบริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพจากจุดกำเนิดไปถึงจุดบริโภคเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

การบริโภคโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่ประสานข้ามหน้าที่สำคัญทั้งหมดขององค์กร อันประกอบด้วย การผลิต การตลาด และแม้แต่การเงิน สำหรับสายการผลิต การวางแผนโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญอันจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ดีกว่า สำหรับการตลาดโลจิสติกส์ อาจจัดได้ว่าเป็นอีกด้านหนึ่งของกิจกรรมการตลาด ซึ่งใช้เก็บสินค้าสำหรับลูกค้าร่วมกัน ดังนั้น โลจิสติกส์จึงมีบทบาทสำคัญในการขายสินค้า ขณะเดียวกัน โลจิสติกส์ยังมีบทบาทในการบริหารจัดการสินทรัพย์ประเภทคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่โลจิสติกส์และการเงินมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน อันจะนำไปสู่การเพิ่มกระแสเงินสดและผลตอบแทนจากการลงทุน

การขนส่งเป็นหัวใจสำคัญของระบบโลจิสติกส์ เพราะโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเคลื่อนย้ายหรือการไหลเวียนทางกายภาพของสินค้า หรือเครือข่ายที่ทำการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ เครือข่ายดังกล่าวประกอบด้วยหน่วยงานขนส่งซึ่งมีกิจกรรมให้บริการกับองค์กร การเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสมถือว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญส่วนหนึ่งของระบบโลจิสติกส์

ในสภาพการณ์ที่บริษัทต่างๆ ได้พัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตสินค้าและบริการ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ องค์กรในโซ่อุปทานเดียวกันควรรวมกลุ่มกันสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ขึ้นเพื่อลดระยะเวลาการผลิต พัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการลูกค้า ลดต้นทุนทางธุรกิจโดยรวม เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน แบ่งปันข้อมูล และใช้ระบบประสานรวมและบริหารข้อมูล ด้านอุปทาน การผลิต โลจิสติกส์และความต้องการร่วมกัน ด้วยระบบอินเทอร์เน็ต หรืออินทราเน็ต

ปัจจุบันโลจิสติกส์เชิงธุรกิจยุคใหม่ได้ผนวกโซ่อุปทานไว้ในระบบด้วย โดยโซ่อุปทานก็เป็นเสมือน “ท่อขนส่ง” หรือเครือข่ายที่นำผลิตภัณฑ์ไปสู่มือลูกค้า การบริหารโซ่อุปทานเป็นระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่รวมเอากิจกรรมและสารสนเทศ นับตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบจากผู้ผลิต ไปสู่การผลิตสินค้าผลิตเสร็จแก่ลูกค้าปลายทาง เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โลจิสติกส์จึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของโซ่อุปทาน



การบริหารโลจิสติกส์เชิงโซลูชันเป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์แบบองค์รวมซึ่งครอบคลุมกว้างขวางยิ่งไปกว่าการไหลเวียนและการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าผลิตเสร็จอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังรวมถึงการบริหารจัดการแบบประสานรวม โดยมีการร่วมมือสื่อสารภายในเครือข่ายโซลูชันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการนำเสนอสินค้าสู่ตลาด เป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดกับการสร้างและดำรงรักษาความสัมพันธ์แบบร่วมมือ โลจิสติกส์เชิงโซลูชันมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการโลจิสติกส์ โดยเน้นการประสานรวมอย่างมีประสิทธิภาพของโซลูชันทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรในโซลูชันเดียวกัน

ภาระหน้าที่ของโลจิสติกส์ทางธุรกิจก็คือการนำเสนอจากแหล่งที่ถูกต้องจากกลุ่มสินค้าคงคลังที่ถูกต้อง ในปริมาณที่ถูกต้อง พร้อมด้วยเอกสารข้อมูลที่ถูกต้อง ไปสู่สถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม ในสภาพเงื่อนไขที่ถูกต้องด้วยบริการที่เหมาะสม เพื่อเอื้อประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

โดยสรุป การจัดการโลจิสติกส์ คือ กระบวนการจัดการและกระบวนการสารสนเทศที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนแกนกลางในการแสวงหาแหล่งของวัตถุดิบและบริการ การจัดหา การเก็บสินค้าเข้าคลัง และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม โดยมีการเก็บสินค้าคงคลัง การสิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย ความพยายามและเงินทุนน้อยที่สุดเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ

พัฒนาการของระบบโลจิสติกส์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประมวลการพัฒนากระบวนโลจิสติกส์ จากการศึกษาวิเคราะห์ระดับการพัฒนากระบวนโลจิสติกส์ของประเทศต่างๆ ได้รวม 4 ขั้นตอน คือ

1. Physical Distribution เป็นการให้ความสำคัญเฉพาะด้านการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยอาจครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การขนส่ง การเก็บสินค้า การจัดการวัสดุ และการบรรจุหีบห่อเพื่อป้องกันการสูญเสียระหว่างการขนส่ง การพัฒนาระดับนี้ยังไม่มุ่งเน้นการลดต้นทุนในส่วนที่เป็นสินค้าคงคลังที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าระหว่างผลิต

2. Internally Integrated Logistics เป็นการพัฒนาที่รวมกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นก่อนกระบวนการผลิต มีการเชื่อมโยงการจัดการภายในบริษัทตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบจนถึงการจัดส่งถึงผู้บริโภค โดยมีจุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนจากการลดสินค้าคงคลังเป็นเพิ่มความดีในการระบายสินค้า การพัฒนาในขั้นตอนนี้จะมีการใช้ IT/Software จัดการกิจกรรมทั้งระบบ

3. Externally Integrated Logistics เป็นการพัฒนาที่มีการเชื่อมโยงโซลูชันแบบ (Model) การขนส่งทุกรูปแบบ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การมีจุดขนถ่ายสินค้าที่มีมาตรฐาน มีระบบ IT

ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างบริษัท นอกจากนี้ ยังมีการใช้ผู้ชำนาญการด้านโลจิสติกส์ที่เป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์เฉพาะด้าน เช่น Third Party Logistics Provider เป็นต้น

และ 4. Global Logistics Management เป็นการพัฒนาที่เกิดจากการตื่นตัวของบริษัทข้ามชาติที่กำลังเผชิญกับปัญหากำไรลดลงในประเทศที่ตนตั้งอยู่ ดังนั้น จึงเริ่มหาแหล่งจัดซื้อที่ถูกกว่าในต่างประเทศ ลักษณะของการพัฒนาในขั้นตอนนี้คือการจัดซื้อวัตถุดิบและจัดส่งสินค้าจะครอบคลุมแหล่งวัตถุดิบทั่วโลก ด้านการขนส่ง การเชื่อมต่อการขนส่งระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการท่าเรือ ขั้นตอนการส่งสินค้าชายแดน การให้ความสำคัญกับผลกระทบของการขนส่งต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยด้านการขนส่ง ด้าน IT มีการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายภายในและระหว่างประเทศและมีการพึ่งพาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ

SMEs กับการจัดการโซลูชัน

การจัดการโลจิสติกส์ของโซลูชันได้กลายเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจในโลกยุคโลกาภิวัตน์ เมื่อบริษัทชั้นนำก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วด้วยการใช้กลยุทธ์โลจิสติกส์มาปรับให้เข้ากับการใช้งานในโซลูชันโดยเฉพาะ เพื่อปรับปรุงระบบโดยรวมของเครือข่ายอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับระบบการขนส่งครบวงจรสำหรับลูกค้าปลายทาง

SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่คิดว่าจัดการโซลูชันเป็นเรื่องของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีพลังทางการตลาดสูง คือผู้ที่คิดผิดอย่างใหญ่หลวง เพราะ ณ เวลานี้เป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ต้องทำความเข้าใจหลักการของกลยุทธ์สมัยใหม่เหล่านี้ และต้องเรียนรู้ถึงคุณค่าของความร่วมมือกัน การเชื่อมโยงเครือข่ายและการพัฒนาและขอความช่วยเหลือจากหุ้นส่วนหรือพันธมิตรผู้เต็มใจและมีความสนใจในการสร้างโซลูชันที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมนั้นๆ เพราะโลจิสติกส์ของโซลูชันไม่เพียงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพภายในองค์กรหนึ่งองค์กรใด หรือองค์ประกอบหนึ่งขององค์ประกอบใดเพียงหนึ่งเดียวในเครือข่ายโซลูชันเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นการสร้างกระบวนการดำเนินงานแบบใหม่ตลอดทั้งโซลูชัน ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ควรเรียนรู้ถึงวิธีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายของโซลูชันนี้เพื่อไม่ให้ธุรกิจของตนถูกมองข้ามไป และก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

ปัจจุบันการจัดการโลจิสติกส์ในเชิงโซลูชันกลายเป็นสมรรถนะหลักที่เป็นหัวใจของการดำเนินการ (Core Competency) ความต่อเนื่องเกี่ยวกันของปฏิบัติการสู่การเป็นเครือข่ายต่างๆ ในโซลูชัน ทั้งในด้านการจัดการวัสดุและในด้านข้อมูลเทคโนโลยี



ที่เกี่ยวข้อง กำลังทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ความรู้หลายอย่างที่เราอ้างอิงในหลายปีที่ผ่านมา เพื่อการประสบความสำเร็จอาจกลายเป็นเรื่องล้าสมัยในการทำงานเพื่อบริการลูกค้ายุคปัจจุบัน ที่เรียกร้องให้มาตรฐานสินค้าและบริการสูงขึ้นเรื่อยๆ การจัดการโซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์ จึงได้กลายเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจในปัจจุบันนี้ ผู้จัดส่งสินค้า ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า ผู้ค้าปลีก และผู้ขายบริการจำนวนมากต่างค้นพบว่าจะต้องทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินการและกลวิธีในการดำเนินการของตนก่อนที่จะถูกแซงหน้าโดยคู่แข่งขั้นที่มีเครือข่ายอุปทานที่มีความก้าวหน้าและมีลักษณะเชิงรุกมากกว่า

ในยุคของการขยายตัวอย่างรวดเร็วของโลกาภิวัตน์ หากธุรกิจหรือกิจการต่างๆ คู่แข่งขันเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินการลูกค้าและผู้มีแนวโน้มเป็นลูกค้า เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผู้ประกอบการ SMEs ย่อมมีความจำเป็นต้องพิจารณาทบทวน ประเมินและเลือกใช้วิธีการดำเนินธุรกิจแบบใหม่เช่นกัน โดยจะต้องแสวงหากลยุทธ์ที่มีนวัตกรรม และกระบวนการใหม่ๆ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กระบวนการโลจิสติกส์ วิธีการผลิต การบรรจุหีบห่อ ช่องทางการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า การพัฒนาความสัมพันธ์ หรือสร้างพันธมิตรใหม่ๆ ทางธุรกิจ เป็นต้น เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวดเร็วขึ้น และประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้นกว่าเดิม ขณะเดียวกัน ยังสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดีกว่าเดิม ฉะนั้น SMEs จะต้องเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรแบบเดิมที่มีลักษณะเป็นแนวตั้ง และแบ่งการทำงานตามหน้าที่ ในกระบวนการของการจัดหา การผลิต และปฏิบัติการกระจายสินค้ามาเป็นโครงสร้างองค์กรแบบแนวนอนข้ามแผนกที่กระชับและรวดเร็ว (Cross Function) มุ่งเน้นที่การจัดการกระบวนการเพื่อตอบสนองอย่างรวดเร็ว ฉะนั้น เรื่องสำคัญเร่งด่วนและเป้าหมายกลุ่มใหม่ทางด้านโลจิสติกส์กำลังปรากฏตัว การที่เรื่องสำคัญและเป้าหมายเหล่านี้จะประสบความสำเร็จเต็มศักยภาพได้ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิดในการปฏิบัติที่ได้ยึดถือมาช้านานเกี่ยวกับการจัดการองค์กร การมุ่งเน้นการจัดการโซ่อุปทานในปัจจุบันหมายความว่า ความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับขีดความสามารถขององค์กรในการบริหารกระบวนการและผลิตภัณฑ์ และการไหลของสารสนเทศที่ข้ามผ่านอาณาเขตภายในองค์กร และก้าวสู่องค์กรภายนอกมากขึ้นเรื่อยๆ

