

บทที่ 3

ประเภทของการจัดการโลจิสติกส์เชิงธุรกิจ

ขอบเขตของการจัดการโลจิสติกส์เชิงธุรกิจ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท
ใหญ่ๆ

1. การจัดการโลจิสติกส์ด้านทหาร (Military Logistics Management)

หมายถึงการจัดการการจัดส่งกำลังบำรุงด้านการทหาร

2. การจัดการโลจิสติกส์ด้านวิศวกรรม (Engineering Logistics

Management) หมายถึงการจัดการด้านการวิศวกรรมจัดส่งลำเรียง อันได้กา
การสร้าง การบูรณาการ

3. การจัดการโลจิสติกส์ด้านธุรกิจ (Business Logistics Management)

หมายถึงการจัดการด้านการจัดเก็บและรับส่งสินค้า คน สัตว์ สิ่งของ จากจุด
หนึ่งไปยังจุดหนึ่งตามที่มีมนุษย์ต้องการมุ่งหวังความสำเร็จทางธุรกิจเป็นสำคัญ

กิจกรรมของโลจิสติกส์



กิจกรรมของโลจิสติกส์ อาจประกอบด้วย

1. การขนส่งและการเคลื่อนย้ายสินค้า (Transportation & Moving) รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
2. ตัวแทนการบริหารการจัดส่งและขนส่ง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

3. กระบวนการ Clearing สินค้า และพิธีการทางศุลกากร (Customer Broker)

4. การบริการจัดการคลังสินค้าภายใน (Inventory Management) และงานที่เกี่ยวข้องกับ Flow ของสินค้าแรงงานและให้บริการอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการจัดเก็บรักษาสินค้า

5. การบริการคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse Provider) และการกระจายสินค้า

6. การบริหารท่าเรือ, การจัดการสถานที่บรรจุสินค้า , การจัดการสถานีขนส่ง ICD , การได้สัมปทานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

7. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับลูกค้า ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด , การเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย

8. การประสานงานกับฝ่ายผลิต (Cooperate with Production) เพื่อประโยชน์ในการจัดการระบบ โลจิสติกส์ของกระบวนการผลิตสินค้า หรืองานสนับสนุนการผลิตอื่นๆ

9. การจัดการข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบโลจิสติกส์และการบริการจัดการ

สำหรับการจัดการและการวางแผนระบบโลจิสติกส์นี้สำคัญมาก เพราะจะต้องมีแบบแผนและข้อกำหนดที่ชัดเจน โดยตั้งกฎให้ผู้ปฏิบัติทำอย่างเคร่งครัด ต้องมีการรายงานส่งเป็นลายลักษณ์อักษร และให้หัวหน้างานลงนามกำกับเพื่อตรวจสอบสินค้าอีกครั้ง แล้วจึงลงนามกำกับรับผิดชอบ และต้องมีการเขียนหมายเหตุทุกขั้นตอนการจัดการระบบ โลจิสติกส์มีดังต่อไปนี้

1. การจัดการระบบขนส่งลำเลียงภายใน โรงงานของผู้ผลิตสินค้า สินค้าที่ผลิตต้องมีการตรวจสอบได้มาตรฐานผ่านเป็นที่เรียบร้อย แล้วจึงจะทำการส่งมาเก็บไว้ในโกดัง ซึ่งการจัดการลำเลียงขนย้ายภายใน โรงงาน จะต้องมีภาชนะใส่สินค้าบรรจุป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ต่อสินค้านั้นๆ

2. การทำบัญชีสินค้าเข้าออกและสินค้าคงคลัง หัวหน้าคลังสินค้าต้อง
ทำบัญชีสินค้าเข้าออกและสินค้าคงคลังว่ามีจำนวนเท่าไรในแต่ละวัน และ
บันทึกผู้ที่มารับสินค้าไปตามรายละเอียดแบบฟอร์มกรอกข้อความของโรงงาน
สำหรับ โรงงานที่มีการส่งออกต่างประเทศโดยตรง

3. การจัดซื้อวัตถุดิบและการจัดเก็บ เพื่อให้ทันกับการผลิตแบบสนอง
ความต้องการของลูกค้าและบริหารการจัดส่ง การผลิตอาจมีความจำเป็นในการ
สั่งวัตถุดิบจากที่อื่นมาทดแทน ในกรณีที่วัตถุดิบที่มีอยู่ไม่เพียงพอเพื่อให้ผลิต
ได้ทันและจัดส่งตามใบสั่งซื้อจากลูกค้า

4. การบริหารบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยต้องมีความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้าและเวลาที่จะต้องส่งมอบสินค้า หรืออาจจะมีการโยกย้ายไปแผนกอื่นๆบ้าง การบริหารบุคลากรต้องมีการอบรมกันเป็นประจำ ถึงแม้ว่าจะไม่เกิดปัญหาใดๆก็ตาม

5. กรณีสินค้าผลิตไม่ได้มาตรฐาน ถ้ามีการขนส่งออกไปอาจจะถูกส่งกลับมา ทำให้เสียค่าขนส่งเพิ่มขึ้นและเสียหายต่อต้นทุนในการผลิตชัดเจน โดยเปล่าประโยชน์ และจำเป็นที่จะต้องนำไปส่งอีกครั้ง ซึ่งต้นทุนการขนส่งจะเพิ่มเป็น 2 เท่า และการจัดเก็บสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพก็เป็นภาระในการแปลสภาพ ส่วนสินค้าคืนที่ยังพอที่จะขายลดราคาได้ ก็ต้องเก็บรักษาไว้อย่างดีรอลูกค้าที่จะมาเหมาเพื่อส่งไปขายได้อีกทั้งในประเทศและนอกประเทศ

