



การศึกษาโซ่อุปทานการค้าปลีก กรณีศึกษาร้านจำหน่ายของฝาก The Study of Retail Supply Chain: A Case Study of Souvenir Shop

ปทุมรัตน์ สุดชาลี¹ น้ำเพชร วรรณ² และ พศวีร์ ศิริสรณกุล³
Phatumrat Sudchalee¹, Nampetch Wanna² and Photsawi Sirisanlak³

^{1,2} บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

³ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาโซ่อุปทานการค้าปลีก กรณีศึกษาร้านจำหน่ายของฝาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีกและเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก โดยมีการศึกษาโซ่อุปทานการค้าปลีกโดยใช้กลุ่มประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงภายในร้านโกตีได้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบร้านค้าปลีกโกตีและลูกค้าที่มาใช้บริการในร้าน การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ตามแนวคิด SCOR MODEL เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานและปัญหาที่เกิดขึ้น การศึกษาพบว่าเกิดปัญหาขึ้นคือด้านการวางแผนการจัดการสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้านการวางแผนการผลิต การผลิตสินค้าพบว่าเกิดปัญหาในการบรรจุสินค้าจากการที่พนักงานบรรจุสินค้าไม่เหมาะสมและพนักงานไม่ได้คำนวณความต้องการสินค้าของลูกค้าให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต โดยผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการปรับปรุงด้านการวางแผนการจัดการปรับปรุงคือให้ทางร้านค้าปลีกโกตีมีการโดยเปลี่ยนรูปแบบการจัดการสินค้าเป็นการเดินทางรับสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง การวางแผนการผลิตปรับปรุงคือให้ทางเจ้าของร้านค้าปลีกโกตีนั้นเปลี่ยนวิธีการแพ็คเกจของสินค้าแต่ละชนิดให้เหมาะสมต่อตัวสินค้าที่รับมาบรรจุเองที่ร้านค้าปลีก ควรทำฉลากวันหมดอายุโดยนำสินค้าที่ใกล้หมดอายุมาจำหน่ายก่อนและควรติดโลโก้ของร้านเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยภายหลังจากการปรับปรุงมีการประเมินประสิทธิภาพเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีกต่อไป

คำสำคัญ: โซ่อุปทาน / ธุรกิจค้าปลีก / SCOR MODEL

Abstract

The Study of Retail Supply Chain: A Case Study of Souvenir Shop aims to study the problems in retail supply chains and propose to increase the efficiency of retail business operations by studying the retail supply chain. The population group was in Mueang District, Khampangphet and the researcher has specified the specific sample group in Kotee shop, which are manufacturers retailer operators, and customers who related to the operation of the shop. This research was conducted by interviewing according to the SCOR MODEL concept to analyze operations and problems occurring. The study found that the problem was that the product planning did not meet the needs of the customers. Regarding the production planning, the production of the products found that there was a problem in packing the products due to the inappropriate packing and the staffs did not calculate the customer's demand for the products in accordance with the production capacity. The researcher has suggested ways to improve the procurement planning by changing the procurement model to travel directly to the manufacturer.



The development of production is to allow the owner of the Kotee retailer to change the packaging methods of each type of product to be suitable for the products that are picked up by the retailer. The expiration date should be labeled by selling the expired products first and should put the store's logo to attract customers' attention. After improving, there was a performance evaluation to be a guideline to increase the efficiency of the retail supply chain operations.

Keywords: Supply chain / Retail / SCOR MODEL

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยเติบโตตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจากข้อมูลของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ระบุว่าก่อนเกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองในไทยครั้งล่าสุดปี 2557 มูลค่าค้าปลีกขยายตัวในอัตราสูงกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะร้านค้าปลีกสมัยใหม่ อาทิ ไฮเปอร์มาร์เก็ตซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ที่มีการขยายสาขามากทำให้มีส่วนแบ่งตลาดด้านรายได้เพิ่มขึ้นและมีบทบาททดแทนตลาดค้าปลีกดั้งเดิมเป็นลำดับ (พูลสุข นิลกิจศรานนท์ และปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2560) ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการกระตุ้นกำลังซื้อและยอดขายให้เติบโตตามเป้าหมายที่ต้องการ

เนื่องจากปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมากมายหลายแห่งและมีของประจำจังหวัดที่ขึ้นชื่อหลากหลายชนิดทำให้เกิดธุรกิจร้านของฝากร้านค้าปลีกเพิ่มมากขึ้นในแต่ละจังหวัด ร้านโกตีเป็นร้านจำหน่ายของฝากตั้งอยู่ในป้อม ปตท.สุทธิศักดิ์ ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นร้านขายของฝากที่นำสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดมาขายและยังมาสินค้าอีกหลายรายการ เช่น กล้วยอบน้ำผึ้ง กล้วยตาก ขนมโมจิ โดยมีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ของฝากส่วนใหญ่มาจากทางภาคเหนือ เพื่อเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันนี้ สินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นจำนวนมากอาจนำออกมาจำหน่ายไม่ทันทำให้สินค้าหมดอายุและไม่มีการหมุนเวียนสินค้าในร้านทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเสียหายในการประกอบธุรกิจมาจนเกินไป

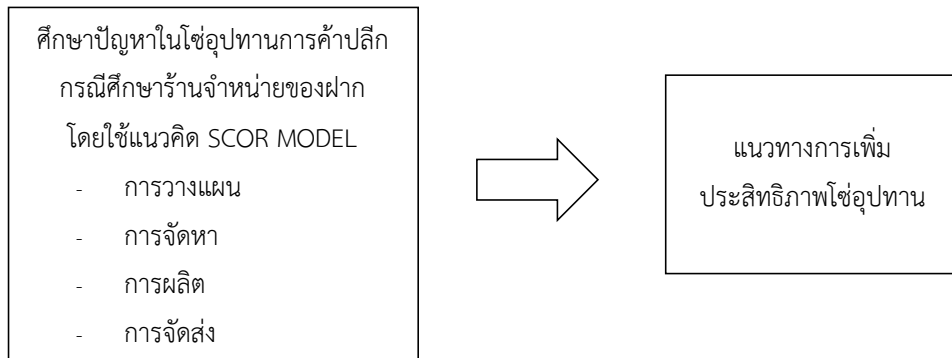
จากกรณีศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจร้านจำหน่ายของฝากและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความซับซ้อนของการบริหารงานโซ่อุปทานเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันภายในธุรกิจค้าปลีก การศึกษาครั้งนี้ได้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด SCOR MODEL มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์การดำเนินงานตามกิจกรรมต่างๆในโซ่อุปทานที่ประกอบด้วยการศึกษาผู้ผลิตสินค้า ร้านค้าปลีก และลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นรวมทั้งเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยมีการประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายหลังจากที่มีการปรับปรุงกิจกรรมย่อยที่เกิดปัญหาเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในโซ่อุปทานของกรณีศึกษาในด้านการลดต้นทุนการดำเนินงานและการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในกิจการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในโซ่อุปทานค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี
2. เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องการดำเนินกิจการร้านโกตี ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าจำนวน 7 คน ผู้ประกอบร้านค้าปลีกโกตีจำนวน 3 คน และลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านโกตี จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินประสิทธิภาพของผู้ใช้ระบบจากแบบประเมินความเที่ยงตรงซึ่งคำตอบของแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินประสิทธิภาพจะทำการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือในส่วนที่เป็นแบบประเมินประสิทธิภาพและนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมคำตอบจากแบบประเมินประสิทธิภาพมาวิเคราะห์ทั้งหมดพร้อมเกณฑ์ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์การจัดการโซ่อุปทานการค้าปลีกตามแนวคิด SCOR MODEL ของกรณีศึกษาประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การจัดการโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยการทำงานและปัญหาด้านการวางแผน การจัดหา การผลิตการจัดส่ง และการส่งคืน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