ความสำคัญของโซ่อุปทานต่อรัฐวิสาหกิจ

การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ก็มีความสำคัญกับรัฐวิสาหกิจเป็นอย่างมาก โดยผู้บริหารรัฐวิสาหกิจต้องเข้าใจว่าองค์กรของตนนั้น เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อตลาดสินค้าทางด้านโลจิสติกส์ของประเทศ เพราะเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการวางระบบ นโยบาย ตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ เช่น การ

ประปา การไฟฟ้า การขนส่ง เทคโนโลยี ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนและรายได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งขององค์กรอื่นๆ ดังนั้น ผู้บริหารรัฐวิสาหกิจต้องเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในองค์กรวม มองเห็นภาพ สามารถประเมินประเมินผลดีผลเสีย รวมไปถึงผลกระทบกับฝ่ายต่างๆ ในโซ่อุปทานได้ เพื่อให้สามารถทำการตัดสินใจใดๆ ได้อย่างถูกต้องและคำนวณประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย

และปัจจุบันผู้บริหารรัฐวิสาหกิจจำเป็นต้องบริหารงานเพื่อที่จะสามารถเพิ่มคุณค่า (Value add) ให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเงินที่ได้จากภาษีของประชาชนมาใช้ได้อย่างมีคุณค่าและเกิดประโยชน์ที่สุด จึงต้องตื่นตัวและพร้อมที่จะเรียนรู้แนวทางในการบริหารใหม่ๆ เช่น การจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรของตน เพื่อพัฒนาให้องค์กรมีการบริการที่เพิ่มคุณค่าเหนือกว่าต้นทุน และมีศักยภาพเหนือกว่าองค์กรอื่นๆ ในธุรกิจลักษณะเดียวกันในภูมิภาค ผู้บริหารรัฐวิสาหกิจที่มีความรู้ในด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานจะเข้าใจถึงผลกระทบของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มีต่อองค์กร จึงสามารถนำองค์กรให้ดำเนินเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้าราชการกับการจัดการโซ่อุปทาน

หน่วยงานราชการก็มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไม่น้อย ดังนั้น ผู้บริหารหน่วยงานราชการซึ่งก็คือข้าราชการทั้งหลาย จึงควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของประเทศในภาพรวมเพื่อความเข้าใจเรื่องการไหลของสินค้า บริการ ข้อมูลข่าวสารและเงินทุน เพื่อให้รู้ว่าจะองค์กรของตนเป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานของประเทศจะได้เข้าใจในบทบาทขององค์กรต่อการจัดการไหลของปัจจัยต่างๆ ที่จะช่วยเกื้อหนุนให้การทำงานของประเทศไทยเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และตอบสนองได้เร็วขึ้น อันจะเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

การที่หน่วยงานราชการจะดำเนินกิจกรรมที่เกื้อหนุนให้ภาคเอกชนมีความสามารถในการแข่งขัน หน่วยงานราชการเองก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้มีการดำเนินงานทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้บริหารหน่วยงานราชการก็มีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในองค์กรวมเพื่อที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรของตนให้เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว *

สถาบันปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยี

เปิดสอน 2 สาขาวิชาป้อนธุรกิจ ค้าปลีก & โลจิสติกส์



ตลาดแรงงานในยุคนี้ต่างเนืองแน่นไปด้วยบัณฑิตจบใหม่ก็แข่งขันกันหางานทำ จึงไปเฝ้าห้องว่างเลยก็ดีกว่าที่จะจบออกมาแล้ว

ได้งานตามที่วาดหวังไว้ หลายคนต้องประสบกับคำว่า “พิดหวัง” หรือต้องใช้เวลามากกับการหางานทำสักหนึ่งแห่ง

บริษัท ซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) นับเป็นองค์กรที่มีความยิ่งใหญ่ในฐานะเจ้าตลาดคอนวีเนียนสโตร์ของไทย มีจำนวนสาขาทะลุ 3,200 สาขา และมียอดขายสูงสุด มียุทธศาสตร์เชิงรุกทุกรูปแบบที่ทำให้คู่แข่งต้องปราชัย องค์กรนี้ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างแหล่งต้นน้ำ โดยการปั้นบุคลากรของตัวเองขึ้นมาเพื่อเป็นสายป่านให้กับธุรกิจค้าปลีกมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

“สถาบันปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยี” หรือ ซีไอที จึงเกิดขึ้นภายใต้การบริหาร บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้มีคุณสมบัติเหมาะสมในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมค้าปลีก โดยมีนโยบายการรับประกันการทำงานหลังจากสำเร็จ การศึกษาโดยจะรับเข้าทำงานกับ ซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่นทันที

บริษัทฯ รับช่วงใบอนุญาตต่อจากผู้ประกอบการสถานศึกษาเดิม คือ “กรุงเทพเทคนิคธนบุรี” ที่ตั้งอยู่ในซอยงามวงศ์วาน 23 จังหวัดนนทบุรี และได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “โรงเรียนสถาบันปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยี” ในปัจจุบันซึ่งเริ่มเปิดดำเนินการไปเมื่อปี พ.ศ. 2547 และเริ่มรับเด็ก นักเรียนใหม่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2548 ปัจจุบันมีหลักสูตรเปิดสอนแบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่

1 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) (Vocational Certificate)

- ประเภทวิชาพาณิชยกรรม ประกอบด้วย ธุรกิจค้าปลีก, การบัญชี, คอมพิวเตอร์ธุรกิจ, ธุรกิจอาหาร

- ประเภทวิชาอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ไฟฟ้ากำลัง

2 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

- ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย การบัญชี, คอมพิวเตอร์ธุรกิจ, โลจิสติกส์

- ประเภทวิชาอุตสาหกรรม ประกอบด้วย เมคคาทรอนิกส์ สำหรับทางด้านปริญญาตรี ได้ร่วมทำโครงการศึกษา วิทยาศาสตร์กับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เปิดการศึกษาแบบเฉพาะทางที่เน้นธุรกิจค้าปลีกซึ่งเป็นสาขาวิชาใหม่ คือ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากที่ผ่านมามีสถาบันที่เปิดสอนด้านนี้เป็นวิชาเอกเพียงแห่งเดียว ส่วนอีก 2 สาขาที่กำลังจะเปิดในปีนี้เป็นสาขาวิชาการโลจิสติกส์ และธุรกิจอาหาร

ปีนี้จะมีการเปิดสอนระดับปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีก เพื่อสร้างความเป็นผู้นำองค์กร และรู้จักการวางกลยุทธ์ โดยจะรับนักศึกษา 60 คน และในปี 2551 จะเปิดสอนระดับปริญญาตรีสาขาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการจัดการ และจะมีเปิดสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีก (ภาษาจีน)

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเรียนนั้นปีละไม่เกิน 60,000 บาท โดยหลักสูตรใช้ระยะเวลาเรียน 4 ปี 141 หน่วยกิต ทั้งนี้ ภาคการศึกษาแรกจะเปิดเรียนวันที่ 1 มิถุนายน 2550 โดยใช้วิธีการสอบสัมภาษณ์ และหากเป็นไปได้นักศึกษา 2552 หรือ 2553 จะเข้าสู่ระบบการสอบเข้ามหาวิทยาลัย โดยจะรับนักศึกษาไทย-จีน-ชาวต่างประเทศ ส่วนในระดับปริญญาเอกก็มีแนวโน้มที่จะเปิดต่อไป

นายสุวิทย์ กิ่งแก้ว รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงสถาบันปัญญาภิวัฒน์เทคโนโลยีว่า มีความพร้อมด้วยหลักสูตรการศึกษาที่พัฒนาขึ้น โดยคณาจารย์ที่ล้วนเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ สัมผัสประสบการณ์จากธุรกิจค้าปลีกมายาวนาน ใช้ระบบการสอนแบบทวิภาคี คือ นักเรียนจะได้เรียนรู้ทั้งด้านวิชาการและลงฝึกงานจริงในธุรกิจค้าปลีกอย่างรอบด้าน พร้อมมีรายได้ระหว่างเรียน โดยผู้ที่สำเร็จการศึกษาจะมุ่งมั่นทำงานอย่างแน่วแน่ เพราะเรามีเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกและพันธมิตรทางธุรกิจทั่วประเทศคอยรองรับ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลจิสติกส์ ที่เรามีศูนย์กระจายสินค้าที่มีศักยภาพ ซี.พี. มีศูนย์กระจายสินค้า ที่ปฏิบัติงานที่ดียเยี่ยม และมีผู้เชี่ยวชาญจากเยอรมนีที่บริษัทให้มาดูแลภาคปฏิบัติต้องการ



ให้มีการฝึกปฏิบัติมากกว่าการเรียน นอกจากนี้ การเปิดสถาบัน ถือว่าสอดคล้องกับเทรนด์ความต้องการบุคลากรของไทย เนื่องจาก ปัจจุบันองค์กรต้องการบุคลากรที่ตรงกับความต้องการขององค์กร

สำหรับธุรกิจอาหารไทยมีการประกาศตัวเป็นครัวไทย ครัวโลก แต่ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยผลิตบุคลากรด้านอาหารเพื่อเป็นนักวิทยาศาสตร์ทำวิจัยด้านอาหาร และอีก 80% จบมาเพื่อผลิตอาหาร ในขณะที่หลักสูตรของสถาบันจะสอนการจัดการ การตลาด การทำบัญชี ควบคู่ไปกับการเรียนการสอนด้านอาหาร นอกจากนี้ ซี.พี.ถือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร โดยมีบริษัท ซี.พี. ค้าปลีกและการตลาด ซึ่งทำธุรกิจอาหารและเบเกอรี่

ความแตกต่างของโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ เทคโนโลยี กับ โรงเรียนในระดับอาชีวศึกษา คือ การป้อนบุคลากรเข้าสู่ธุรกิจ ค้าปลีกโดยเฉพาะ จึงจัดให้มีการฝึกปฏิบัติที่ร้านเซเว่นฯ ควบคู่ไปกับการเรียนการสอนในภาคทฤษฎี ซึ่งนอกจากจะทำให้ นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติในธุรกิจจริงอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังมีรายได้ ระหว่างเรียนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลักสูตรธุรกิจค้าปลีกนั้น นักเรียนที่เรียนด้านนี้จะถูกส่งไปฝึกงานที่ร้านเซเว่นฯ ใกล้เคียง 4 วันใน 1 สัปดาห์