6. ระบบโลจิสติกส์ที่ทำกันอย่างดีมีคุณภาพ มีข้อสำคัญคือ รถบรรทุก และพนักงานขับรถ ต้องระลึกไว้ด้วยว่า รถบรรทุกคือเครื่องจักรชนิดหนึ่งที่ใช้ นำพาสินค้าเพื่อการส่งมอบนั้น ขับเคลื่อนไปมาได้โดยอาศัยพนักงานขับรถ การเลือกใช้รถต้องให้เหมาะสมกับกิจการของตัวเองตามลักษณะของงานและ ต้องบำรุงรักษากันตามกำหนด ซึ่งไม่ต่างจากเครื่องจักรทั่วไป การประหยัด ค่าน้ำมัน การประหยัดค่าสึกหรอ อุปกรณ์สิ้นเปลืองต่างๆ การประกันอุบัติเหตุ และความเสียหายของสินค้า ฯลฯ

การที่จะสร้างและทำธุรกิจแบบโลจิสติกส์ในด้านบริการ มี 4 ลักษณะ คือ

1. แบบในประเทศ
2. แบบสากลระหว่างประเทศ (การส่งออก)
3. งานโครงการขนาดใหญ่ที่มีการใช้รถเครื่องกลขนาดใหญ่และ
4. รถบรรทุกขนาดใหญ่
5. การขนส่งผลิตภัณฑ์เกษตรกร

การนำระบบการจัดการโลจิสติกส์ประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร

จากที่ทราบกันว่าการบริหารจัดการ โลจิสติกส์ คือ การขนส่งสินค้าให้ ถูกที่ ถูกเวลา ถูกจำนวน ในสภาพสินค้าที่ปกติ ส่งไปถูกสถานที่ และราคาที่สามารถแข่งขันได้ ดังนั้นในการนำระบบ โลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้กับ อุตสาหกรรมอาหารก็ต้องมีการนำเอาหลักการของโลจิสติกส์ข้างต้นมา ประยุกต์ใช้ดังเช่นตัวอย่าง Wall-Mart

พัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

1. พัฒนาระบบ IT การใช้ระบบ IT Logistics management information System (LMIS) ที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพจะช่วยในการเก็บข้อมูลการรายงานความต้องการของลูกค้าที่มีความถูกต้องแม่นยำสูง
2. พัฒนาระบบการพยากรณ์ความต้องการและการวางแผนการจัดหาจัดซื้อ
3. พัฒนาระบบการกระจายสินค้าสร้างระบบการจัดการขนส่ง และกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพ
4. พัฒนาศักยภาพของบุคลากร ซึ่งต้องให้บุคลากรขององค์กรเข้าใจภาพรวมและความสำคัญของระบบโซ่อุปทาน

โลจิสติกส์ของบริษัท ไลออน จำกัด



รายละเอียดโดยสรุปเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท ไลออน จำกัด
เริ่มดำเนินการ	: 30 ตุลาคม ค.ศ.1891
ก่อตั้ง	: 3 กันยายน ค.ศ.1918

เงินทุน

: 31,500 ล้านบาท

ตัวแทน

: Michinao Takahashi

กรรมการผู้จัดการ

ที่ตั้งของสำนักงานใหญ่

: 1-3-7 ฮอนโจะชิมิดะ-คุ โตเกียว

สำนักงานหลัก

:(สำนักงานขาย) ซัปโปโร เซนได โตเกียว

นาโงย่า โอซาก้า ฟุคุโอกะ

(โรงงาน) โตเกียว ชิบะ คาวาซากิ อิเซฮาร่า

โอดาวาระ โอซาก้า อากาชิ คิวชู

(ศูนย์วิจัย) ฮิราอิฮอนโจะ โอดาวาระ

รายละเอียด

: ผลิตและจำหน่ายยาสีฟัน แปรงสีฟัน
ครีมทาคิ้ว ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม ยา
สืนค้าอาหาร ผลิตภัณฑ์เคมี ฯลฯ

ยอดขาย

: 2,900 ล้านบาท (งวดเดือน ธันวาคม ค.ศ.
1998)

จำนวนพนักงาน

: 3,438 คน

การพัฒนาาระบบเติมสินค้าอัตโนมัติ

1. รายละเอียดโดยสรุป

บริษัท ไลอ้อน จำกัด ได้พัฒนาาระบบเติมสินค้าอัตโนมัติขึ้นเพื่อใช้เป็นวิธีการป้อนสินค้าแบบใหม่ให้ร้านค้าส่ง และได้เริ่มใช้งานจริงในปี ค.ศ. 1998

ระบบเติมสินค้าอัตโนมัติที่บริษัทได้พัฒนาขึ้นเรียกว่า IMS (inventory Management based supply) ซึ่งก็คือ ระบบเติมสินค้าอัตโนมัติจากผู้ผลิตไปยังร้านค้าส่งโดยอาศัยโดยควบคุมสต็อกนั่นเอง

ซึ่งคอมพิวเตอร์จะคำนวณปริมาณเติมสินค้าตามการทำนายอุปสงค์ และ คนจะทำการแก้ไขและเป็นผู้ตัดสินใจ แต่ระบบนี้คอมพิวเตอร์จะคำนวณปริมาณเติมสินค้าจากระดับของสต็อกและลักษณะเฉพาะของการส่งสินค้า โดยมีลักษณะเด่น