2. แบบประเมินประสิทธิภาพหลังการปรับปรุงแก้ไขปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีกประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบประเมินประสิทธิภาพการทำงานหลังประยุกต์ใช้ SCOR MODEL เป็นการประเมินค่า 5 ระดับ โดยใช้ค่าจากการตอบแบบประเมินประสิทธิภาพดังกล่าวนี้

ระดับความสำคัญ 5 มีความพึงพอใจระดับ มากที่สุด

ระดับความสำคัญ 4 มีความพึงพอใจระดับ มาก

ระดับความสำคัญ 3 มีความพึงพอใจระดับ ปานกลาง

ระดับความสำคัญ 2 มีความพึงพอใจระดับ น้อย

ระดับความสำคัญ 1 มีความพึงพอใจระดับ น้อยมาก

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ



การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆภายในกรณีศึกษา ร้านโกตี
2. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการของร้านโกตี ผู้ผลิตสินค้า ลูกค้า
3. เรียบเรียงข้อมูล และวิเคราะห์ผล
4. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลควรระบุวิธีการที่ได้มาซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ การดำเนินงานตามโซ่อุปทานการค้าปลีกและ SCOR Model หรือ ตัวแบบจำลองโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง การส่งคืน และปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการโซ่อุปทาน โดยนำคำสัมภาษณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล เปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในลักษณะของการพรรณนา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินสิทธิภาพหลังการปรับปรุงแก้ไขปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีกใช้มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การตัดสิน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

พึงพอใจมากที่สุด	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.51 – 5.00 คะแนน
พึงพอใจมาก	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.51 – 4.50 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.51 – 3.50 คะแนน
พึงพอใจน้อย	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.51 – 2.50 คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00 – 1.50 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักการทางสถิติดังนี้

- 1) ค่าร้อยละ (Percentile) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละที่ต้องการคำนวณ

F แทน ความถี่ของคะแนน

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- 2) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic mean) ใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- 3) การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในกรณีที่ไม่ได้มีการแจกแจงความถี่

$$S.D. = \frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{\sqrt{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง



$$(\sum x)^2 \text{ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง}$$

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์

1.1 แบบสอบถามถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	7	28.0
ผู้ประกอบการ	3	12.0
ลูกค้า	15	60.0
รวม	25	100

จากตารางที่ 1 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามสถานภาพ พบว่าข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีผู้ตอบสัมภาษณ์ผู้ผลิตจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ผู้ประกอบการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ลูกค้าจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แต่ละประเภททั้งหมด

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	8	32
หญิง	17	68
รวม	25	100

จากตารางที่ 2 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกเพศ พบว่าเพศชายเป็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 32 และเพศหญิงจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 68 รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	2	8
26-30 ปี	15	60
มากกว่า 40 ปี	8	32
รวม	25	100

จากตาราง 3 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอายุพบว่าช่วง อายุ 18-25 ปี มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 8 อายุ 26-30 ปีมีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 60 อายุมากกว่า 40 ปีมีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 32 ของจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด



ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	12	48
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	9	36
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	12
ปริญญาตรี	1	4
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
รวม	25	100

จากตารางที่ 4 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่าช่วงต่ำกว่ามัศึกษามีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 48 มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 36 อนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 12 ปริญญาตรีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 4 สูงกว่าปริญญาตรีไม่มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1.2 การดำเนินการจัดการโซ่อุปทานตามแนวคิด SCOR MODEL

(1) ด้านการวางแผนโซ่อุปทาน

1) ด้านผู้ผลิตสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า การวางแผนบริหารสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพของเศรษฐกิจในแต่ละเดือนเพื่อวางแผนในการผลิตสินค้าถ้ามีการขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นจะมีการเร่งผลิตสินค้าให้ทันตามความต้องการของลูกค้าและร้านขายของฝาก แต่ถ้ามีการสั่งซื้อที่น้อยลงก็จะผลิตสินค้าที่น้อยลงตามการซื้อขายที่ต่ำลงเช่นกัน

2) ด้านผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่า การวางแผนการจัดการในร้านมี 2 รูปแบบการทำงานคือ การบริหารการทำงานและการบริหารของระบบสินค้าการขายของฝากมันจะขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาการขายหลานช่วงเวลาช่วงเวลาที่ดี ช่วงเวลาขายไม่ดี การลงของสินค้าจะแตกต่างกันไปตามช่วงเวลาถ้าช่วงขายดีจะมีสต็อกของสินค้าแต่ไม่ได้ดีจะมีการทำโปรโมชั่นเรียกลูกค้าเพราะส่วนมากลูกค้าจะเป็นลูกค้านักท่องเที่ยว ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาทำให้สินค้าของฝากไปอยู่ในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือยซื้อไม่ได้ไม่ซื้อไม่ได้ไม่ใช่กลุ่มอาหารจำเป็นประเภทพวกข้าวและของใช้ ร้านขายของฝากจะไม่โตขึ้นเพราะมีการขายหลายทางและสามารถส่งโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้าโดยไม่ผ่านร้านขายของฝากก็ได้ด้านการบริหารคนเข้าทำงานนั้นร้านของเราไม่ได้รับจากวุฒิการศึกษาแต่รับจากคนในชุมชนหรือชาวบ้านที่ว่างงานและนำมาฝึกการทำงานจะได้ทำให้ชาวบ้านที่ไม่มีรายได้มีรายได้ในส่วนนี้

3) ด้านลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า ควรมีการจัดการร้านที่เหมาะสมจัดวางสินค้าให้เห็นได้ง่ายและมีการบริหารสินค้าในร้านให้มีความแปลกใหม่และหน้าสนใจนำสินค้าแปลกใหม่มาวางที่เห็นได้ง่ายเพื่อจะเห็นได้ง่ายควรมีการจัดการโดยมีสินค้าตัวอย่างให้ชิมก่อนทำการซื้อสินค้าเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้านั้นอร่อยและมีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการ

(2) ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า

1) ด้านผู้ผลิตสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้านั้นจะนำมาจากหลายที่โดยแต่ละที่ต้นทุนจะแตกต่างกันไป การคัดเลือกวัตถุดิบหรือสินค้านั้นมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งโดยปกติแล้วจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานของสินค้าชนิดนั้นๆ แต่จะเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพแต่ต้นทุนต่ำ ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าต้องหาแหล่งในการจัดหาวัตถุดิบหลายแหล่งเพื่อต้นทุนที่ต่ำที่สุด



2) ด้านผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่าการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เยอะเมื่อก่อนรับมาขายโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้าคือมีผู้ขนส่งสินค้ามาให้ที่ร้านขายของฝากแต่ปัจจุบันการค้าสมัยนี้ การรับมาขายต้นทุนจะสูงกว่าการไปซื้อมาขายเองข้อดีและเสียจะต่างกันไปถ้ารับจากผู้ผลิตโดยตรงจะสามารถ เปลี่ยนสินค้าได้และได้เครดิตจากผู้ผลิตสินค้าข้อเสียคือไม่สามารถเลือกสินค้าเองได้ทางผู้ผลิตจะเลือกสินค้ามาให้แต่ ไปซื้อมาขายเองต้นทุนจะต่ำและได้ตรงตามความต้องการแต่ไม่สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ส่วนใหญ่การซื้อขายจะได้อา จากตัวแทนการขายทั้งจากในจังหวัดและต่างจังหวัด

3) ด้านลูกค้าจากการสัมภาษณ์พบว่าสินค้าที่ไม่มีตรงความต้องการของลูกค้าหรือ ผู้บริโภคตัวอย่างเช่น เฉาก๊วยซากังราว กลัวยไข่ตากแห้ง ปลาหยอง ควรมีสินค้าที่ต้องการเพราะจะได้ไม่ต้องไปหา ซื้อร้านอื่น

(3) ด้านกระบวนการผลิตสินค้า

1) ด้านผู้ผลิตสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่าจะมีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิต สินค้า ทำให้ผลิตสินค้าและบริการจำนวนมากขึ้น ในเวลารวดเร็ว มีปริมาณเพียงพอต่อการบริโภคและลดต้นทุนการ ผลิตเพราะเทคโนโลยีช่วยลดแรงงานหรือกำลังคนและลดเวลาการผลิตแต่ได้ปริมาณสินค้าและบริการมากการใช้ เทคโนโลยีช่วยในการออกแบบสินค้า ช่วยให้มีการคิดค้นหรือประดิษฐ์รูปแบบของสินค้า ทำให้ได้สินค้าและบริการที่ มีรูปแบบใหม่ๆ หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อได้ตามความต้องการและพึงพอใจมากที่สุด

2) ด้านผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่าทางร้านนั้นมีการแบ่งการแบ่งการบรรจุ ภัณฑ์เป็น 2 ประเภทคือทางผู้ผลิตสินค้าบรรจุมาให้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานกับสินค้าที่บรรจุภัณฑ์สินค้าเอง เรียกว่าการบรรจุภัณฑ์แบบง่ายโดยจะมีตัวแทนในการบรรจุภัณฑ์ในกำแพงเพชรหรือทำเองง่ายๆที่ร้าน

3) ด้านลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่ากระบวนการผลิตสินค้าหรือแหล่งที่มาของสินค้านั้น จะต้องเป็นที่รู้จักและต้องมีคุณภาพมาตรฐานดูแลแล้วสะอาด ฤกษ์ไม่ขาดหรือบูดเปื่อยพังเสียหายถึงจะมั่นใจใน กระบวนการผลิตของสินค้าและซื้อสินค้าขึ้นนั้นนอกจากร้านขายของฝาก

(4) ด้านการจัดส่งสินค้า

1) ด้านผู้ผลิต จากการสัมภาษณ์พบว่าสินค้าจะมีรถขนส่งสินค้าที่จะนำมาส่งขายต่อร้านค้า ปลีกโดยจะกำหนดวันในการไปส่งสินค้าที่แน่ชัดทุกๆเดือนเพราะจะมีการโทรมาบอกเจ้าของร้านว่ากำหนดวันจัดส่ง หรือเลื่อนวันจัดส่งหรือไม่และวันส่งสินค้าจะเป็นวันที่รับคืนสินค้าด้วยสินค้าที่มีในสต็อกจะถูกประเมินเวลาจัดส่ง เป็นวันเดียวกันโดยจะมีใบแจ้งในการส่งมอบสินค้าว่าจำนวนที่รายการและรายการละกี่ชิ้นเพื่อเป็นใบยืนยันในการ จัดส่งสินค้าล้งร้านขายของฝากและเป็นหลักฐานในการจัดส่งในครั้งต่อไปการจัดส่งทางไปรษณีย์จะเป็นสินค้าที่รถ สินค้ามีไม่พอหรือถ้าจำนวนมากจะนำรถขนส่งมาเอง

2) ด้านผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่ามีการขนส่งแบบทั่วไปแต่ที่ร้านไม่เน้นการ ขายส่งทางการขนส่งเพราะเน้นไปทางนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในทางภาคเหนือเพราะร้านขายของฝากเป็นร้านขาย ของฝากทางภาคเหนือทั้งหมดการขนส่งแบบทั่วไปนั้นจะมีส่วนที่น้อยมากส่วนมากจะส่งให้กับลูกค้าประจำหรือหมู่ เพื่อนมากกว่าเพราะที่ร้านไม่ได้มีเพจในการขายของผ่านโซเชียล

3) ด้านลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่าการจัดส่งสินค้าจะขึ้นอยู่กับจำนวนในการซื้อขาย สินค้าที่ซื้อในแต่ละครั้งถ้าลูกค้าซื้อสินค้าน้อยขึ้นไม่จำเป็นต้องให้รถก็ได้แต่ถ้าซื้อเยอะควรมีกองใส่แพคเกจสินค้าให้ เรียบร้อยเพื่อต่อการถือเพราะเราซื้อเพื่อไปฝากหรือกินระหว่างทางในการเดินทางท่องเที่ยว

(5) ด้านการส่งคืนสินค้า

1) ผู้ผลิตสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่าจะรับคืนสินค้าทุกชนิดที่นำมาเสนอขายต่อร้านขาย ของฝากแต่จะมีบางกรณีที่ตกลงกับผู้ขายสินค้าว่าจะไม่มีการรับเปลี่ยนสินค้าหรือเลยระยะเวลาการส่งคืนสินค้าไปแล้ว