สถานที่สมัครเรียนของโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ เทคโนโลยี ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด กว่า 20 ศูนย์ ซึ่งกรุงเทพฯ อยู่ที่ ซอยงามวงศ์วาน 23

สามารถเรียนภาคทฤษฎีได้ที่ศูนย์การศึกษาปัญญาภิวัฒน์ฯ และปฏิบัติงานที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นใกล้บ้าน นอกจากนี้ ยังมีทุนเรียนฟรีตลอด 3 ปี สำหรับนักเรียนที่ฐานะทางการเงินไม่พร้อม โดยขณะนี้มีอยู่ 80 ทุน เป็นทุนของบริษัทซี.พี. เซเว่นฯ 50 ทุน และอีก 20 ทุนเป็นทุนของบริษัทเคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ ส่วนอีก 10 ทุนเป็นทุนของบริษัทต่างๆ ที่เข้าร่วม

ส่วนข้อผูกมัดในการใช้ทุนนั้น จะมีข้อตกลงในการทำงานกับร้านเซเว่นฯ เป็นเวลา 1 ปี ส่วนทุนของบริษัทอื่นจะไม่ข้อผูกมัด แต่นักเรียนที่จบการศึกษาจากที่นี่ ทุกคนจะมีประกันการรับเข้าทำงานทันทีกับในเครือของบริษัทซี.พี. เซเว่นฯ โดยคุณสมบัติของผู้สมัคร ประกอบด้วย

1. สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่า (เพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับ ปวช.)
2. สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า หรือ ปวช. (เพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับ ปวส.)
3. อายุระหว่าง 14 - 17 ปี (เพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับ ปวช.) และอายุระหว่าง 17 - 21 ปี (เพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับ ปวส.)

4. มีความขยันขันแข็ง อดทน ซื่อสัตย์ พร้อมที่จะเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง และมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานด้านการบริการ

5. มีความใฝ่ฝันที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ คือ

1. บุตรข้าราชการเบิกเงินค่าธรรมเนียมนิยามเรียนได้
2. มีสิทธิกู้ยืมเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
3. มีสิทธิรับทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนที่เรียนดี หรือ ช่วยเหลือ กิจกรรมสถาบัน
4. ได้รับสิทธิ์ผ่อนผันการเกณฑ์ทหาร
5. จัดหาสถานที่ฝึกงานและมีรายได้ระหว่างเรียน เมื่อ สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานรองรับ
6. เมื่อจบการศึกษามีสิทธิ์และศักดิ์เทียบเท่าผู้จบจาก โรงเรียนวิทยาลัย และสถาบันการศึกษารัฐที่สอบในสาขา เดียวกัน
7. มีสิทธิ์เข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่สูงขึ้นทั้ง ภาครัฐและเอกชน

หลังสำเร็จการศึกษานักเรียนทุกคนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาได้รับการจ้างงานจากกลุ่มบริษัทของซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) กว่า 15 บริษัท ทั้งยังมีโอกาสก้าวไปสู่การเป็นเจ้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเงื่อนไขพิเศษสุดหรือนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประกอบกิจการของตนเอง เพราะธุรกิจ ค้าปลีก คือ งานบริการที่เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการประกอบกิจการแทบทุกประเภท

ส่วนนักเรียนที่จบการศึกษาจากโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ เทคโนโลยี และมาทำงานกับบริษัทซี.พี. เซเว่นฯ จะได้รับเงินเดือนสูง กว่านักเรียนที่จบการศึกษาในระดับเดียวกันจากที่อื่นๆ เช่น ในระดับ ปวช. จะได้มากกว่า 6,500 บาท เพราะบวกค่าประสบการณ์เพิ่มเติม เพราะถือว่าได้ผ่านการฝึกปฏิบัติมาแล้ว และหากจบระดับปริญญาตรีจะเข้าบรรจุตำแหน่ง Supervisor เลย ซึ่งจะได้รับเงินเดือนประมาณ 15,000 บาท ในขณะที่ปริญญาตรี โทตลาดอยู่ที่ 10,000-12,000 บาท

ในแต่ละปีโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ฯ รวมแล้วจะสามารถผลิตคนได้ปีละ 3,000-4,000 คน แต่เมื่อเทียบกับความขยายตัวของ เซเว่นฯ ปีละ 500 สาขา ตำแหน่งงานที่ต้องการ 5,000 คน ซึ่งนักเรียนที่จบรับประกันการได้งานทำส่วนลำดับขั้นของการตำแหน่งงานและความก้าวหน้าในร้านเซเว่นฯ เมื่อผู้สำเร็จการศึกษาจบออกมาแล้ว ตั้งแต่พนักงานร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน ผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการเขต ผู้จัดการเขต ผู้จัดการฝ่าย และผู้จัดการทั่วไป *

20 เทคนิคการลดต้นทุน

ด้วยซอฟต์แวร์และโลจิสติกส์



เนื่องจากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่สูงในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจำนวนมากมีการขยายฐานการผลิตและการตลาดออกไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดการซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญเพื่อช่วย ผู้ประกอบการบริหารตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบ การจัดการการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง ไปจนถึงการกระจายสินค้าจนถึงมือ ผู้บริโภคทางภาครัฐเองก็ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ โดยทางสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้มีการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศ ซึ่งรัฐก็ได้มีนโยบายที่จะทำการยกระดับการพัฒนาระบบให้เทียบเท่ากับประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง แต่อย่างไรก็ตาม วิธีการและผลประโยชน์ที่ได้จากการลดต้นทุนเมื่อมีการจัดการซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ที่ดีแล้วนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในหมู่นักอุตสาหกรรมภายในประเทศ แม้ว่าบริษัทต่างชาติเองได้ ตีตลาดในประเด็นนี้กันมาก ทั้งนี้ เพราะต้นทุนที่เกิดจากการขาดการจัดการระบบโลจิสติกส์ที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจสูงได้ถึง 50% ของรายได้องค์กร เทคนิคในการลดต้นทุนจากการจัดการระบบซัพพลายเชนและโลจิสติกส์มีหลายประการ การที่ผู้ประกอบการจะเลือกใช้เทคนิคใดนั้นจะขึ้นอยู่กับพื้นฐานของอุตสาหกรรมนั้นๆ รวมไปถึงวิธีการบริหารจัดการภายในองค์กรด้วย

ก่อนที่จะไปถึงขั้นตอนในการลดต้นทุนได้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดทำระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐานการทำงานที่ดีเสียก่อน ข้อมูลจะต้องถูกเก็บบันทึกโดยละเอียดและทันสมัยอยู่เสมอเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ในภายหลัง ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ในซัพพลายเชนและโลจิสติกส์สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญๆ ได้ดังนี้

* การจัดการวัตถุดิบและการจัดซื้อ

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในประเด็นนี้ก็คือการประเมินความสามารถของผู้จัดส่ง ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพและเวลาในการจัดส่ง ความพร้อมในการมีวัตถุดิบรวมถึงการทำการตลาดหรือการขายที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ผลิต

* การจัดการการผลิตหรือความสามารถของกระบวนการ
ผู้ผลิตจะต้องมีการคำนึงถึงการกำหนดที่ตั้งของแหล่ง

ผลิตให้เหมาะสม โดยที่ตั้งนั้นจะต้องไม่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบหรือลูกค้าจนเกินไปเพราะจะต้องเสียต้นทุนการขนส่ง ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญของอุตสาหกรรมในราคาสูง ผู้ผลิตยังต้องมีการวางแผนการผลิต วางแผนกำลังการผลิต วางแผนการไหลของการผลิตและวางแผนด้านการขนถ่ายวัสดุที่ดี นั่นก็หมายความว่า ทรัพยากรขององค์กรที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร/อุปกรณ์หรือเงินทุนของผู้ประกอบการจะต้องถูกจัดสรรให้มีประสิทธิภาพ

* การจัดการพัสดุคงคลัง

พัสดุคงคลังถือว่าเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนขององค์กรที่มีไว้เพื่อสร้างสมดุลในซัพพลายเชน พัสดุคงคลังนั้นจะประกอบด้วย วัตถุดิบ งานระหว่างกระบวนการผลิต วัสดุซ่อมบำรุง สินค้าสำเร็จรูป นอกจากนี้ ยังรวมถึงการที่มีแรงงาน เครื่องจักรหรืออุปกรณ์และแหล่งเงินทุนด้วย ผู้ประกอบการจะต้องมีระบบการจัดการพัสดุคงคลังที่ดีเพื่อรักษาระดับการลงทุนให้ต่ำ แต่ในขณะเดียวกัน ก็ต้องมีปริมาณพัสดุคงคลังให้เพียงพอต่อการผลิต

* การวางแผนทรัพยากรองค์กร

การวางแผนชนิดนี้หรือที่เราเรียกว่า Enterprise Resource Planning เป็นวิธีการจัดการทางธุรกิจโดยมีการใช้ข้อมูลร่วมกันในซัพพลายเชน โดยทั่วไปที่พบเห็นการใช้งานในอุตสาหกรรมจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลกันระหว่าง ด้านการเงินและการบัญชี ด้านการขายและการตลาด ด้านกระบวนการผลิตและการจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนธุรกิจ ด้านการจัดการเกี่ยวกับคำสั่งซื้อสินค้า ด้านการสนับสนุนการ



ให้บริการแก่ลูกค้า ด้านสารสนเทศ ด้านการจัดการซ่อมบำรุงและด้านการวิจัยและพัฒนา ข้อดีของการวางแผนทรัพยากรองค์กรก็คือจะทำให้ผู้บริหารมองเห็นภาพรวมขององค์กร พร้อมทั้งสามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงในแง่มุมอื่นๆ เมื่อด้านใดด้านหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง

* การจัดการคลังสินค้าหรือการจัดทำศูนย์กระจายสินค้า

ต้นทุนสำหรับคลังสินค้าถือเป็นต้นทุนหลักในต้นทุนรวมในระบบโลจิสติกส์ เนื่องจากคลังสินค้าเป็นจุดที่ต้องมีการประสานงานกันระหว่างผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขายส่ง/ปลีก รวมไปถึงผู้บริโภค ในการบริหารคลังสินค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุด นอกเหนือจากคลังสินค้าแล้วในปัจจุบันการใช้ศูนย์กระจายสินค้าได้รับความนิยมจากผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เป็นเพราะศูนย์กระจายสินค้าสามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

* การจัดการเกี่ยวกับการขนส่ง

ต้นทุนการขนส่งถือว่ามีบทบาทที่สำคัญต่อการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการต้องมีการพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและตำแหน่งของลูกค้า นอกจากนี้ ในการขนส่งต้องมีการคำนึงถึงขนาด/ปริมาณการจัดส่ง เวลา ฤดูกาล

รวมไปถึงระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งด้วย

* การนำเทคโนโลยีมาใช้

เนื่องจากข้อมูลในระบบซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ในปัจจุบันค่อนข้างมีปริมาณมากโดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้า การขนส่งหรือการสั่งซื้อ/ส่งขาย เทคโนโลยีสารสนเทศจึงได้เข้ามามีบทบาทเพื่อจัดการข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI) หรือการใช้รหัสแท่ง นอกจากนี้ยังมีการนำคลื่นความถี่วิทยุ (Radio Frequency Identification หรือ RFID) มาใช้อีกด้วย

นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องมีการออกแบบระบบซัพพลายเชนและการจัดการโลจิสติกส์ในองค์กร ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะอุตสาหกรรมด้วย ถ้าเลือกปฏิบัติไม่เหมาะสมจะก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นได้ ในการออกแบบมีหลายวิธีแต่ละวิธี จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของการบริหารเวลาในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า (หรือที่เราเรียกว่า Lead Time) หรือลักษณะปลีกย่อยอื่นๆ ของสินค้า

1. วิธี Build-to-stock วิธีการนี้จะเป็นการผลิตสินค้าก่อนได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้ผลิตต้องมีความแม่นยำในการพยากรณ์ความต้องการสินค้าเพื่อไม่ให้เหตุการณ์ Overstock หรือการมีสินค้าค้างจนหมดอายุเกิดขึ้น สำหรับตัวอย่างการบริหารซัพพลายเชนด้วยวิธีนี้ก็อย่างเช่น ใน Supermarket เป็นต้น

2. วิธี Configure-to-order วิธีนี้จะใช้หลักการที่ว่าผู้ผลิตจะทำการผลิตหรือประกอบสินค้าตามการวางแผนการผลิตซึ่งเกิดมาจากการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าโดยใช้ชิ้นส่วนที่เป็นมาตรฐาน ตัวอย่างอุตสาหกรรมที่เหมาะสมกับวิธีการนี้เช่น ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์หรือรถยนต์ที่ลูกค้ามีโอกาสดูเลือกรูปลักษณะหรือลักษณะการใช้งานได้ตามต้องการ เพื่อที่จะลดเวลารอคอยของลูกค้าจะต้องมีการตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วด้วยวิธีการนี้

3. Build-to-order หรือวิธีการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อเฉพาะจากลูกค้า อาทิเช่น เครื่องบินเจ็ตส่วนตัว เรือยacht หรือเครื่องจักรอุตสาหกรรม ลักษณะสินค้าประเภทนี้ต้องมีการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบแบบพิเศษเนื่องจากคำสั่งซื้อและเวลาต้องการสินค้าจากลูกค้าไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน

4. Engineer-to-order เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าหรือชิ้นส่วนที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ในยานอวกาศ ด้วยลักษณะของการผลิตที่ยุ่งยาก จึงทำให้ลักษณะการจัดการโลจิสติกส์มีความซับซ้อนตามไปด้วย



เมื่อองค์กรของท่านมีการจัดระบบที่กล่าวมาข้างต้นให้มีมาตรฐานอยู่ในระดับที่พอใจและก็ได้เลือกวิธีการออกแบบซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ที่เหมาะสมแล้ว ก็จะเข้าสู่การประเมินต้นทุนในการผลิต โดยจะรวมต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเชนและโลจิสติกส์เข้าไปด้วย ซึ่งประเภทของต้นทุนก็ขึ้นกับลักษณะของอุตสาหกรรมและระบบโลจิสติกส์ สำหรับตัวอย่างต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเชนและโลจิสติกส์โดยตรงนั้น อาทิเช่น

- * ต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้า
- * ต้นทุนคลังสินค้า
- * ต้นทุนการจัดส่งสินค้า
- * ต้นทุนตามคำสั่งซื้อ
- * ต้นทุนด้านสารสนเทศที่ใช้ในการสั่งซื้อและขาย

ในการพิจารณาว่าต้นทุนอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นต้นทุนซัพพลายเชนหรือโลจิสติกส์หรือไม่ ทั้งนี้ก็ขึ้นกับตัวผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเองว่าจะแยกประเภทตามหน้าที่หลักด้วยวิธีการอย่างไร หลังจากที่ผู้ประกอบการสามารถแยกประเภทต้นทุนได้ชัดเจนแล้ว สิ่งที่เป็นจุดสำคัญที่เราจะได้มีการพูดถึงต่อไปก็คือแล้วจะลดต้นทุนเหล่านี้ด้วยวิธีการใดจึงจะเหมาะสมกับอุตสาหกรรมของท่าน สำหรับเทคนิคที่จะช่วยผู้ประกอบการลดต้นทุนซัพพลายเชนและโลจิสติกส์สามารถจะสรุปได้ 20 ประการต่อไปนี้

1. ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนรวมที่ถือครองอยู่ (Total Cost of Ownership Analysis) ด้วยวิธีการนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบรวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเชนและโลจิสติกส์เพื่อหาทางเลือกที่จะทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด

2. ให้ทำการปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อ (Procurement Process Improvements) เป้าหมายเพื่อที่จะลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าที่ได้จากการจัดซื้อ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำระบบการจัดการคลังพัสดุที่ดี กำหนดเวลาและปริมาณในการสั่งซื้อที่เหมาะสม เพียงเท่านี้ก็สามารช่วยผู้ประกอบการลดต้นทุนในซัพพลายเชนได้จำนวนมากแล้ว

3. ทำการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย (Spend Analysis) วิธีการนี้มีความสำคัญค่อนข้างมากเพราะจะช่วยให้ผู้บริหารวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการประหยัดต้นทุนได้

4. การใช้วัสดุหรือหาบริการอื่นทดแทน (Material or Service Substitution) วิธีการนี้เป็นอีกวิธีการที่สามารถลดต้นทุนในระยะยาวได้ ควรมีการเลือกใช้วัสดุหรือหาการให้บริการแก่องค์กรที่เหมาะสมกับการใช้งานในปัจจุบันมากที่สุด

5. ทำการปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ (Quality

improvements) ข้อดีสำหรับวิธีการนี้ก็คือเป็นการหาทางกำจัดหรือลดการเกิดของเสีย การซ่อมสินค้าหรือการทำงานซ้ำซึ่งจะก่อให้เกิดต้นทุนการทำงานที่เพิ่มขึ้น เป็นกิจกรรมที่ควรมีการทำอย่างต่อเนื่อง

6. การจัดจ้างองค์กรภายนอก (Outsourcing) เป็นการหาหน่วยงานอื่นที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเข้ามาบริหารจัดการงานให้องค์กรของเราในบางเรื่องที่บุคลากรภายในองค์กรไม่สามารถดำเนินงานได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ

7. ทำการจัดซื้อจัดหาโดยใช้ปริมาณมาก (Volume Leveraging) ด้วยแนวคิดนี้จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายจากการได้ส่วนลด ทั้งนี้ ต้องพิจารณาความเหมาะสมด้วยว่าปริมาณที่สั่งซื้อมีปริมาณพอเหมาะแก่การใช้งานได้จริง

8. มีการประสานการทำงานกันระหว่างแผนกต่างๆ ในองค์กร (Cross-organizational Synergies) แผนกต่างๆ ในซัพพลายเชนที่มีความเกี่ยวข้องกันในองค์กรควรมีการประชุมหรือรวมกลุ่มกันเพื่อระดมสมองเกี่ยวกับการลดต้นทุนองค์กร

9. ควรมีการจัดทำมาตรฐานของวัตถุดิบหรือการให้บริการ (Material/Service Standardization) ทั้งนี้ เพื่อลดความหลากหลายของประเภทและขนาดของการสั่งซื้อวัตถุดิบลงโดยจัดกลุ่มการใช้งานหรือการผลิตใหม่

10. ให้ทำการลงทุนที่สามารถกลับมาใช้งานได้อีก (Investment Recovery) ควรทำการวิเคราะห์หาเทคนิคในการจัดการวัตถุดิบหรือการให้บริการอื่นๆ เพื่อนำสินค้ากลับมาใช้งานได้อีก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ถูกลูกค้าคืนมา วัตถุดิบที่ส่งเข้ามาเกินหรืออุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ที่มีการใช้น้อย ทั้งนี้ เพื่อลดต้นทุนในการเก็บรักษา

11. ทำการวิเคราะห์ราคาและต้นทุน (Price and Cost Analysis) เพื่อที่จะหาจุดในการลดต้นทุนได้นั้น ความรู้ทางการตลาดและกระบวนการควรถูกนำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์หาจุดของราคาและต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาองค์กรในระยะยาว

12. ตั้งเป้าหมายทางด้านราคา (Target Pricing) ราคาที่สามารถจ่ายให้กับวัตถุดิบหรือการให้บริการควรมีการกำหนดไว้ในแผนของการจัดซื้อเพื่อที่จะได้จัดหาผู้จัดจำหน่ายที่สามารถให้ราคาได้ตามหรือต่ำกว่าที่ต้องการ

13. ให้ลดจำนวนผู้จัดจำหน่าย (Supplier Integration) จากผู้จัดจำหน่ายหลายๆ รายควรลดลงให้เหลือน้อยราย ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความเร็วของวัตถุดิบที่จะเข้ามาสู่ซัพพลายเชนและเพื่อบริการลูกค้าได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถลดกระบวนการในการจัดซื้อลงได้ด้วย

14. พัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่าย (Supplier Relationship Revision) วิธีการหนึ่งที่ได้ผลในหลักการนี้ก็คือการทำสัญญาซื้อขายในระยะยาวกับผู้จัดจำหน่าย

15. ลดจำนวนและขนาดการจัดเก็บพัสดุคงคลัง (Reduce



number of Inventory Locations) ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความเร็วของการหมุนเวียนวัตถุดิบในซัพพลายเชน เพื่อที่จะทำให้ง่ายต่อการจัดเก็บพัสดุคงคลังซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนที่มีมูลค่าสูงในซัพพลายเชนลดลง

16. เพิ่มความเร็วในการขนส่ง (Increase Transportation Speed) สามารถจะกระทำได้โดยออกแบบให้สัมพันธ์กับตำแหน่งจัดเก็บพัสดุ

17. นำเทคนิคการผลิตแบบลีนมาใช้ (Apply Lean Manufacturing Techniques) เทคนิคในการบริหารการผลิตแบบลีนได้ถูกคิดค้นโดยบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศญี่ปุ่น โดยมีการจัดการระบบการทำงานและทรัพยากรอย่างต่อเนื่องให้สามารถลดความสูญเสียให้เกิดน้อยที่สุด แต่ในขณะเดียวกันต้องมีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ทันตามกำหนด โดยจะเริ่มทำการผลิตก็ต่อเมื่อมีความต้องการจากลูกค้า

18. นำเทคนิคการผลิตแบบทันเวลาพอดีมาใช้ (Apply Just-in-Time Techniques) วิธีการนี้เป็นวิธีการบริหารการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าและการให้บริการตามปริมาณและเวลาที่ลูกค้าต้องการโดยจะลดระดับปริมาณสินค้าคงคลังให้ต่ำที่สุด การใช้ทรัพยากรต้องมีการออกแบบให้ยืดหยุ่น ต้องมีการรักษาคุณภาพการผลิตตั้งแต่จุดเริ่มต้น การวางแผนการผลิตควรทำให้เป็นลักษณะเซลล์ (Cellular Manufacturing) ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการลดต้นทุนโลจิสติกส์

19. เพิ่มการพยากรณ์ความต้องการ (Improve Requirements Forecasting) ถ้ามีความแม่นยำจากการพยากรณ์ ปริมาณพัสดุคงคลังจะมีในปริมาณที่พอเหมาะ

20. ศึกษากระบวนการซัพพลายเชนแบบเดิมให้ถ่องแท้ (Study your Supply Chains) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการลดต้นทุนทั้งที่