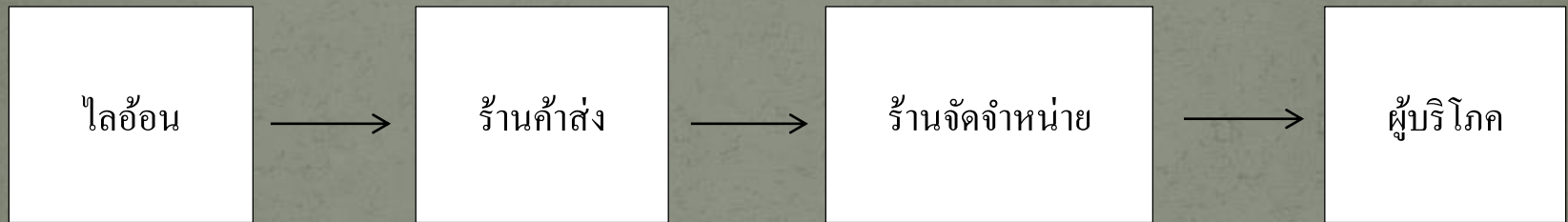
2. แนวทางพื้นฐานของนโยบายโลจิสติกส์

บริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลักมีความเข้าใจดีว่ากิจกรรมของธุรกิจทั้งหมดเริ่มต้นจากตลาด และได้ดำเนินนโยบายโลจิสติกส์ที่หลากหลายที่เรียกว่า กิจกรรม LOCOS โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีที่สุดที่ป้อนสินค้าที่มีราคาถูกลงได้อย่างรวดเร็ว

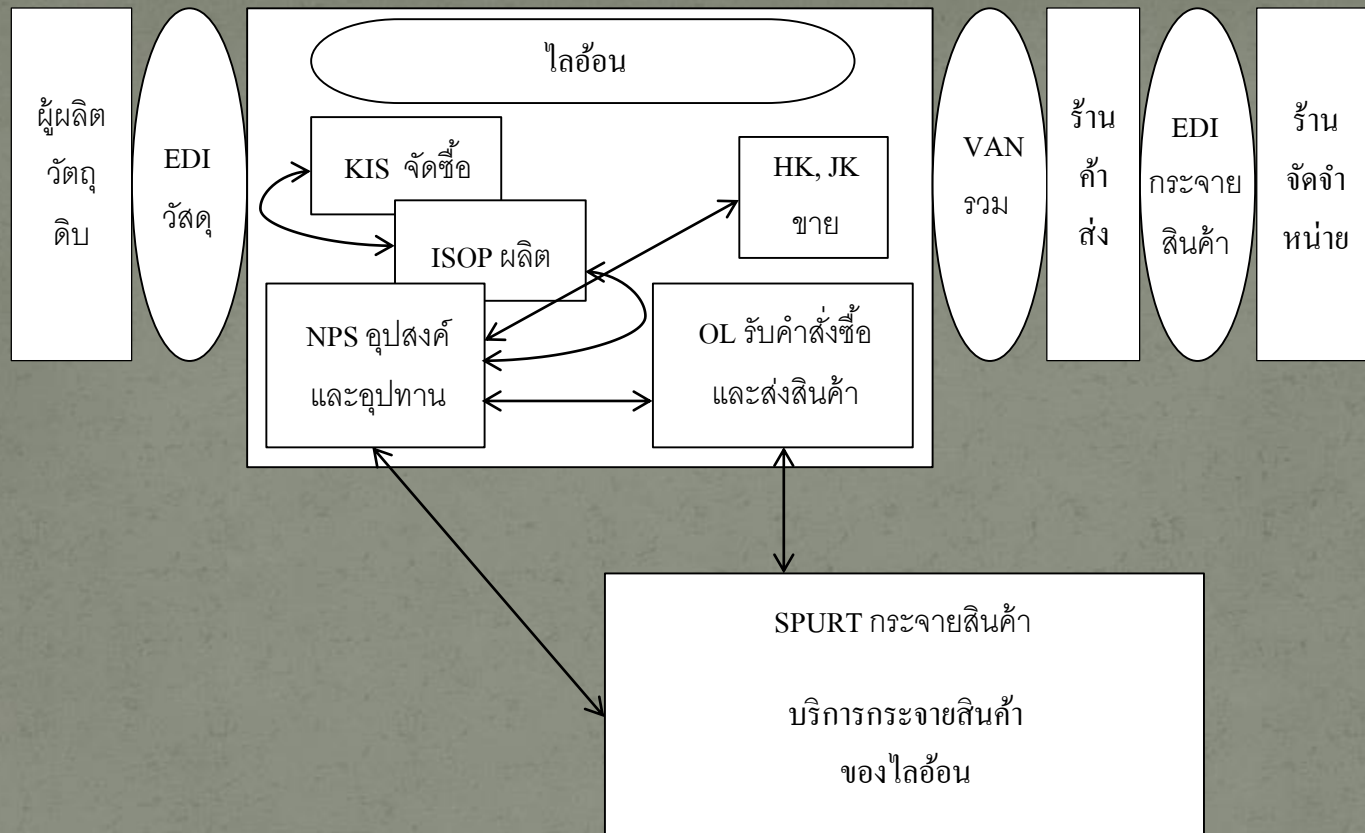
LOCOS เป็นชื่อเรียกภายในบริษัทมาจากคำว่า low cost supply system ซึ่งมีแนวความคิดเป็นบริหารจัดการแบบ zero stock (ระบบบริหารจัดการที่ไม่มีกำหนดเงื่อน ไขว่าจะต้องมี สต็อกสินค้า) และการเพิ่มความรวดเร็วของการดำเนินงานหลัก ๆ (การวางแผน การวิจัย การพัฒนา การผลิต การจัดซื้อ การกระจายสินค้า การขาย)