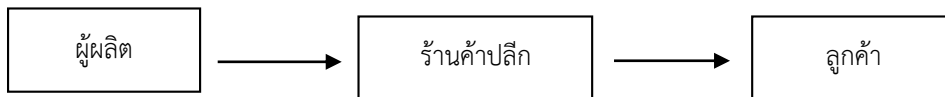
ทางผู้ผลิตจะขอตกลงการขายสินค้าก่อนที่จะนำสินค้ามาเสนอขายโดยจะมีกระบวนการส่งคืนสินค้าจากทางผู้ผลิต
สินค้าโดยมีการมารับคืนถึงร้านขายของฝากและมีใบเช็คสินค้าที่รับคืนว่าหมดอายุหรือชำรุดเสียหายจะมีใบสั่ง
เปลี่ยนสินค้าทดแทนของฝากทุกชนิดที่มาฝากขายสินค้าไว้และจะมีการส่งคืนทางไปรษณีย์น้อยมากเพราะจะมีรถ
ขนส่งสินค้ามาเสนอขายและเติมสต็อกสินค้าเป็นประจำถ้าสินค้าใกล้จะหมด

2) ด้านผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่าถ้าเป็นจากตัวแทนมาขายจะมีการรับคืน
สินค้าเป็นปกติส่วนถ้าไปซื้อมาขายจะไม่มีการส่งคืนของสินค้าแต่สินค้าพวกนี้จะขายค่อนข้างหมดเพราะเลือกมาถูก
ตามความต้องการแต่ถ้าเป็นการส่งคืนมาจากต่างจังหวัดนั้นไม่มีเพราะทางร้านจะไม่ส่งคืนเป็นของสดหรือของที่
แตกจึงไม่มีปัญหาทางการส่งคืน

3) ด้านลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า การส่งคืนสินค้านั้นส่วนมากจะส่งคืนที่ร้านหรือไม่ก็
ทางไปรษณีย์

2. ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานค้าปลีก กรณีศึกษาร้านโกตี อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร

โซ่อุปทานร้านของฝากโกตี ประกอบด้วยส่วนของต้นน้ำคือ ผู้ผลิต แล้วผ่านกลไกการตลาดทางการขนส่ง
สินค้าออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีร้านค้าปลีกเป็นผู้กระจายไปยังลูกค้า

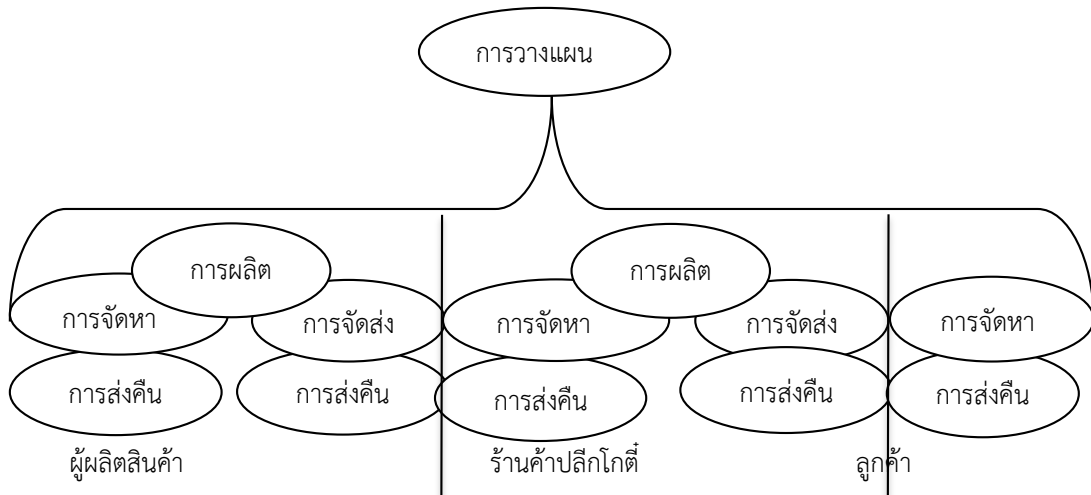


ภาพที่ 2 แสดงโซ่อุปทานค้าปลีกร้านโกตี อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร

จากการดำเนินงานของโซ่อุปทานค้าปลีก ร้านโกตี ตั้งอยู่ที่ ปตท.สุทธิศักดิ์ อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร
เป็นร้านขายของฝากขนาดกลางที่จำหน่ายสินค้าของฝากทางภาคเหนือทั้งหมดมาไว้ให้บริการให้กับกลุ่มลูกค้า นัก
ทางเดินทางและลูกค้าประจำ ร้านขายของฝากโกตีแบ่งเป็น 3 ฝ่าย ดังแสดงในภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้ ผู้ผลิต ทำหน้าที่
ในการผลิตสินค้า เช่น ไม้ ไม้ผลไม้ ก้านจูล ปลายส้ม น้ำพริก แคปหมู เป็นต้น ผู้ผลิตนำมาเสนอขายให้กับทางร้าน
ร้านค้าปลีก ได้นำสินค้ามาจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นผู้เข้ามาใช้บริการบิมน้ำมันซึ่งเป็นลูกค้าภายในจังหวัดและ
นักท่องเที่ยวชาว

3. ผลการวิเคราะห์ SCOR MODEL

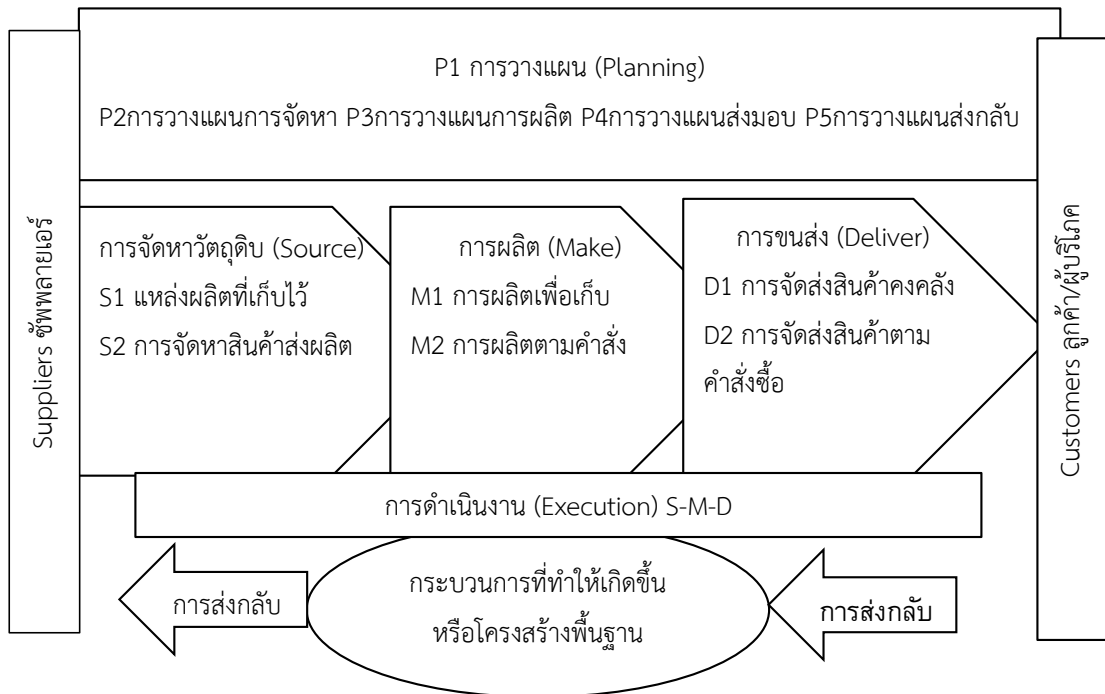
ระดับที่ 1 กระบวนการในระดับนี้มีการกำหนดขอบเขตตลอดจนการดำเนินงานของโซ่อุปทาน การสร้าง
แบบจำลองเพื่อสนับสนุน SCM เป็นการกำหนดขอบเขตและตั้งเป้าหมายในการปรับปรุงประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน
เพื่อตั้งเป้าหมายในการแข่งขันและการปรับปรุงประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน โดยอ้างอิงจากแบบจำลองกระบวนการ
SCOR MODEL มีรูปแบบของกระบวนการในการวางแผน , การจัดหา , กระบวนการผลิต, การจัดส่ง และการส่งคืน
โดยผู้วิเคราะห์ต้องเขียนรายละเอียดของทุกกิจกรรมของร้านค้าปลีกโกตีแต่ไม่ได้นำมาแสดงในที่นี้ภาพรวมผลการ
วิเคราะห์ของแบบจำลอง SCOR MODEL ของร้านค้าปลีกโกตี ภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ของแบบจำลอง SCOR MODEL ของร้านค้าปลีกโกดัง