เกิดจากผู้จัดจำหน่ายและลูกค้า ควรมีการศึกษาระบบเดิมเพื่อหาช่องทางในการลดต้นทุนจากทั้ง 4 ด้านต่อไปนี้

> **ด้านการเงิน :** ต้องทำการวิเคราะห์หาค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปต่อปีในกิจกรรมซัพพลายเชนเพื่อหาทางลดมูลค่าลง

> **ด้านวัตถุดิบ :** ควรมีการศึกษากการเคลื่อนไหว การเคลื่อนย้าย ปริมาณหรือมูลค่าการจัดเก็บพัสดุคงคลัง

> **ด้านเวลา :** ควรมีการศึกษาวงจรเวลาของกิจกรรมต่างๆ ในซัพพลายเชน ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการแข่งขัน

> **ด้านข้อมูล :** โดยทั่วไปแล้วในองค์กรต่างๆ มักจะละเลยการบันทึกข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับซัพพลายเชน ทั้งนี้ ผู้บริหารควรให้ความสนใจในการกระตุ้นให้หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรจัดทำระบบข้อมูล รวมถึงมีการตรวจสอบความถูกต้องให้เป็นไปตามจริงในปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

ดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้นว่า กิจกรรมในการจัดการซัพพลายเชนและโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่ายทั้งตัวผู้บริหารขององค์กรเองต้องมีวิสัยทัศน์ในการมองเห็นประโยชน์จากการลดต้นทุนที่ได้จากกิจกรรมซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ ซึ่งผลตอบแทนที่ได้จะเป็นกำไรให้แก่องค์กรในระยะยาวรวมถึงสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของท่านด้วย *

จากผลงานวิจัยเรื่อง

“การลดต้นทุนอุตสาหกรรมด้วยซัพพลายเชนและโลจิสติกส์”
ของ ดร. สิริวงศ์ กลั่นคำสอน คณะวิศวกรรมศาสตร์ศรีราชา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

199 หมู่ 6 ถนนสุขุมวิท อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
โทร: (0-3835-4580-6 ต่อ 2842, 08-6782-8775

การพัฒนา SMEs

ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน :
กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร



กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมอาหารภายใต้
บริการปรึกษาแนะนำของ ส่วนเชื่อมโยงการผลิต

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
(บริษัท Central Meat and Food จำกัด)

โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ผลิตไส้กรอก เบคอน แฮม
และผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ

สภาพปัญหา

1 ขาดวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการประมาณการขาย
ล่วงหน้า เพื่อใช้ในการจัดการวางแผนการผลิตซึ่งเป็นการวางแผน
การผลิตสินค้าสำเร็จรูป และขาดการประมวลผลดัชนีชี้วัดความ
คลาดเคลื่อนจากการประมาณการขายเมื่อเทียบกับยอดขายจริง
รวมทั้งข้อมูลปริมาณสินค้าคงคลังบางรายการที่มีอยู่จริงกับที่
ปรากฏใน STOCK CARD ยังมีความแตกต่างกัน ทำให้ขาดข้อมูล
ปริมาณสินค้าสำเร็จรูปคงคลังต้นงวดที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นข้อมูลที่
ต้องนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

2 ขาดการวางแผนการผลิตสำหรับสินค้าสำเร็จรูป (MPS)
ทั้งในส่วนของการผลิตรายเดือนและแผนการผลิตรายสัปดาห์
โดยต้องพิจารณาจากข้อมูลประมาณการขาย คำสั่งซื้อของลูกค้า
ปริมาณสินค้าสำเร็จรูป คงคลังต้นงวด และนโยบายการผลิต ทำให้
แผนการผลิตไม่เหมาะสมและไม่สอดคล้องกับพยากรณ์ยอดขาย
ส่งผลให้สินค้าสำเร็จรูปบางรายการมีปริมาณสินค้าคงคลังสูง ใน
ขณะที่สินค้าสำเร็จรูปบางรายการขาดแคลน



3 ขาดการวางแผนความต้องการใช้วัสดุ (MRP) ทำให้ไม่
ทราบจำนวนสินค้าสำเร็จรูปที่ควรผลิตและไม่ทราบวันที่ต้อง
เริ่มผลิต รวมทั้งขาดแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบในช่วงเวลาการสั่งซื้อ
และปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมทำให้มีมูลค่า WIP และวัตถุดิบสูง
และวัตถุดิบและสินค้าระหว่างผลิต (WIP) บางชนิดมีการจัดเก็บ
เป็นระยะเวลานาน ซึ่งทำให้เกิดการเน่าเสียและส่งผลกระทบต่อ
คุณภาพของวัตถุดิบและสินค้าระหว่างผลิต

4 ขาดการวางแผนความต้องการกำลังการผลิต (CRP) ซึ่ง
มีผลทำให้ช่วงเวลาน้ำที่ต้องใช้ในการผลิต (Lead Time) ในแผน MRP
มีความคลาดเคลื่อน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความล่าช้าในการผลิต
เมื่อเปรียบเทียบกับแผน MRP รวมทั้งขาดการควบคุมการผลิต
เพื่อติดตามผลผลิตจริงในแต่ละวัน เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของ
การผลิตที่ไม่ได้ตามแผนที่วางไว้ และแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

แนวทางและวิธีการแก้ปัญหา

1 แนวทางการแก้ไขปัญห

1.1 ใช้วิธีการพยากรณ์ยอดขายที่มีความถูกต้องแม่นยำ
สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลยอดขายของสินค้าแต่ละประเภท
โดยใช้ซอฟต์แวร์ทางสถิติเพื่อความเร็วในการประมาณการขาย
และกำหนดดัชนีชี้วัดความคลาดเคลื่อนจากการประมาณการ
ขายเมื่อเทียบกับยอดขายจริง พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง
ของข้อมูลที่ต้องนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

1.2 จัดทำตารางการผลิตหลักซึ่งเป็นแผนการผลิตสำหรับ
สินค้าสำเร็จรูปทั้งรายเดือนและรายสัปดาห์ รวมทั้งมีการวิเคราะห์
และปรับแผนการผลิตรายเดือนและรายสัปดาห์ตามประมาณ
การขายที่เปลี่ยนแปลงตามความต้องการของลูกค้า

1.3 จัดทำแผนความต้องการวัสดุซึ่งเป็นแผนการผลิต
สินค้าสำเร็จรูปและการสั่งซื้อวัตถุดิบ เพื่อให้โรงงานสามารถ
สั่งผลิตและสั่งซื้อได้อย่างทันเวลาและไม่สั่งก่อนมากเกินไป
เนื่องจากทำให้มีต้นทุนสินค้าคงคลังสูง

1.4 พิจารณาข้อจำกัดของกำลังการผลิต โดยจัดทำแผน
ความต้องการกำลังการผลิต (CRP) และปรับตารางการผลิตหลัก
(MPS) ตามแผน CRP รวมทั้งต้องมีการควบคุมการผลิตเพื่อติดตาม
ผลผลิตจริงในแต่ละวัน เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของการผลิต
ที่ไม่ได้ตามแผนที่วางไว้ และแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น รวมทั้งหา
มาตรการในการป้องกันมิให้ปัญหาลุกลามขึ้นอีก

2. วิธีการแก้ไขปัญห

2.1 ให้คำปรึกษาแนะนำฝ่ายขายในการพยากรณ์การขาย ด้วยวิธี Moving Average, Single Exponential Smoothing, Double Exponential Smoothing และ Winter's Method โดยใช้ข้อมูลทางสถิติจากข้อมูลการขายย้อนหลังประมาณ 3 ปี วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป MINITAB ซึ่งได้ติดตั้งและให้คำแนะนำวิธีการใช้งาน พร้อมทั้งประมวลผลดัชนีชี้วัดความคลาดเคลื่อนจากการประมาณการขายเมื่อเทียบกับยอดขายจริง ได้แก่ MAD (Mean Absolute Deviation), MSD (Mean Squared Deviation) และ MAPE (Mean Absolute Percentage Error) และแนะนำให้มีการตรวจนับสินค้าทุกสิ้นเดือน พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับปริมาณที่ระบุใน STOCK CARD วิเคราะห์หาสาเหตุ และหาวิธีแก้ไขปัญหาคความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

2.2 ให้ฝ่ายวางแผนการผลิตจัดทำตารางการผลิตหลัก (MPS) ทั้งแผนรายเดือนล่วงหน้าสามเดือนและแผนรายสัปดาห์ โดยใช้นโยบายการผลิตแบบสั่งผลิตตามความต้องการ (Lot for Lot) โดยใช้ข้อมูลประมาณการขายจากฝ่ายขายและข้อมูลปริมาณสินค้าสำเร็จรูปคงคลังที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง

2.3 ให้ฝ่ายวางแผนการผลิตดำเนินการวางแผน MRP ซึ่งเป็นแผนการผลิตและแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยพิจารณาข้อมูลจากตารางการผลิตหลัก (MPS) โครงสร้างผลิตภัณฑ์ ข้อมูลปริมาณสินค้ากึ่งสำเร็จรูปและวัตถุดิบคงคลัง รวมทั้งนโยบายการสั่งซื้อและนโยบายสั่งผลิต

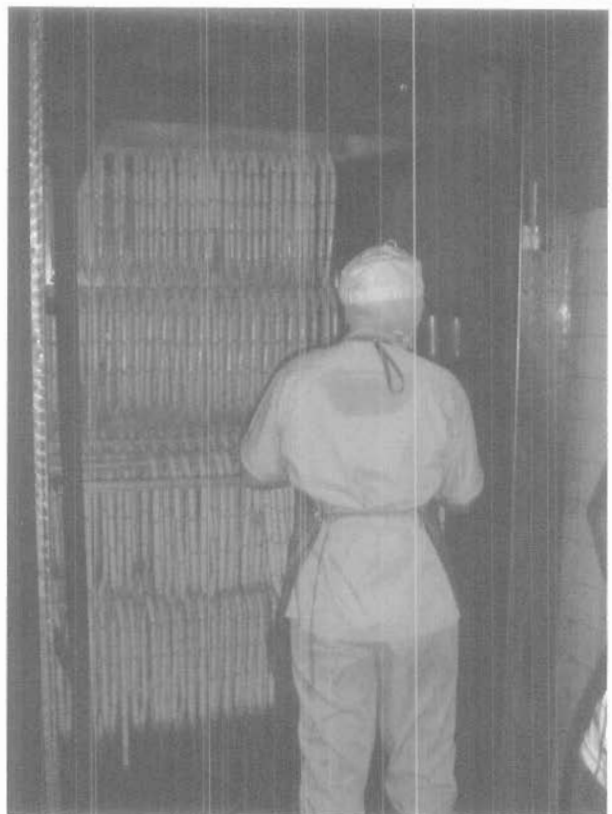
2.4 ให้ฝ่ายวางแผนการผลิตรวบรวมขั้นตอนการผลิต เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อชิ้น และเวลาตั้งเครื่องจักร เพื่อจัดทำแผนความต้องการกำลังการผลิต (CRP) เพื่อพิจารณาว่าจากกำลังการผลิตที่มีอยู่สามารถผลิตได้ตาม Lead Time ที่กำหนดในแผน MRP ได้หรือไม่ และปรับแผนการผลิตถ้ามีเครื่องจักรใดที่เกินกำลังการผลิต รวมทั้งติดตามผลการผลิตจริงเทียบกับการวางแผนว่าสามารถผลิตได้ตามแผนหรือไม่ รวมทั้งวิเคราะห์สาเหตุความล่าช้าในการผลิต หาวิธีการแก้ไขและมาตรการป้องกันมิให้ปัญหาเกิดขึ้นอีก