3. การไหลเวียนของสินค้าและระบบข้อมูลโลจิสติกส์

การไหลเวียนของสินค้าและระบบข้อมูล โลจิสติกส์ของบริษัทเป็นไป
ตามที่แสดงไว้ในรูปที่ 1 และรูปที่ 2



รูปที่ 1 การไหลเวียนของสินค้าของบริษัท โลอ้อน จำกัด



รูปที่ 2 รายละเอียดโดยสรุปของระบบข้อมูลโลจิสติกส์

บริษัทได้กำหนดนโยบายพื้นฐานให้กระจายสินค้าโดยผ่านการกระจายสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งข้างต้น โดยสินค้าของบริษัทจะถูกจัดส่งไปยังร้านค้าจัดจำหน่ายโดยผ่านผู้ประกอบการค้าส่งดังกล่าว

1. ทราบถึงความเคลื่อนไหวของสินค้าในตลาดเกือบจะเป็นแบบ real-time ด้วยข้อมูลของระบบควบคุมการขาย (HK,JK) และเชื่อมโยงข้อมูลนี้กับการจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต อุปสงค์และอุปทาน

HK : ผลการขาย (สินค้า) จากบริษัทไปยังร้านค้าส่ง

JK : ผลการขาย (ส่งสินค้า) จากร้านค้าส่งไปยังร้านค้าจำหน่าย

2. ระบบข้อมูลขนส่งและจัดส่ง (SPURT) เป็นระบบข้อมูลของสถานที่ปฏิบัติงานกระจายสินค้าจริงของบริษัท Lion Ryutsu Service จำกัดเป็นบริษัทลูกที่ทำการกระจายสินค้า

3. ระบบข้อมูลจัดซื้อ (KIS) ระบบข้อมูลผลิต (ISOP) ระบบป้อนสินค้าใหม่ (NSP) มีเป้าหมาย

4. ระหว่างบริษัทกับร้านค้าส่งมีการใช้ EDI โดยผ่าน VAN และระหว่างบริษัทกับผู้ผลิตวัสดุก็มีการใช้ EDI โดยผ่าน VAN เช่นกัน

4. มุมมองของ IMS

4.1 แนวความคิดของ SCM

ในปัจจุบันมีความต้องการที่จะสร้างการบริหารห่วงโซ่อุปทาน: SCM (supply chain management) ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนโดยรวมของทั้ง supply chain

supply chain management เป็นระบบที่ซัพพลายเออร์ทั้งหมด (เริ่มต้นจากผู้บริโภค มายังร้านค้าจัดจำหน่าย – ร้านค้าส่ง – ผู้ผลิต – ผู้ผลิตวัตถุดิบตามลำดับ) ตัดสินดำเนินการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากข้อมูลที่ว่าข้อมูลที่ว่าได้หายไปแล้วที่ร้านค้าจัดจำหน่ายเป็นจุดเริ่มต้น

4.2 การรวมฟังก์ชันการสั่งซื้อและรับคำสั่งซื้อระหว่างผู้ค้าและผู้ผลิตเข้าด้วยกัน

ร้านค้าส่งรับคำสั่งซื้อจากร้านค้าจัดจำหน่าย และส่งสินค้าโดยนำออกมาจากสต็อก รวมทั้งตรวจสอบสต็อกและสั่งซื้อไปยังผู้ผลิต เมื่อผู้ผลิตรับคำสั่งซื้อดังกล่าว ก็จะทำการส่งสินค้าให้ ในสภาพปัจจุบันที่แต่ละฝ่ายมีสต็อกและสั่งซื้อแยกกันโดยอิสระ

เมื่อพิจารณาถึงการส่งสินค้าจากสต็อกของร้านค้าส่งไปยังร้านค้าจัดจำหน่าย หากบริษัทและร้านค้าส่งมีข้อมูลสต็อกของร้านค้าส่งและวิธีการคำนวณปริมาณคำสั่งซื้อร่วมกัน ฟังก์ชันการสั่งซื้อและคำสั่งซื้อของทั้งบริษัทและร้านค้าก็จะถูกรวมเข้าด้วยกันได้ ทำให้ข้อมูลมีความต่อเนื่องและรวดเร็ว

4.3 การแบ่งระหว่างสินค้าขายปกติและสินค้าขายพิเศษโดยปริมาณส่งสินค้า

วิธีการขายของร้านค้าจัดจำหน่ายมีการขายสินค้าพิเศษที่ขายที่ชั้นแสดงสินค้า และการขายสินค้าปกติที่ชั้นวางสินค้าที่กำหนด ลักษณะเด่นของการส่งสินค้าแต่ละประเภทดังกล่าวทำให้การควบคุมสต็อกของร้านค้าส่งทำได้ยาก

ดังนั้น จึงได้ควบคุมโดยการแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ กรณีสินค้าขายปกติจะเป็นการส่งสินค้าอย่างต่อเนื่องในปริมาณที่คงที่ ดังนั้น จำเป็นการส่งจากคลังสินค้าให้ ส่วนสินค้าขายพิเศษซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขายจะเป็นการส่งสินค้าจำนวนมากในระยะเวลานั้น

สำหรับเกณฑ์การแบ่ง ในกรณีที่ดูจากด้านการกระจายสินค้า ใช้วิธีคิด
ที่ว่าส่วนที่มากกว่าปริมาณที่กำหนดจัดเป็นสินค้าขายพิเศษ