จากการวิเคราะห์พบว่าการวิเคราะห์ของแบบจำลอง SCOR MODEL ของร้านค้าปลีกโกดังประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่ง และการส่งคืนในส่วนของผู้ผลิตสินค้าและร้านค้าปลีกโกดังในด้านของลูกค้าประกอบด้วยกิจกรรมการวางแผน การจัดหา และการส่งคืนสินค้า

ระดับที่ 2 สร้างแบบจำลองโซ่อุปทาน



ภาพที่ 4 แสดงแบบจำลองโครงสร้างโซ่อุปทานร้านค้าปลีกโกดัง

การวางแผน (Planning)

P1 การวางแผนการวางแผนบริหารสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพของเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเดือนเพื่อวางแผนในสั่งซื้อสินค้าถ้ามีการซื้อสินค้าที่มากจะลงสินค้าได้หลากหลายทั้งของสดของฝากของแห้งโดยไม่ต้องกลัวอายุการขายจะเพราะช่วงขายดียังมีสินค้ามากยิ่งขายได้มากจะมีการเร่งสั่งสินค้าให้ทันตามความต้องการของลูกค้าแต่ถ้ามีการ



สั่งซื้อที่น้อยลงก็จะสั่งสินค้าที่น้อยลงตามการซื้อขายที่ต่ำลงเช่นกันถ้าเป็นของสดอาจจะสั่งแค่สินค้าที่ขายได้เท่านั้น แต่ก็ลดปริมาณลง

P2 การวางแผนการจัดหาการวางแผนการจัดหาสินค้าทางร้านค้าปลีกจะมีการรับซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตและไปซื้อมาขายเองถ้าซื้อจากจากโรงงานผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดราคาขายให้กับผู้ค้าปลีกสินค้าที่ฟังหรือหมดอายุนั้นจะรับคืนจากผู้ค้าปลีกและการไปซื้อมาขายเองนั้นปริมาณการสั่งซื้อยังไม่แน่นอนและสินค้าที่เหลือไม่ได้รับการส่งคืนแต่ถ้าไปซื้อมาขายเองจะผู้ค้าปลีกจะเป็นคนตั้งราคาสินค้าเองแต่หากทางร้านไม่มีการวางแผนในการจัดหาสินค้าเพราะเมื่อไหร่ที่ของขาดสต็อกก็จะทำให้เกิดปัญหาในการหาสินค้ามาจำหน่าย

การจัดหาวัตถุดิบ (Source)

S1 การจัดหาสินค้าสำเร็จรูปจะมีตัวแทนการขายของแต่ละบริษัทมาทำการเสนอขายหรือฝากขายสินค้าโดยจะให้เครดิตทางร้านหากขายสินค้าไม่หมดจะมีการรับคืน

S2 การจัดหาสินค้าส่งผลิตเราร้านจะสั่งผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาดหรือความต้องการของลูกค้าแต่ละช่วงเวลาในการขายสินค้าว่าสินค้าไหนขายได้หรือไม่

P3 การวางแผนการผลิตทางร้านค้าปลีกทางร้านนั้นมีการแบ่งการบรรจุภัณฑ์เป็น 2 ประเภทคือทางผู้ผลิตสินค้าบรรจุมาให้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานกับสินค้าที่บรรจุภัณฑ์สินค้าเองเรียกว่าการบรรจุภัณฑ์แบบต่างๆโดยจะมีตัวแทนในการบรรจุภัณฑ์ในกำแพงเพชรหรือทำเองง่ายๆที่ร้าน ปัญหาที่เกิดจากการผลิตเกิดจากการที่พนักงานขายไม่ได้คำนึงถึงความสามารถในการบรรจุสินค้าเลือกบรรจุไม่ค่อยถูกต้องพนักงานขายไม่ได้คำนวณสินค้าให้สอดคล้องกับกำลังการผลิตทำให้การผลิตไม่รู้ว่าจะต้องหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้นหรือไม่

การผลิต (Make)

M1 การผลิตเพื่อเก็บผู้ประกอบการจะทำการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าว่ามีความต้องการซื้อสินค้ามากน้อยเพียงใดในลักษณะนั้นผู้ประกอบการก็จะทำการผลิตแล้วส่งไปจัดเก็บเพื่อทำการสต็อกสินค้า

M2 การผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านพนักงานขายโดยตรงสามารถที่จะเลือกส่วนประกอบหรือวัตถุดิบตามที่ต้องการเพื่อให้สามารถตอบสนองกับ Order ได้ ถ้ารับ order มากเกินกำลังจะบริหารจัดการยากและมีโอกาสขาดทุนสูง

P4 การวางแผนการขนส่งการจัดส่งสินค้านั้นจะมีรถนำการขนส่งไปยังร้านค้าปลีกหรือลูกค้าโดยตรง การขนส่ง (Deliver)

D1 การจัดส่งสินค้าคงคลัง Deliver Stocked Products หากสินค้าที่สั่งซื้อมีพร้อมในคลังทางร้านจะทำการจัดส่งสินค้าออกจากคลังสินค้าภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากคำสั่งซื้อสินค้าสมบูรณ์เรียบร้อยและขึ้นอยู่กับวันเปิดร้าน

D2 การจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อการจัดส่งสินค้าขึ้นอยู่กับจำนวนออเดอร์ที่สั่งจากลูกค้าว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใดในจำนวนครั้งที่สั่งซื้อ

P5 การวางแผนการส่งคืนการคืนสินค้าจะมีการรับคืนสินค้าที่หมดอายุและพังเสียหายและให้เครดิตร้านค้าปลีกในการส่งคืน