ผลลัพธ์ของการดำเนินการ - ตัวชี้วัด

1. ความแม่นยำของการพยากรณ์การขายถูกต้องแม่นยำมากขึ้นและใช้เวลาพยากรณ์การขายลดลง ข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการวางแผนการผลิตมีความถูกต้องมากขึ้น โดยเฉพาะปริมาณสินค้าคงคลังมีความถูกต้องมากกว่า 95%

2. ปัญหาความล่าช้าและจำนวนงานค้างส่งลดลง รวมทั้งมูลค่าสินค้าสำเร็จรูปคงคลังลดลง

3. มูลค่า WIP และวัตถุดิบคงคลังลดลง เมื่อพิจารณามูลค่าสินค้าคงคลังที่จัดเก็บ (Inventory) ลดลง เกินจากเป้าหมาย



ที่กำหนดไว้ที่ 5% และเพิ่ม TURN OVER ซึ่งได้ผลเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 5%

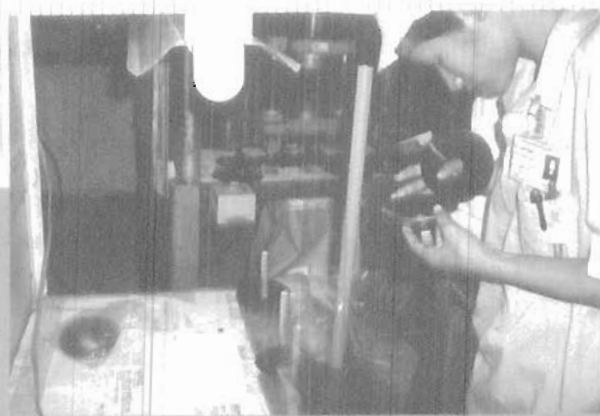
4. ลดปัญหาความล่าช้าของงานและเพิ่มความถูกต้องของตารางการผลิตหลัก (MPS) และแผนความต้องการวัสดุ (MRP)

สรุปและข้อเสนอแนะ

บริษัทครีนาซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการวางแผนและควบคุมการผลิต โดยมีการใช้ฐานข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้ข้อมูลมีความเชื่อมโยงกัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนและควบคุมการผลิต *

การพัฒนา SMEs

ด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน :
กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมฉีดพลาสติก



กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมฉีดพลาสติก ภายใต้บริการปรึกษาแนะนำของ ส่วนเชื่อมโยงการผลิต กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (บริษัท สยามเทค จำกัด)

โรงงานอุตสาหกรรมฉีดพลาสติก และผลิตอุปกรณ์พลาสติก

สภาพปัญหา

1 ปัญหาการส่งมอบงานล่าช้าและการเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไป โดยเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง เนื่องจากขาดวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการจัดลำดับการผลิตและการจัดการการผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนการวางแผนการผลิตที่ประกอบด้วยการจัดงานให้กับเครื่องจักรอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดลำดับงานของเครื่องจักรเพื่อลดปัญหาความล่าช้าของงาน ซึ่งพิจารณาได้จากเปอร์เซ็นต์งานล่าช้า และเวลาล่าช้าของงาน โดยเฉลี่ย รวมทั้งการจัดเก็บสินค้าคงคลังทั้งในส่วนของวัตถุดิบคงคลังเนื่องจาก การสั่งซื้อวัตถุดิบเข้ามาเร็วกว่าปริมาณที่ใช้จริง และช่วงเวลาการสั่งซื้อไม่เหมาะสม และการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปคงคลังมากเกินไป เนื่องจากขาดประสิทธิภาพในการจัดลำดับงาน ทำให้มีบางงานที่ล่าช้าและมีงานบางงานที่เสร็จก่อนกำหนดส่งของลูกค้า

2 ขาดการวางแผนความต้องการใช้วัตถุดิบ ทำให้ขาดแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบในช่วงเวลาการสั่งซื้อและปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม ทำให้มีมูลค่า WIP และวัตถุดิบก่อนการปรับปรุงสูงถึง 7,262,702 บาทและ 5,744,947.15 บาท ตามลำดับ

3 ปัญหาของเสียในกระบวนการผลิต เนื่องจากขาดการควบคุมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ โดยพบว่ามีเปอร์เซ็นต์ของเสียก่อนปรับปรุงถึง 19.34% และขาดเครื่องมือในการควบคุมคุณภาพและการวางแผน

ด้านคุณภาพเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาหลักขององค์กรวิเคราะห์สาเหตุ พิสูจน์สาเหตุ กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพ การนำแนวทางแก้ไขปัญหามาปฏิบัติอย่างจริงจัง การตรวจสอบผลการแก้ไขปัญหา และการกำหนดเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงาน ในกรณีที่การแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพบรรลุเป้าหมาย และการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาใหม่หากพบว่าการแก้ไขปัญหาที่ได้ดำเนินการไม่บรรลุผล

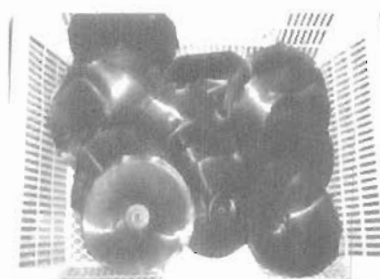
แนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหา

1 แนวทางการแก้ไขปัญหา

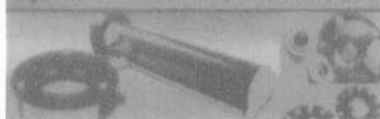
1.1 จัดทำตารางการผลิตโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการจัดการการผลิต ซึ่งสามารถจัดการการผลิตได้สอดคล้องตามกำลังการผลิตและเวลาที่ใช้ในการผลิตจริงของเครื่องจักร สามารถเลือกกฎและวิธีการจัดการตารางการผลิตที่เหมาะสมกับ

โรงงานเพื่อให้มีจำนวนงานล่าช้าและเวลาล่าช้าของงานโดยเฉลี่ยน้อยที่สุด รวมทั้งมีการแสดง ผลการจัดการตารางการผลิตและสามารถปรับเปลี่ยนตารางการผลิตตาม Order ของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลง

1.2 จัดทำแผนความต้องการวัสดุ ซึ่งเป็นแผนการผลิตสินค้าสำเร็จรูป และการสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยพิจารณาจากวันและเวลาที่สามารถเริ่มดำเนินการฉีดพลาสติก ซึ่งได้จากตารางการผลิตและคำนวณย้อนหลังไปหาวันที่ต้องเริ่มสั่งซื้อเม็ดพลาสติกที่เป็นวัตถุดิบหลักของโรงงาน รวมทั้งการคำนวณปริมาณการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากสูตรการผลิตและการเผื่อเปอร์เซ็นต์ของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการฉีดพลาสติก เพื่อให้โรงงานสามารถสั่งซื้อเม็ดพลาสติกได้อย่างทันเวลาและไม่สั่งก่อน มากเกินไป เนื่องจากการทำให้มีการจัดเก็บวัตถุดิบคงคลังสูง



Injection / Assembly Plastic Part



Accessories for Speaker Part



Pad Printing / Silkscreen / Hot



13 วางระบบการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยควบคุมสัดส่วนของเสียและข้อมูลเชิงปริมาณที่สำคัญต่อคุณภาพ ได้แก่ น้ำหนัก ขนาด และเส้นผ่าศูนย์กลางของชิ้นงาน ซึ่งนำหลักการควบคุมกระบวนการผลิตด้วยหลักการทางสถิติ (Statistical Process Control, SPC) มาใช้ในโรงงาน

2. วิธีการแก้ไขปัญห

2.1 ออกแบบและพัฒนาฐานข้อมูลและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการวางแผนการผลิตและการจัดการการผลิตโดยใช้การเขียนโปรแกรมแบบวิซวล (Visual Programming Language) และใช้ Microsoft Access เป็นระบบการจัดการฐานข้อมูลและพัฒนาให้โปรแกรมการจัดการการผลิต ฐานข้อมูล และรายงานตารางการผลิตที่ได้ให้เหมาะสมกับโรงงานฉีดพลาสติกที่มีลักษณะการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Make to Order) ให้คำปรึกษาแนะนำวิธีการใช้งานฐานข้อมูลและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการจัดการการผลิตและการปรับเปลี่ยตารางการผลิตในแต่ละวันเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลจริงและสถานการณ์จริง การบันทึกข้อมูลด้านการวางแผนการผลิตและการจัดการการผลิตเข้าในฐานข้อมูลและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการจัดการการผลิต การเลือกกฎและวิธีการจัดการการผลิตที่เหมาะสมกับโรงงาน การแสดงผลพิธีตารางการผลิตในรูปของแผนภูมิแกนต์ (Gantt Chart) รวมทั้งการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามตารางการผลิตและวิเคราะห์ปัญหาที่พบซึ่งทำให้การผลิตจริงไม่เป็นไปตามตารางการผลิตเพื่อนำไปสู่วิธีการแก้ไขปัญหและป้องกันมิให้ปัญหาเกิดซ้ำขึ้นอีก

2.2 ให้ฝ่ายวางแผนการผลิตจัดการตารางการผลิตโดยใช้ซอฟต์แวร์การจัดการตารางการผลิตที่ได้ออกแบบและพัฒนาให้ โดยพิจารณาวันและเวลาที่สามารรถเริ่มดำเนินการผลิตได้จากตารางการผลิต เพื่อกำหนดแผนความต้องการวัตถุดิบและส่งข้อมูลให้ฝ่ายจัดซื้อดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบหลักซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักให้เข้า

มาในช่วงเวลาที่เหมาะสมทันเวลาพอดีไม่เกิดความขาดแคลน และไม่เข้ามาก่อนนานจนเกินไป รวมทั้งเลือกกฎและวิธีการจัดการตารางการผลิตที่ทำให้ได้ตารางการผลิตที่ลดผลรวมของเวลาทำงานอยู่ในระบบ (Total Flow Time) เพื่อลด WIP ในแผนกฉีดพลาสติก และลดผลรวมของเวลาทำงานเสร็จก่อนกำหนด (Total Earliness) ซึ่งไม่สามารถส่งให้ลูกค้าได้และต้องเก็บไว้ในคลังสินค้าสำเร็จรูปซึ่งทำให้มีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังจัดเก็บมากเกินไป

2.3 ใช้แผนภูมิควบคุมคุณภาพ (Control Charts) มาใช้ในการควบคุมและติดตามสัดส่วนของเสียและข้อมูลเชิงปริมาณที่สำคัญต่อคุณภาพ การวิเคราะห์ปัญหาเมื่อพบจุดผิดปกติในแผนภูมิควบคุมคุณภาพซึ่งมีการวิเคราะห์ปัญหาหลักโดยใช้แผนภาพพาเรโต (Pareto Diagram) การวิเคราะห์สาเหตุโดยใช้แผนภาพแสดงสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) การพิสูจน์สาเหตุโดยใช้กราฟ (Graph) และแผนภาพการกระจาย (Scatter Diagram) ทำให้สามารถกำหนดมาตรการในการแก้ไขปัญหาคุณภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์ของการดำเนินการ - ตัวชี้วัด