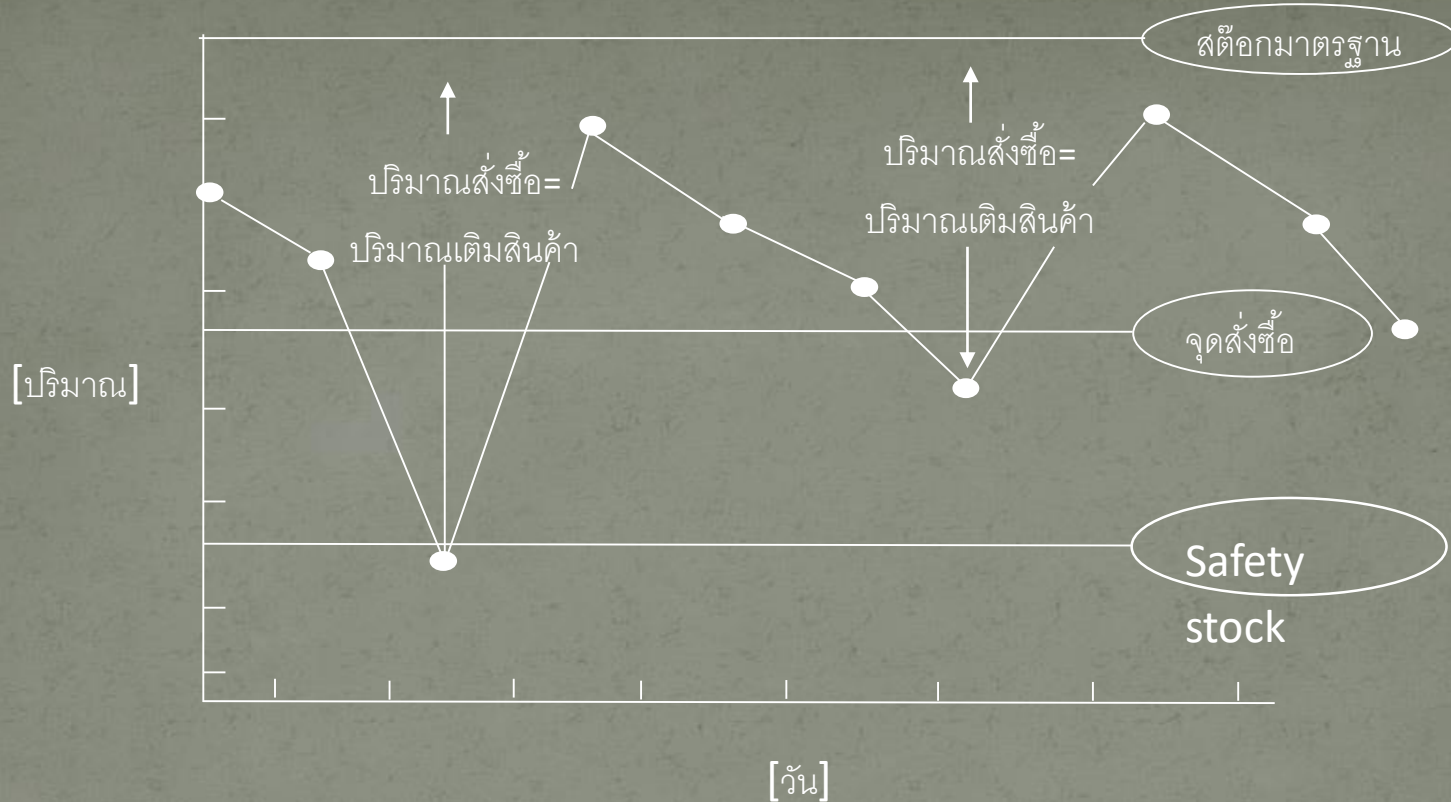
สำหรับสินค้าที่ขายปกติได้พยายามทำให้การดำเนินงานส่งสินค้ามี
ประสิทธิภาพโดยการสั่งซื้ออัตโนมัติโดยสมบูรณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงสินค้าขาดจาก
การลืมนำส่งสินค้า

ในส่วนของสินค้าขายปกติ การสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติช่วยเสริมสร้าง
การประสานงานที่ดีระหว่างฝ่ายจัดซื้อของร้านค้าส่งกับฝ่ายขาย กรณีการขาย
สินค้าพิเศษได้เน้นในเรื่องการดำเนินการควบคุมล่วงหน้าและการจัดการกับ
สินค้าที่เหลือจากการขาย โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ
บริหารจัดการสต็อกโดยรวม

4.4 การตอบสนองด้วยการสต็อกในปริมาณที่จำเป็น ที่ไม่ใช้การทำนายอุปสงค์ การคาดการณ์ปริมาณการส่งสินค้า (ปริมาณอุปสงค์ที่มองจากผู้ผลิต) ของร้านค้าส่ง ไปยังร้านค้าจัดจำหน่ายที่มีหลากหลาย จะทำให้มีความเที่ยงตรงสูงเป็นสิ่งที่ได้ยาก โดยทั่วไปจะมีปัญหา

สำหรับในส่วนของสินค้าขายปกติที่มีการส่งสินค้าในปริมาณที่คงที่อย่างต่อเนื่อง จึงไม่ต้องอาศัยการทำนายอุปสงค์ แต่จะกำหนดให้ร้านค้าส่งมีสต็อกในปริมาณที่คิดว่าจำเป็น

บริษัท ได้ทำการพัฒนาระบบที่ใช้ได้ผลจริงของการส่งสินค้าจากร้านค้าส่งไปยังร้านค้าจัดจำหน่าย เพื่อคำนวณจุดสั่งซื้อที่เกิดจากการบวก Safety stock เพิ่มเข้าไปในปริมาณสต็อกที่คิดว่าจำเป็น (คือ ปริมาณสต็อกสูงสุด โดยใน IMS เรียกว่าปริมาณสต็อกมาตรฐาน)