ระดับที่ 3 เป็นกระบวนการย่อย

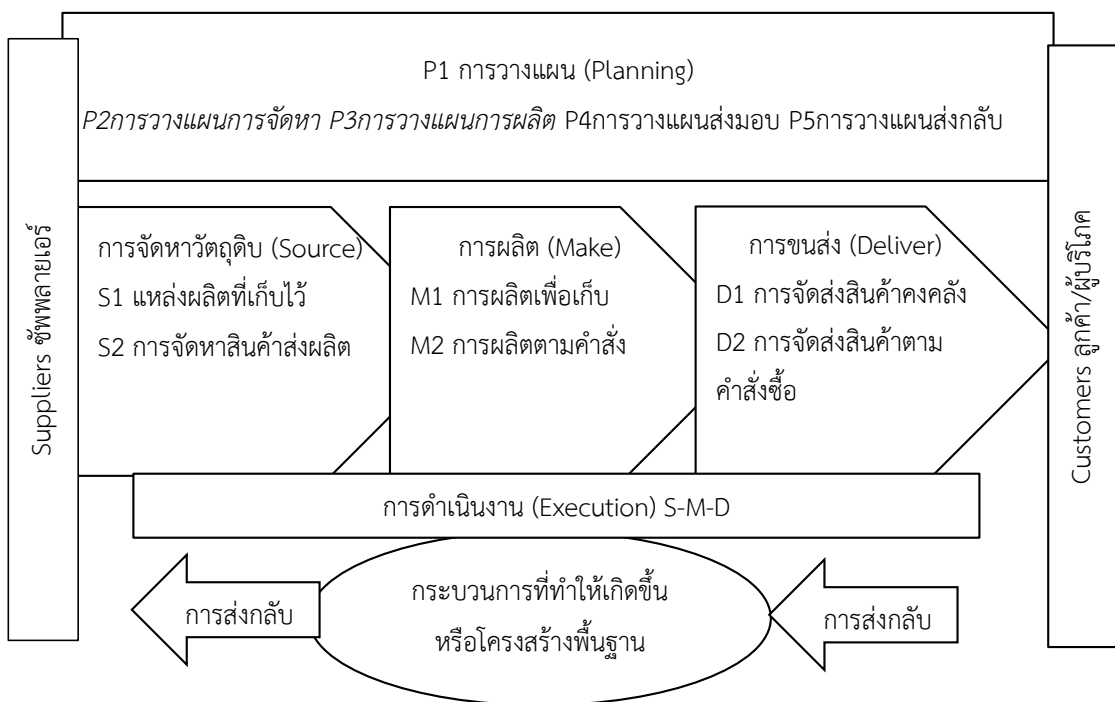
จากการวิเคราะห์ SCOR MODEL ในระดับที่ 2 แล้วพบว่าร้านค้าปลีกโกตี้ควรดำเนินการปรับปรุงทั้งหมด 2 กิจกรรมคือ โดยในที่นี่ยกตัวอย่างในการพัฒนากระบวนการวางแผนโซ่อุปทานโดยใช้ SCOR MODEL ซึ่งแบ่งเป็นกิจกรรมย่อยคือ P2 P3 และใช้แบบประเมินประสิทธิภาพในการช่วยในการประเมินผลในการปรับปรุงว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงหรือไม่ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งการวัดประเมินประสิทธิภาพกระบวนการแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้าน



การวางแผนโซ่อุปทาน ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า ด้านกระบวนการผลิตแนวทงสินค้า ด้านการจัดส่งสินค้า และด้านการส่งคืนสินค้า

ระดับที่ 4 ระดับการประยุกต์ใช้สำหรับ SCOR MODEL

จากนั้นการทำการวิเคราะห์การไหลของการทำงานในร้านค้าปลีกโกตโดย SCOR MODEL ในปัจจุบัน ร้านค้าปลีกโกตเริ่มตั้งแต่ซัพพลายเออร์ที่เป็นโรงงานผลิตสินค้าโดยบริษัทที่มีการจัดหาวัตถุดิบ 2 รูปแบบคือผลิตรอ และผลิตตามคำสั่งของลูกค้าเพื่อนำสินค้ามาส่งให้กับร้านค้าปลีกวางจำหน่ายส่งต่อแก่ลูกค้าโดยในที่นี่ได้พัฒนา แนวทางการปรับปรุงด้านการวางแผนการจัดหาและการวางแผนการผลิต



ภาพที่ 5 แสดงแบบจำลองโครงสร้างโซ่อุปทานหลังการปรับปรุง การวางแผนการจัดหา และการวางแผนการผลิต

P2 การวางแผนการจัดหาการปรับปรุงคือให้ทางร้านค้าปลีกโกตที่มีการรับซื้อจากผู้ผลิตสินค้าที่มีบริการจัดส่งสินค้ามายังร้านโดยเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางรับสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อให้มีการรับรองว่าสินค้าที่หมดอายุหรือเสื่อมสภาพนั้นได้รับการเปลี่ยนคืนโดยไม่ต้องทิ้งสินค้าเพราะจะทำให้ร้านค้าปลีกขาดทุน การจัดหาวัตถุดิบต้องมีที่ดีมีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากการเน้นที่ราคาไปเป็นคุณภาพที่ดี

P3 การวางแผนการผลิตการปรับปรุงคือให้ทางเจ้าของร้านค้าปลีกโกตนั้นควรเปลี่ยนวิธีการแพ็คเกจของสินค้าแต่ละชนิดให้เหมาะสมต่อตัวสินค้าที่รับมาบรรจุเองที่ร้านค้าปลีกและควรทำฉลากวันหมดอายุเพราะจะได้รู้ว่าสินค้าตัวไหนใกล้หมดอายุโดยนำสินค้าที่ใกล้หมดอายุออกก่อนสินค้าที่ยังไม่หมดอายุป้องกันสินค้า ควรมีโลโก้ของร้านติดเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

4. ผลวิเคราะห์ประเมินประสิทธิภาพหลังการปรับปรุงแก้ไขปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีก

4.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป



ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	7	28.0
ผู้ประกอบการ	3	12.0
ลูกค้ำ	15	60.0
รวม	25	100

จากตารางที่ 5 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามสถานภาพ พบว่าข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีผู้ตอบสัมภาษณ์ผู้ผลิตจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ผู้ประกอบการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ลูกค้ำจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แต่ละประเภททั้งหมด

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	8	32
หญิง	17	68
รวม	25	100

จากตารางที่ 6 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายเป็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 32 และเพศหญิงจำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 68 รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	2	8
26-30 ปี	15	60
มากกว่า 40 ปี	8	32
รวม	25	100

จากตาราง 7 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามอายุพบว่าช่วง อายุ 18-25 ปีมีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 8 อายุ 26-30 ปีมีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 60 อายุมากกว่า 40 ปีมีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 32 ของจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	12	48
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	9	36
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	12
ปริญญาตรี	1	4
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0