1. ปัญหาความล่าช้าและจำนวนงานค้างส่งลดลง รวมทั้งมูลค่าสินค้าคงคลังลดลง 4,378,941 บาท คิดเป็น 16.75%
2. มูลค่า WIP และวัตถุดิบคงคลังลดลง 2,133,289 บาท คิดเป็นลดลง 16.40% ซึ่งเกินจากเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 5% และเพิ่ม TURN OVER จาก 0.214 ก่อนเข้าโครงการ เพิ่มขึ้นเป็น 0.241 หลังปรับปรุง ดังนั้น TURN OVER เพิ่มขึ้น 0.027 คิดเป็น 12.52% ซึ่งได้ผลเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 5%
3. ลดปัญหาของเสียจากการนำระบบการควบคุมคุณภาพไปใช้ โดยพบว่า ก่อนปรับปรุงมีเปอร์เซ็นต์ของเสีย 19.34% และหลังปรับปรุงมีเปอร์เซ็นต์ของเสีย 3.17% ลดลง 16.17% *

ตารางสรุปดัชนีชี้วัดที่สำคัญของโครงการ

ตัวชี้วัดผล	ก่อนเข้าโครงการ	หลังเข้าโครงการ	ผลต่าง	% ผลต่าง
มูลค่า WIP และวัตถุดิบคงคลัง (บาท)	13,007,649	10,874,360	-2,133,289	-16.40%
ผลรวมมูลค่าสินค้าคงคลัง (บาท)	26,137,510	21,758,569	-4,378,941	-16.75%
% มูลค่าสินค้าคงคลังเมื่อเทียบกับยอดขาย	467%	415%	52%	
TURN OVER	0.214	0.241	0.027	12.52%
เปอร์เซ็นต์ของเสีย	19.34%	3.17%	-16.17%	



บทบัญญัติ 10 ข้อ

การดูแลลูกค้าโดยไม่ยุ่งกับออบายมุข

คนที่ทำงานเอนเตอร์เทนลูกค้า จะปฏิเสธและหลีกเลี่ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยากมาก หลายคนบอกว่า จริงๆ ก็รู้ว่าดื่มเหล้าไม่ดี แต่อาชีพมันบังคับ ถ้าไม่ทำเจ้านายจะรู้สึกกับเราไม่ดี หรือแม้แต่การไปงานเลี้ยง งานปาร์ตี้สังสรรค์ มันต้องมีบ้าง จะทำอย่างไร...???

1 เปลี่ยนจากการรับรองในช่วงเย็น เป็นเลี้ยงอาหารกลางวันแทน

2 ในการสั่งเครื่องดื่ม หากเราเป็นเจ้าของภาพควรปฏิเสธ แนะนำน้ำผลไม้ที่มีชื่อเสียงและส่งเสริมสุขภาพ ต้องให้เหตุผลว่าที่มาร้านนี้เพราะน้ำผลไม้ร้านนี้รสชาติดี เป็นผลไม้แท้ๆ ไม่ผสมน้ำตาลมาก หากลูกค้าต้องการดื่มไวน์หรือเบียร์ก็ให้เขาสั่งเอง แต่เราอย่าไปร่วมดื่มกับเขาอย่างเด็ดขาด

3 หากลูกค้าต้องการให้คุณดื่ม ก็ให้ตอบเขาตามตรงว่าเราถือศีล 5 หากเขาสงสัย คุณก็เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสในทันที เพราะเราจะมีโอกาสอธิบายให้เขาฟัง แลออก เราอาจจะคล้อยตามคุณและเข้าใจในโทษของสุราที่คุณบรรยายให้ฟังก็ได้

4 หากจำเป็นต้องไปในช่วงเย็น ควรพาลูกค้าไปรับประทานอาหารที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร จากนั้นคุณก็สั่งอาหารที่หนักท้อง อาหารประเภทกับแกงส้ม เลี้ยงไม่ควรงั่ง และชักชวนให้ชิมอาหาร แนะนำอาหารที่อร่อยมีชื่อเสียงร้านนั้น สร้างความสนใจในรสชาติของอาหาร ลูกค้าก็จะทานเพลิน การดื่มก็จะลดลง หรืออาจไม่ยอมดื่มเลย

5 หลีกเลี่ยงพาลูกค้าหรือผู้ที่คุณรับรองไปร้านอาหารที่มีดนตรี คาราโอเกะ บาร์ ผับ เพราะสถานที่เหล่านี้จะมีพนักงานที่คอยมาเชียร์ให้คุณและผู้ร่วมโต๊ะดื่ม โดยบางทีจะมีจัดโปรโมชั่นด้วยการเชียร์แลกให้ดื่มเพิ่ม ทำให้เราต้องรับยาก

6 การสนทนา ไม่ควรคุยแต่เรื่องงานอย่างเดียว ควรชวนลูกค้าคุย โดยเน้นบนหัวข้อสนทนาให้เข้าหลักธรรมะ โดยเริ่มจากสิ่งที่พบเห็นบ่อยๆ



จากหน้าหนังสือพิมพ์ หรือจากคนที่ใกล้ชิดที่ประสบมา โดยให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด

7. หากวันใดคุณพาคนรู้จักมักคุ้นไปทานข้าวหรือเขาเป็นฝ่ายเชิญคุณ แล้วรู้ๆ เขาก็รีบเบียร์ให้คุณ คุณสามารถปฏิเสธเขาอย่างนุ่มนวลว่า ตอนนั้นผมเลิกดื่มแล้วครับ กำลังเป็นตัวอย่างให้ลูก เพื่อลูกจะได้ไม่ย้อนถามผมว่า ไม่ดื่มแล้วทำไมพ่อดื่ม เราจะเปลี่ยนจากความรู้สึกไม่พอใจคุณมาเป็นฝ่ายเห็นใจ และเข้าใจคุณมากกว่าจะมาโกรธ แล้วคุณก็สาธยายถึงสังคมปัจจุบัน อันตรายที่เด็กวัยรุ่นหันมาดื่มสุรา สูบบุหรี่ยิ่งมากขึ้น เพราะถ้าพ่อแม่เขาแค่บอกว่า เหล้าบุหรี่ไม่ดี แต่ตัวเองยังดื่ม ยังสูบบุหรี่ ลูกจะไม่เชื่อพ่อแม่ และเห็นเป็นเรื่องปกติ

8. อย่างกลัวว่าเพื่อนจะไม่คบ รู้ๆ คุณก็ไม่มาร่วมวงเขาปาร์ตี้ เราต้องกล้าเผชิญกับความจริง พึงระลึกเสมอว่า หากต้องการจะมีเพื่อนมากขึ้น ไม่จำเป็นต้องหาจวงเหล้า การจะมีเพื่อนหรือหาเพื่อนได้จากจวงเหล้า เป็นการคิดผิดมาก คนเราสามารถพูดได้ทุกเรื่อง รับปากได้ทุกข้อ แต่พอสร้างเมาก็ลืมเรื่องที่พูดไปหมด แล้วจะไปหาเพื่อนจากจวงน้ำเมาได้อย่างไร

9. คุณควรมีสื่อธรรมะ ที่สอนเรื่องโทษของสุรา ตัวอย่างของคนที่ไม่เลิกเหล้าได้ และเรื่องของเมฆานรกขุม 5 (เป็นสถานที่ลงทัณฑ์ของผู้ดื่มสุรา ทำผิดศีลข้อ 5) ติดไว้ในรถ เมื่อเจอใครหรือนำไปฝากเพื่อนสนิทของคุณ และเล่าประสบการณ์ชีวิตของคุณให้เพื่อนฟัง พึงระลึกเสมอว่า การที่เราเปลี่ยนแปลงตนเองได้ ไม่ใช่เรื่องง่าย เพื่อนจะต้องทิ้งและอาจหันมาทดลองปฏิบัติธรรมดูก็ได้

10. หากคุณยังไม่แน่ใจว่า ถ้าโดนเคย์ยันจะยอมแล้วอดไม่ได้ ขอแนะนำให้คุณเลือกอาชีพใหม่ ดึกว่าการต้องไปรับวิบากกรรมอย่างแสนสาหัสในอนาคตอันยาวไกล แต่หากคุณรักในอาชีพนี้จริงๆ คุณต้องสามารถใช้ปัญญาที่จะแก้ไข

จาก 10 ข้อนี้ คงจะเป็นทางออกที่ดีให้กับคุณได้บ้าง เพราะเราเชื่อเหลือเกินว่า คุณคงไม่อยากเห็นหรือเป็นผู้หยอหยิน ความมั่งร่ำรวยที่สวงามให้กับตัวเองหรือคนที่คุณรัก โดยการอ้างความจำเป็น เพราะบางทีความมั่งร่ำรวยที่สวงามในแก้วเหล้าใบนี้ อาจเป็นแก้วที่ทำให้เขาหมดโอกาสใช้ชีวิตบนโลก เพราะความหวังดีที่มอบให้กับเขาอย่างผิดวิธีก็ได้

“อันรักเธอ จึงขอมอบยาพิษให้กับเธอ...นั้นหรือ...??” *



ชื่อหนังสือ : โครงการพัฒนาฐานข้อมูลภาพรวมต้นทุน และมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ระยะที่ 1
ผู้เขียน : สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รหัส : EB 1 ต47

กล่าวถึงคำนิยามการจัดการโลจิสติกส์ วิธีการวิจัย ผลการศึกษาสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สัดส่วนมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ



ชื่อหนังสือ : ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย
ผู้เขียน : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
รหัส : EB 1 ย47

กล่าวถึงความหมายและความสำคัญของโลจิสติกส์ พัฒนาการของระบบโลจิสติกส์ รูปแบบการพัฒนาของโลจิสติกส์ในต่างประเทศ สถานการณ์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปัจจุบัน ทิศทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย



ชื่อหนังสือ : การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย
ผู้เขียน : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
รหัส : EB 1 ล48ก

กล่าวถึงพัฒนาการของระบบโลจิสติกส์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ปัญหาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย เค้าโครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย แนวทางการจัดองค์กรเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์



ชื่อหนังสือ : การจัดการลอจิสติกส์
ผู้เขียน : ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์
รหัส : IP 3 ก471

กล่าวถึงหลักการเบื้องต้น การประยุกต์ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น เทคโนโลยี การแข่งขัน ฯลฯ



ชื่อหนังสือ : พลิกยุทธศาสตร์ลอจิสติกไทย สร้างจุดแกร่งแข่งขันทั่วโลก
ผู้เขียน : ประชาชาติธุรกิจ
รหัส : IP 3 พ48

กล่าวถึง 6 ยุทธศาสตร์โลจิสติกส์ไทย กิจกรรมโปรเจกต์ไทยกับระบบโลจิสติกส์ เปิดตัวหัวหน้าทุนไทยบุกโลจิสติกส์ข้ามชาติสู่จีน กลยุทธ์บริหารโลจิสติกส์กฎแห่งความสำเร็จธุรกิจยุคหน้า

ชื่อหนังสือ : โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน อธิบายได้...ง่ายนิดเดียว
ผู้เขียน : วิทยา สุนทรพิทักษ์
รหัส : IP 3 ๖31

กล่าวถึงแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์ คำนิยาม องค์ประกอบของระบบ การบริหารความสัมพันธ์ระดับองค์กร การจัดการคลังสินค้าในระบบโลจิสติกส์ การกระจายสินค้า ปัจจัยการขับเคลื่อน ซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการ ERP, APS และการจัดการเกี่ยวกับโซ่อุปทาน