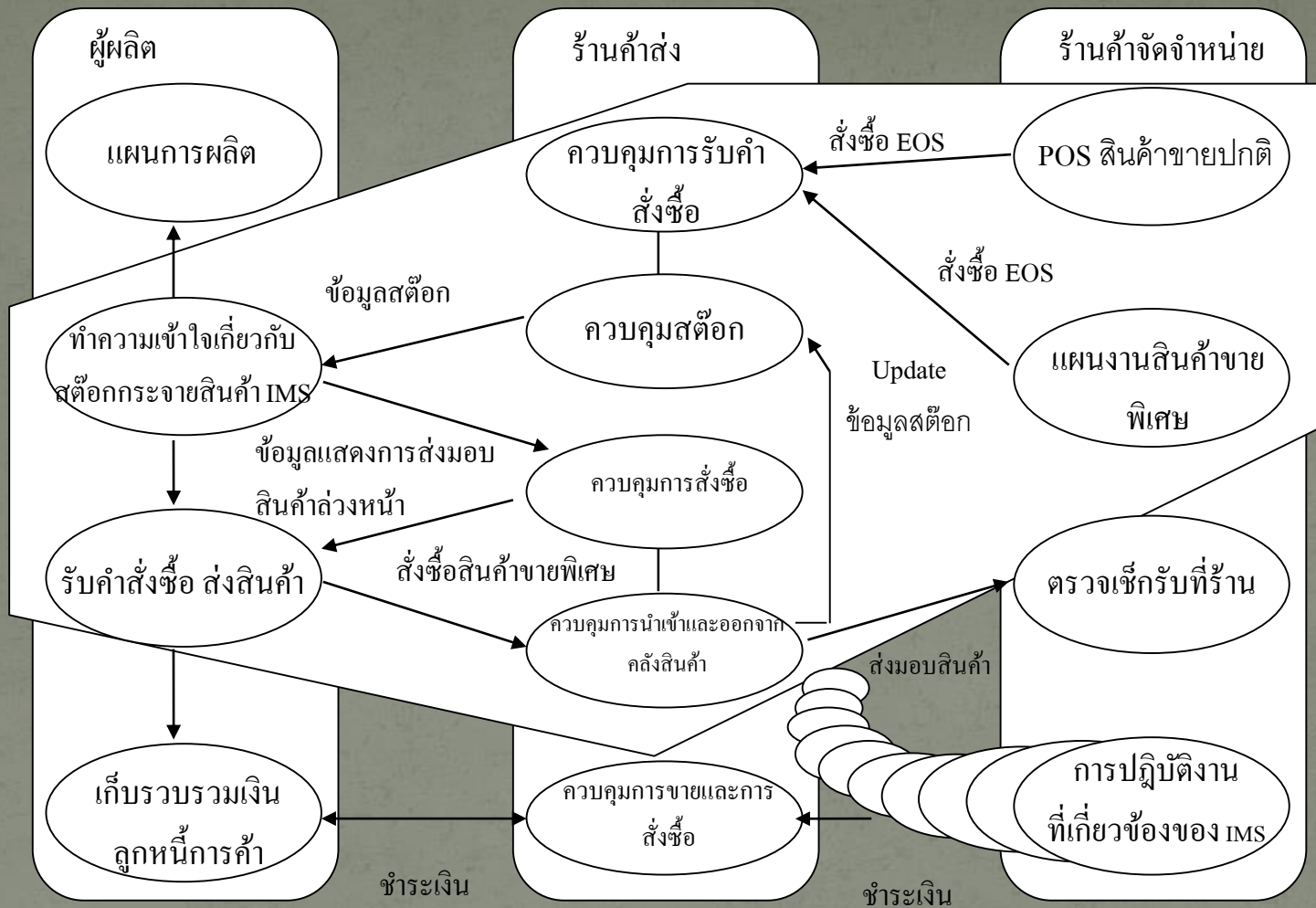
รูปที่ 3 การคำนวณปริมาณการสั่งซื้อ

การใช้วิธีการคำนวณอัตโนมัตินี้จะทำให้สามารถบริหารจัดการตัดสินใจโดยพนักงานและการที่มีข้อมูลปริมาณการเติมสินค้าร่วมกันก็จะช่วยให้สามารถแบ่งความรับผิดชอบความเสี่ยงได้ชัดเจนขึ้น

4.5 การลดสินค้าขาดและสต็อกโดยการลด Lead Time

จนถึงปัจจุบัน การสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าส่งจะพิมพ์รายการสั่งซื้อออกมาในวันที่สั่งซื้อ โดยคำนวณจาก สต็อกของวันก่อนหน้า

เนื่องจากการส่งมอบสินค้าจากบริษัทจะทำในวันถัดไป จึงทำให้ร้านค้าส่งต้องมี safety stock เท่ากับจำนวนของ 1 วันเอาไว้ แต่สำหรับกรณี IMS เนื่องจากกำหนดให้ส่งข้อมูลสต็อกจากร้านค้าส่งในเวลา 10.30 น. ของวันนั้น จึงเป็นการส่งข้อมูลสต็อกหลักจากที่ได้หักจำนวนที่ร้านค้าจัดจำหน่ายสั่งซื้อก่อนหน้านั้นทั้งหมดออกไป