รวม	25	100
-----	----	-----

จากตาราง 8 พบว่าจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่าช่วงต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 48 มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 36 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 12 ปริญญาตรีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 4 สูงกว่าปริญญาตรีไม่มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

4.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพหลังการปรับปรุงแก้ไขปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีก

จากแนวทางการปรับปรุง SCOR MODEL ในครั้งนี้จะให้ทางร้านนั้นได้นำแนวทางในการแก้ไขปัญหของผู้วิจัยไปปรับปรุงทางร้านค้าปลีกโกโก้ โดยเมื่อปรับปรุงนั้นจะมีแบบประเมินประสิทธิภาพในการวัดประเมินผลการวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหามาได้ผลดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์โซ่อุปทานการค้าปลีก ภูมิศึกษา ร้านโกโก้

ลักษณะการทำงาน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับ	
			ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านการวางแผนโซ่อุปทาน	3.87	0.73	77.33	พึงพอใจมาก
2. ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า	4.13	0.77	82.60	พึงพอใจมาก
3. ด้านกระบวนการผลิตสินค้า	4.16	0.61	83.20	พึงพอใจมาก
4. ด้านการจัดส่งสินค้า	3.96	0.86	79.20	พึงพอใจมาก
5. ด้านการส่งคืนสินค้า	3.68	0.81	73.60	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	0.76	79.19	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 9 พบว่าความพึงพอใจด้านการวางแผนโซ่อุปทานได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.19 ด้านกระบวนการผลิตสินค้าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.16 คิดเป็นร้อยละ 83.20 ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้านี้มีค่าเฉลี่ย 4.13 คิดเป็นร้อยละ 82.60 ด้านการจัดส่งสินค้านี้มีค่าเฉลี่ย 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.20 ด้านการวางแผนโซ่อุปทานมีค่าเฉลี่ย 3.87 คิดเป็นร้อยละ 77.33 ด้านการส่งคืนสินค้านี้มีค่าเฉลี่ย 3.68 คิดเป็นร้อยละ 73.60

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์โซ่อุปทานการค้าปลีก ภูมิศึกษา ร้านโกโก้

1. ด้านการวางแผนโซ่อุปทาน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของ	
			ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ระดับความพึงพอใจ
1.การกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้า	4.16	0.61	83.20	พึงพอใจมาก
2.การวางแผนและกำหนดลำดับงานในโซ่อุปทาน	3.56	0.64	71.20	พึงพอใจมาก



ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์โซ่อุปทาน การค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี (ต่อ)

1. ด้านการวางแผนโซ่อุปทาน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ระดับความพึงพอใจ
3.การบริหารจัดการกิจกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง	3.88	0.95	77.60	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.73	77.33	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 10 พบว่าความพึงพอใจด้านการวางแผนโซ่อุปทานได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 คิดเป็นร้อยละ 77.33 มีการกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้าได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.16 คิดเป็นร้อยละ 83.20 การบริหารจัดการกิจกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องมีค่าเฉลี่ย 3.88 คิดเป็นร้อยละ 77.60 การวางแผนและกำหนดลำดับงานในโซ่อุปทานมีค่าเฉลี่ย 3.56 คิดเป็นร้อยละ 71.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์โซ่อุปทาน การค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี

2. ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ระดับความพึงพอใจ
1.มีกระบวนการรับความต้องการสินค้าของผู้บริโภค	4.28	0.92	85.60	พึงพอใจมาก
2.การแปรความต้องการใช้สินค้านั้นไปเป็นเงื่อนไขสำหรับการจัดหาสินค้า	4.12	0.77	82.40	พึงพอใจมาก
3.การเลือกแหล่งสินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม	4.04	0.77	80.80	พึงพอใจมาก
4.การจัดทำข้อตกลงตามใบสั่งซื้อหรือสัญญาซื้อขาย	4.08	0.63	81.60	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.77	82.60	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 11 พบว่าความพึงพอใจด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 คิดเป็นร้อยละ 82.60 มีกระบวนการรับความต้องการสินค้าของผู้บริโภคได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.28 คิดเป็นร้อยละ 85.60 การแปรความต้องการใช้สินค้านั้นไปเป็นเงื่อนไขสำหรับการจัดหาสินค้ามีค่าเฉลี่ย 0.77 คิดเป็นร้อยละ 82.40 การจัดทำข้อตกลงตามใบสั่งซื้อหรือสัญญาซื้อขายมีค่าเฉลี่ย 4.08 คิดเป็นร้อยละ 81.60 การเลือกแหล่งสินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.04 คิดเป็นร้อยละ 80.80 ตามลำดับ



ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์ไข่อุปทาน การค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกโก้

3. ด้านกระบวนการผลิตสินค้า	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับ	
			ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ	ระดับความพึง พอใจ
1.สินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.12	0.71	82.40	พึงพอใจมาก
2.มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	4.0	0.57	80.00	พึงพอใจมาก
3.สินค้าและวัตถุดิบสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภค	4.36	0.56	87.20	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.61	83.20	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 12 พบว่าความพึงพอใจด้านกระบวนการผลิตสินค้าได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 คิดเป็นร้อยละ 83.20 สินค้าและวัตถุดิบสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36 คิดเป็นร้อยละ 87.20 สินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายตรงกับความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.12 คิดเป็นร้อยละ 82.40 มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.00 คิดเป็นร้อยละ 80.00

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์ไข่อุปทาน การค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกโก้

4. ด้านการจัดส่งสินค้า	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับ	
			ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ	ระดับความพึง พอใจ
1.ขนส่งผ่านบริษัท(ค่าขนส่งคำนวณตามระยะทาง)	4.08	0.84	81.60	พึงพอใจมาก
2.ได้รับการขนส่งสินค้าตรงตามเวลาและจำนวนที่กำหนด	4.0	0.80	80.00	พึงพอใจมาก
3.ความเหมาะสมในการจัดส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์	3.8	0.94	76.00	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	0.86	79.20	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 13 พบว่าความพึงพอใจด้านการจัดส่งสินค้าได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.20 ขนส่งผ่านบริษัท(ค่าขนส่งคำนวณตามระยะทาง)ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่มีค่าเฉลี่ย 4.08 คิดเป็นร้อยละ 81.60 ได้รับการขนส่งสินค้าตรงตามเวลาและจำนวนที่กำหนดค่าเฉลี่ย 4.0 คิดเป็นร้อยละ 80.00 ความเหมาะสมในการจัดส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.96 คิดเป็นร้อยละ 79.20 ตามลำดับ



ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์โซ่อุปทาน การค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี

5. ด้านการส่งคืนสินค้า	ร้อยละของระดับ			
	\bar{x}	S.D.	ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ	ระดับความพึง พอใจ
1.มีนโยบายและระบุเงื่อนไขการคืนสินค้าที่ บกพร่อง	3.8	0.85	76.00	พึงพอใจมาก
2.มีการกำหนดเวลาส่งคืนสินค้าที่บกพร่อง	3.6	0.80	72.00	พึงพอใจมาก
3.มีมาตรการควบคุมตรวจสอบก่อนส่งคืน	3.64	0.79	72.80	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68	0.81	73.60	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 14 พบว่าความพึงพอใจด้านการส่งคืนสินค้าการจัดส่งสินค้าได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 คิดเป็นร้อยละ 73.60 ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่มีค่าเฉลี่ย 3.8 คิดเป็นร้อยละ 76.00 มีมาตรการควบคุมตรวจสอบก่อนส่งคืนมีค่าเฉลี่ย 3.64 คิดเป็นร้อยละ 72.60 มีการกำหนดเวลาส่งคืนสินค้าที่บกพร่องมีค่าเฉลี่ย 3.6 คิดเป็นร้อยละ 72

อธิบายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานการค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี การดำเนินงานของโซ่อุปทานการค้าปลีก ร้านโกตี ตั้งอยู่ที่ ปตท.สุทธิศักดิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นร้านขายของฝากขนาดกลางที่จำหน่ายสินค้าของฝากทางภาคเหนือทั้งหมดมาไว้ให้บริการให้กับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวและลูกค้าประจำ ร้านขายของฝากโกตีแบ่งเป็น 3 ฝ่าย ประกอบด้วย ผู้ผลิต ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า เช่น โมจิ น้ำผลไม้ ก้านจุล ปลาต้ม น้ำพริก แคปหมู เป็นต้น ผู้ผลิตนำมาเสนอขายให้กับทางร้านร้านค้าปลีก ได้นำสินค้ามาจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นผู้เข้ามาใช้บริการป้อนน้ำมันซึ่งเป็นลูกค้าภายในจังหวัดและนักท่องเที่ยวชาว

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในโซ่อุปทานการค้าปลีก กรณีศึกษา ร้านโกตี โดยใช้ SCOR MODEL ในปัจจุบันร้านค้าปลีกโกตีเริ่มตั้งแต่ซัพพลายเออร์ที่เป็นโรงงานผลิตสินค้าโดยบริษัทที่มีการจัดหาวัตถุดิบ 2 รูปแบบคือผลิตเองและผลิตตามคำสั่งของลูกค้าเพื่อนำสินค้ามาส่งให้กับร้านค้าปลีกวางจำหน่ายส่งต่อแก่ลูกค้าพบว่าเกิดปัญหาขึ้น 2 ด้านคือ ด้านการวางแผนการจัดหาสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพราะไม่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่เพียงพอทำให้เกิดปัญหาในการหาสินค้ามาจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการสินค้าจำนวนมาก ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการปรับปรุงคือให้ทางร้านค้าปลีกโกตีมีการรับซื้อจากผู้ผลิตสินค้าที่มีบริการจัดส่งสินค้ามายังร้าน โดยเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางรับสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อให้มีการรับรองว่าสินค้าที่หมดอายุหรือเสื่อมสภาพนั้นได้รับการเปลี่ยนคืนโดยไม่ต้องทิ้งสินค้า ในด้านการวางแผนการผลิตการผลิตสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีการบรรจุสินค้าเองทำให้เกิดปัญหานักงานไม่คำนึงถึงการบรรจุสินค้าเลือกบรรจุไม่ถูกต้องและพนักงานขายไม่ได้คำนวณความต้องการสินค้าของลูกค้าให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางให้ทางเจ้าของร้านค้าปลีกโกตีนั้นควรเปลี่ยนวิธีการแพ็คเกจของสินค้าแต่ละชนิดให้เหมาะสมต่อตัวสินค้าที่รับมาบรรจุเองที่ร้านค้าปลีกและควรทำฉลากวันหมดอายุ เพราะจะได้รู้ว่าสินค้าตัวไหนใกล้หมดอายุโดยนำสินค้าที่ใกล้หมดอายุออกก่อนสินค้าที่ยังไม่หมดอายุป้องกันสินค้าและควรมีโลโก้ของร้านติดเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า สอดคล้องกับ ประจวบ กล่อมจิตร (2556, หน้า 141)



กล่าววว่า การจัดการสินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์คือสามารถมีสินค้าคงคลังบริการลูกค้าในปริมาณที่เพียงพอ และทันต่อความต้องการของลูกค้าเสมอ เพื่อสร้างยอดขายและรักษาของส่วนแบ่งตลาดไว้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกโดยมีการวิเคราะห์แบบประเมินประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานหลังจากการปรับปรุงกิจกรรมใน SCOR MODEL ทั้งหมด 5 ด้านคือ ด้านการวางแผนโซ่อุปทาน ด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้า ด้านกระบวนการผลิตสินค้า ด้านการจัดส่งสินค้า และด้านการส่งคืนสินค้า หลังจากเสนอแนวทางการปรับปรุงผลการประเมินด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้านี้มีค่าเฉลี่ย 4.13 คิดเป็นร้อยละ 82.60 ซึ่งมีประเด็นกระบวนการรับความต้องการสินค้าของผู้บริโภคได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.28 คิดเป็นร้อยละ 85.60 และหลังจากเสนอแนวทางการปรับปรุงการวางแผนการผลิตผลการประเมินมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 คิดเป็นร้อยละ 83.20 ประเด็นด้านสินค้าและวัตถุดิบสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่มีค่าเฉลี่ย 4.36 คิดเป็นร้อยละ 87.20 สอดคล้องกับ คำนาย อภิปัญญาสกุล (2560, หน้า 26) กล่าวว่า การปรับปรุงซัพพลายเชนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับสินค้าที่ต้องการ ในเวลาที่ถูกต้อง และมีปริมาณตามที่กำหนดไว้ โดยเสียค่าใช้จ่ายรวมตลอดซัพพลายเชนที่ต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้องค์การธุรกิจสามารถหมุนเวียนเงินสดได้รวดเร็วมีกำไรเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ควรศึกษา ต้นทุน โอกาส และอุปสรรคในส่วนอื่นๆเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ครอบคลุมได้ทุกส่วนของการดำเนินกิจการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความสูญเปล่าในโซ่อุปทานค้าปลีกภายในร้านโกดังเพื่อเป็นการลดความเสียหายที่เกิดขึ้นและควรมีการศึกษาการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้ามาประยุกต์ใช้ในการวางแผนหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมเพื่อการลดต้นทุนโดยรวมของกรณีศึกษา

เอกสารอ้างอิง

คำนาย อภิปัญญาสกุล. (2560) โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชซิ่ง จำกัด.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน.

ประจวบ กล่อมจิตร. (2556) โลจิสติกส์-โซ่อุปทาน: การออกแบบและจัดการเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : บริษัท

ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

พลสุข นิลกิจศรานนท์ และปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2560). ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่. [Online]. Available: <https://www.krungsri.com/bank/getmedia/f1e844b6-74af-44df-9ba423dc9d0f7427/IO>

_Modern_Trade_2017_TH.aspx [2560, มิถุนายน 20].