ชื่อหนังสือ : การบริหารความเสี่ยงโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
ผู้เขียน : เจริญ เจริญวาลย์
รหัส : IP 6 ๗8

กล่าวถึงกิจกรรมโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเกี่ยวกับพื้นที่ความเสี่ยง 10 ด้าน ดังนี้ การจัดหา จัดซื้อหรือจัดจ้าง การควบคุมสินค้าคงคลัง การผลิต การคลังสินค้า การขนส่ง การกระจายสินค้า การขนส่ง การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารการจัดการทรัพยากรบุคคล และการทุจริต



ชื่อหนังสือ : การจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน สำหรับผู้บริหาร CEOs
ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
รหัส : IP กลอ3 ๗47

สิ่งที่ผู้บริหารจำเป็นต้องรู้เรื่องโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน ภาพรวม การจัดการวงจรการปฏิบัติการของโซ่อุปทาน ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านการจัดการโซ่อุปทานสำหรับผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



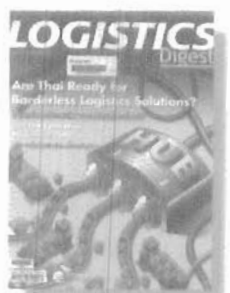
ชื่อหนังสือ : โครงการลงทุนโลจิสติกส์
ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
รหัส : IV กลอ60 ล111

ตัวอย่างการวิเคราะห์โครงการลงทุนโลจิสติกส์ด้านการจัดการ การตลาด การเงิน/การบัญชี งานระบบขนส่ง



ชื่อหนังสือ : Logistics Digest
ผู้เขียน : บริษัท ทีทีไอเอส จำกัด
รหัส : M6150009876

เป็นวารสารที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโลจิสติกส์ในประเทศไทย ความก้าวหน้าและข้อมูลที่ทันสมัยในปัจจุบัน





ส่วนเชื่อมโยงการผลิต สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
86/6 ซอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4 แขวง/เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ (02) 367-8145 และ (02) 367-8126-7 โทรสาร (02) 381-1812



หลักสูตรพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ระยะยาว



การจัดการโลจิสติกส์ การผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ Logistics for Productivity Improvement

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์
2. เพื่อให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับทราบแนวทางของระบบการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อใช้กำหนดนโยบายและผลักดันให้เกิดการพัฒนาในองค์กร
3. เพื่อให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับความรู้ด้านโลจิสติกส์อย่างถูกต้องตามหลักสากลและสามารถนำไปใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาทางการแข่งขันในระดับสากล

กำหนดการจัดอบรม

- วันศุกร์ที่ 25 พ.ค. 2550
- วันเสาร์ที่ 2, 9, 16, 23 มิ.ย. 2550
- วันเสาร์ที่ 14 และวันศุกร์ที่ 20 ก.ค. 2550 (Post Training & Workshop)
(สถานที่อบรม บัณฑิตวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก)
- ศึกษาดูงานในประเทศ : วันพฤหัสบดีที่ 21 มิ.ย. 2550

สถานที่อบรม

อาคารเฉลิมพระเกียรติ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260



ส่วนเชื่อมโยงการผลิต สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
86/6 ซอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4 แขวง/เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ (02) 367-8145 และ (02) 367-8126-7 โทรสาร (02) 381-1812



หลักสูตรพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ระยะสั้น



การจัดการ โลจิสติกส์ 108 สำหรับผู้บริหารระดับสูง

Logistics Management for Senior Executives

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์
2. เพื่อให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับทราบแนวทางของระบบการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อใช้กำหนดนโยบายและผลักดันให้เกิดการพัฒนาในองค์กร
3. เพื่อให้บุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับความรู้และเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานอย่างถูกต้องตามหลักสากล
4. เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาทางการแข่งขันในระดับสากล

กำหนดการจัดอบรม (เฉพาะวันศุกร์)

- วันที่ 4 และ 18 พ.ค. 2550
- วันที่ 15, 29 มิ.ย. 2550 (Post Training & Workshop)
- ศึกษาดูงานในประเทศ : วันพฤหัสบดีที่ 21 มิ.ย. 2550

สถานที่อบรม

อาคาร สอ.มก. 36 ปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน ถนนงามวงศ์วาน
แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2550

ประเภทสมาชิก

- ☐ ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร ฯลฯ ☐ หน่วยงานราชการ
- ☐ หน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ☐ สถาบันการศึกษา
- ☐ อื่นๆ ☐ ประชาชนทั่วไป

โปรดกรอกข้อมูลโดยละเอียดเพื่อประโยชน์ในการแจ้งข่าวกิจกรรม

วันที่สมัคร / /

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน - - - -

ชื่อผู้สมัคร นามสกุล

บริษัท/หน่วยงาน

ที่อยู่

..... รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ โทรสาร

ตำแหน่ง เว็บไซต์บริษัท

ทุนจดทะเบียน (บาท) จำนวนคนงาน คน

สัดส่วนการถือหุ้น : ไทย % ต่างชาติ %

กำลังการผลิต

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิต คือ
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก
- ข้อมูลที่ท่านต้องการ คือ
- ประโยชน์ที่ได้จากวารสาร คือ
- เนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในชั้น
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่ม
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการมากที่สุด
☐ การตลาด ☐ การให้บริการ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลทั่วไป
☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านชอบคอลัมน์ไหนมากที่สุด
☐ Interview (สัมภาษณ์) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล) ☐ Management (การบริหารจัดการ)
☐ World Wide Web (แนะนำเว็บไซต์) ☐ Scoop (เจาะลึกเฉพาะเรื่อง)
☐ Information (ข้อมูลอุตสาหกรรม) ☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านได้นำข้อมูลจากวารสารอุตสาหกรรมสารไปใช้ประโยชน์แก่ท่าน
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ พอสมควร ☐ น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารอุตสาหกรรมสารเทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 50 คะแนน

วันเดือนปีเกิด

เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

เชื้อชาติ ☐ 1. ไทย ☐ 2. อื่นๆ

ศาสนา ☐ 1. พุทธ ☐ 2. คริสต์

☐ 3. อิสลาม ☐ 4. ฮินดู

☐ 5. อื่นๆ

การศึกษาสูงสุด

☐ 1. ประถมศึกษา

☐ 2. มัธยมศึกษา

☐ 3. มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา

☐ 4. อนุปริญญา/ปวส./ปวท.

☐ 5.ปริญญาตรี

☐ 6.ปริญญาโท หรือสูงกว่า

ประเภทธุรกิจ

☐ 1. ภาคการผลิต

☐ 1. อาหารและเครื่องดื่ม

☐ 2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ

☐ 3. สิ่งทอ

☐ 4. เครื่องแต่งกาย

☐ 5. พลาสติกและพลาสติก

☐ 6. ผลิตภัณฑ์ไม้

☐ 7. ผลิตภัณฑ์กระดาษ

☐ 8. การทำสิ่งพิมพ์

☐ 9. ปิโตรเลียมและถ่านหิน

☐ 10. ผลิตภัณฑ์เคมี

☐ 11. ยางและพลาสติก

☐ 12. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากแร่โลหะ

☐ 13. โลหะขั้นมูลฐาน

☐ 14. ผลิตภัณฑ์จากโลหะประดิษฐ์

☐ 15. การผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกล

☐ 16. เครื่องใช้สำนักงาน

☐ 17. เครื่องจักรกล

☐ 18. ผลิตภัณฑ์ หิน หินอ่อนและอุปกรณ์

☐ 19. เครื่องมือแพทย์

☐ 20. ยานยนต์

☐ 21. อุปกรณ์ขนส่งอื่นๆ

☐ 22. ผลิตภัณฑ์เรือ

☐ 23. การนำกลับมาใช้ใหม่

☐ 24. อื่นๆ

☐ 2. ภาคการค้า

☐ 1. ค้าปลีก ☐ 2. ค้าส่ง

☐ 3. ภาคบริการ

☐ 1. อสังหาริมทรัพย์

☐ 2. โรงแรม ร้านอาหาร

☐ 3. บริการธุรกิจ

☐ 4. บ้านเช่า ที่พัก ท่องเที่ยว

☐ 5. การเงิน

☐ 6. สุขภาพ

☐ 7. การศึกษา

☐ 8. การขนส่ง

☐ 9. อื่นๆ



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



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

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยง (Link) กับเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งเว็บไซต์ภายในกระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th>

<http://elearning.dip.go.th>

เว็บไซต์ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนแบบบันทึกรายการคลินิกอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



<http://www.smethai.com>

<http://www.smethai.com>



ช่องทางระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อผ่าน ระบบ e-Catalogue (ระบบสร้างร้านค้าอัตโนมัติ) ซึ่งเปิดโอกาสให้ SMEs สามารถมีร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ฟรี เพื่อเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาดการค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ โดยระบบ e-Catalogue ได้ถูกออกแบบให้สามารถสร้างร้านค้า (Homepage) ที่ง่ายต่อการใช้ โดยที่ SMEs ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เชิงเทคนิคแต่ประการใด

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

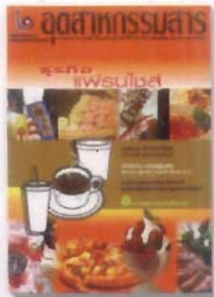
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2202-4514-20 โทรสาร 0-2202-4401

E-mail : webmaster@dip.go.th

www.dip.go.th/e-journal

อ่านวารสารอุตสาหกรรมสารผ่านเว็บไซต์



ธุรกิจแฟรนไชส์
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2547



ผ้าทอไทย
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2547



เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2548



พื้นที่อุตสาหกรรมภาคใต้
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2548



อาหาร และ เกษตรแปรรูป
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2548



วิทยาศาสตร์ชุมชน
เดือน ก.ค. - ธ.ค. 2548



ดูรวมภิบาล
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2548



ประเพณีท้องถิ่น
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2548



หมู่บ้านอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2549



64 ปี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2549



ชี้อ่งสร้างอาชีพ
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2549



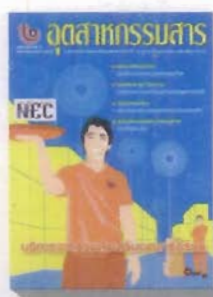
เสริมสร้างผู้ประกอบการดาว
พัฒนาเครื่องแต่งกายมุสลิม
เดือน ก.ค. - ธ.ค. 2549



การออกแบบบรรจุภัณฑ์
หน่วยงานสนับสนุนบรรจุภัณฑ์
เดือน ก.ย. - ธ.ค. 2549



โครงการสวนพระองค์ สวนจิตรลดา
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2549



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2550



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2550

วารสารอุตสาหกรรมสาร เป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 นับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่พิมพ์เผยแพร่ให้ความรู้มายาวนานที่สุดเล่มหนึ่ง

วารสารอุตสาหกรรมสาร มีความทันสมัยในเนื้อหาเสมอ ได้รวบรวมเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและ SMEs โดยตรง แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาด้านทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการขององค์กรต่างๆ การแนะนำเว็บไซต์ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม

สมัครเป็นสมาชิกวารสารอุตสาหกรรมสาร ได้ที่ :
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร ฝ่ายประชาสัมพันธ์
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรสาร 0-2354-3299