รูปที่ 4 โครงสร้างของ IMS

5. โครงสร้างของระบบ IMS

IMSประกอบด้วยระบบ 5 ระบบ คือ

1. ระบบควบคุมสต็อกและสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติ
2. ระบบจำลองงานเพื่อกำหนดค่ามาตรฐานของสต็อก
3. ระบบเพิ่มสินค้าอัตโนมัติ
4. ระบบ ASN (เสนอข้อมูลการส่งมอบสินค้าล่วงหน้า)
5. ระบบควบคุมแผน

ในที่นี้จะอธิบายเกี่ยวกับระบบควบคุมสต็อกและสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติ ระบบจำลองงานเพื่อกำหนดค่ามาตรฐานของสต็อก และระบบเพิ่มสินค้าอัตโนมัติ

6. ลักษณะเฉพาะของระบบควบคุมสต็อกและสั่งซื้อสินค้าอัตโนมัติ

6.1 ปริมาณสต็อกของแต่ละรายการที่ปรับให้สอดคล้องกับสต็อกเป้าหมายโดยรวม

เนื่องจากการควบคุมสินค้าทั้งหมดที่เป็นเป้าหมายและกำหนดปริมาณสต็อกมาตรฐานของแต่ละรายการที่มีอัตราการหมุนเวียนของสต็อกตามที่กำหนดเป็นดัชนีการบริหารการ

6.2 การควบคุมสต็อกตามลักษณะเฉพาะของสินค้า

เป็นโครงสร้างที่ควบคุมโดยแบ่งสินค้าทั้งหมดที่เป็นเป้าหมายออกเป็นระดับถึงปริมาณของจำนวนรายการที่จัดการ เนื่องจากได้ถูกแบ่งออกเป็น 25 ประเภท โดยมีประเภทตามจำนวนเงินส่งสินค้า 5 ประเภท และตามความถี่ของการส่งสินค้า 5 ประเภท

6.3 การควบคุมปริมาณการสั่งซื้ออัตโนมัติตามแนวโน้มของการส่งสินค้า

จากการที่ใช้ผลจริงในช่วง 13 อาทิตย์ที่ผ่านมาเป็นข้อมูลในการคำนวณทุก ๆ สัปดาห์ ทำให้เป็นระบบควบคุมสต็อกแบบอัตโนมัติที่สะท้อนแนวโน้มของการส่งสินค้า

6.4 การกำหนดและการ update ปริมาณสต็อกที่เหมาะสมที่สุดโดยอัตโนมัติ

เป็นระบบที่ทำการจัดอันดับแยกรายสินค้าและกำหนดจุดสั่งซื้อสินค้า และปริมาณสต็อกมาตรฐานทั้งหมด โดยอาศัยผลการส่งสินค้าจริง โดยคอมพิวเตอร์จะทำการคำนวณ โดยอัตโนมัติและรักษาค่าที่เหมาะสมเอาไว้อยู่เสมอ

7. ระบบจำลองงานเพื่อกำหนดค่ามาตรฐานของสต็อก

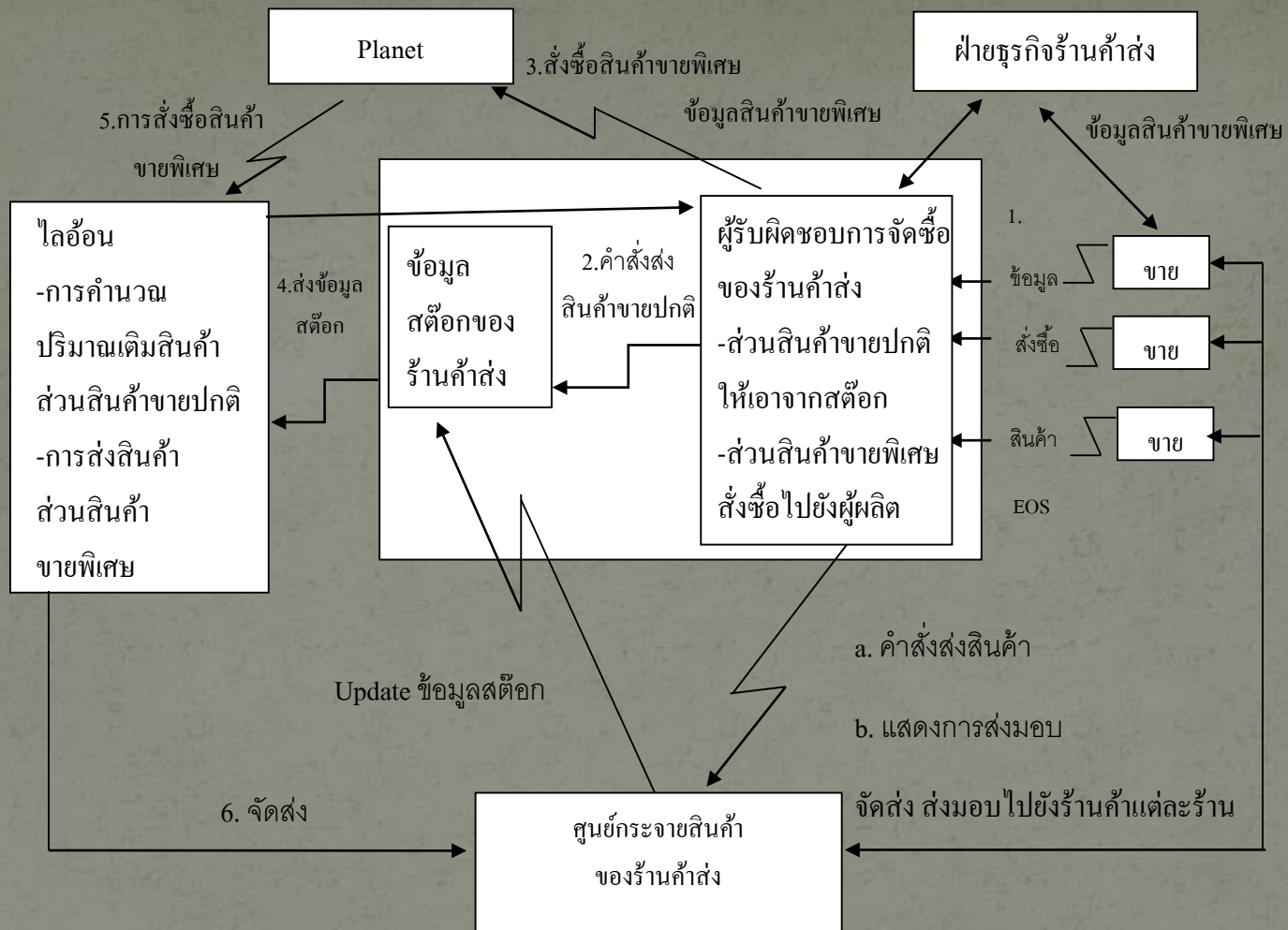
เมื่อนำการสั่งซื้ออัตโนมัติเข้ามาใช้ ได้พัฒนาระบบจำลองงานเพื่อ
สอบทวนว่าจะสามารถจัดหาสินค้าได้อย่างราบรื่นโดยไม่มีปัญหาสินค้าขาด
หรือไม่ โดยอาศัยจุดสั่งซื้อสินค้าและสต็อกมาตรฐานที่กำหนด

เนื่องจากระบบจำลองงานนี้สามารถทำให้ทราบได้ถึงสภาพสินค้าขาด
ความถี่ของการเติมสินค้า ปริมาณการเติมสินค้า โดยใช้ปริมาณของจุดสั่งซื้อ
และปริมาณสต็อกมาตรฐานที่กำหนด

8. ระบบเติมสินค้าอัตโนมัติ

ร้านค้าส่งสามารถสั่งซื้อสินค้าขายปลีกโดยอัตโนมัติ โดยอาศัยปริมาณ จุดสั่งซื้อและปริมาณสต็อกมาตรฐานที่ประมาณการไว้ โดยจะมีอันดับของสินค้าแต่ละรายการในแต่ละอาทิตย์ที่กำหนดจากผลจริงของการส่งสินค้า

การที่จัดส่งอันดับของสินค้าแต่ละรายการ ปริมาณสต็อกมาตรฐาน ปริมาณของจุดสั่งซื้อและปริมาณสต็อกของแต่ละวันนี้ให้แก่บริษัท ทำให้บริษัทมีข้อมูลเช่นเดียวกับข้อมูลที่ร้านค้าส่งใช้ในการสั่งซื้ออัตโนมัติ



รูปที่ 5 ผังย่อของระบบ IMS

9. ผลที่ได้จาก IMS

ในร้านค้าส่งที่นำ IMS เข้ามาใช้ ผลที่สามารถคาดหวังได้ เช่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานนำสินค้าเข้าคลังสินค้าและการตรวจเช็ครับสินค้า

จากตัวอย่างของร้านค้าส่งที่นำ IMS เข้ามาใช้ มีการยืนยันถึงผลที่ได้ เช่น

1. การลดผู้รับผิดชอบการสั่งซื้อสินค้าลงได้ 1 คน
2. มีจำนวนเงินของสต็อกลดลงกว่า 20 %
3. การเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานนำสินค้าเข้าคลังสินค้าและการตรวจเช็ครับสินค้า

สำหรับ 1 มีเหตุผลเนื่องจาก ในส่วนของสินค้าขายปกติ มีการลดลงของการปฏิบัติงานดูแลรักษาโดยการทำการ update และกำหนดปริมาณสั่งซื้อ และระดับของสต็อกโดยอัตโนมัติ

สำหรับ 2 มีเหตุผลเนื่องจาก ใน IMS มีการเพิ่มสินค้าโดยอาศัยข้อมูลสต็อกหลังจากที่หักเอาจำนวนการสั่งซื้อจากร้านค้าจกจำหน่ายที่จะส่งสินค้าในวันดังกล่าวออกแล้ว โดยไม่ใช่เป็นข้อมูลสต็อกของวันก่อนหน้า

สำหรับ 3 มีเหตุผลเนื่องจาก การที่ระบบสามารถทำให้ความถี่ของการเพิ่มสินค้ามีความเหมาะสมได้ โดยดูจากความสัมพันธ์ของ “ความถี่ของการเพิ่มสินค้าและมูลค่าสต็อก” จึงทำให้สามารถลดจำนวนรายการนำเข้คลังสินค้าต่อวันลงได้ 12%

สำหรับฝ่ายผู้ผลิต ผลที่ได้ เช่น ช่วยปกป้องกันปัญหาสินค้าคืน การ
แก้ไขและ การทิ้งสินค้า

นอกจากนั้น การนำเอาข้อมูลสต็อกของร้านค้าส่งมาใช้ ยังมีส่วนช่วย
ให้สามารถป้อนสินค้าตามความต้องการของร้านค้าจัดจำหน่ายได้

10. มุ่งสู่อนาคต

IMS ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างระบบของร้านค้าส่ง
และระบบของบริษัท เพิ่มความเร็วและคุณภาพข้อมูลของทั้งสองฝ่าย ทำให้
สามารถทำการป้อนสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในอนาคตมีเป้าหมายที่จะขยายขอบเขตการค้าเน้นการให้ครอบคลุม
ถึงผู้ผลิตวัตถุดิบและร้านค้าจัดจำหน่าย เพื่อให้ supply chain management มี
ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น