

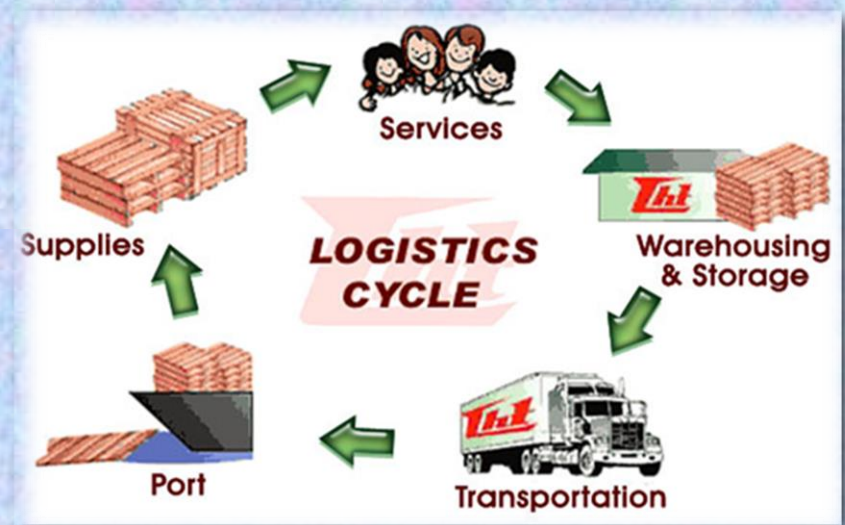
บทที่ 1

หลักการจัดการโลจิสติกส์เชิงธุรกิจ



มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. โลจิสติกส์กับ AEC
2. ผลกระทบ AEC ต่อธุรกิจ
3. องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์
4. แนวคิดโลจิสติกส์ธุรกิจ
5. กิจกรรมหลักโลจิสติกส์
6. ความสำคัญของโลจิสติกส์
7. ต้นทุนโลจิสติกส์



1. โลจิสติกส์กับAEC

การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) จะนำอาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single market and Production Base) ซึ่งหมายถึง การทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีใน 5 สาขา ประกอบด้วยสินค้าบริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน ซึ่งแน่นอนว่าการเปิดเสรีดังกล่าวย่อมมีผู้ที่ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์มาก

2. ผลกระทบของ AEC ต่อธุรกิจ

โอกาส

- ส่งออกไปตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้น
- ต้นทุนด้านภาษีนำเข้าต่ำลง

ผลกระทบ

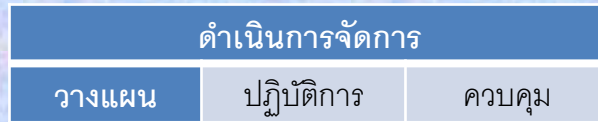
- สินค้าส่งออกของไทยอาจเผชิญการแข่งขันรุนแรงขึ้นในตลาดประเทศที่ 3 จากคู่แข่งในอาเซียนที่สามารถผลิตสินค้าได้คล้ายคลึงกับสินค้าไทย
- สินค้าชาติอาเซียนอื่นมีแนวโน้มเข้ามาตีตลาดภายในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน

3. องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์

ปัจจัยการนำเข้า

ทรัพยากรธรรมชาติ (ที่ดิน สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก อุปถัมภ์)
ทรัพยากรมนุษย์
ทรัพยากรการเงิน
ทรัพยากรสารสนเทศ

ลูกค้า



ลูกค้า

ผลลัพธ์

มุ่งการตลาด (ได้เปรียบการแข่งขัน)
การใช้เวลาและสถานที่
ประสิทธิภาพการ เคลื่อนย้ายสินค้าสู่ ลูกค้า
ทรัพย์สิน

กิจกรรมหลักของโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ขาเข้า

- การพยากรณ์ความต้องการพัสดุ
- การจัดการซื้อพัสดุ
- การวางแผนความต้องการพัสดุ
- การวางแผนการผลิต
- การจัดการพัสดุการผลิต
- การเคลื่อนย้ายพัสดุ
- การคลังพัสดุ
- การบรรจุภัณฑ์พัสดุ

โลจิสติกส์ขาออก

- การคลังสินค้า
- การเคลื่อนย้ายสินค้า
- การบรรจุภัณฑ์สินค้า
- การควบคุมสินค้าคงคลัง
- การวางแผนกระจายสินค้า
- กระบวนการสั่งซื้อสินค้า
- การขนส่งสินค้า
- การบริการลูกค้า

4. แนวคิดของโลจิสติกส์ธุรกิจ



ผู้ส่งมอบ



วัสดุและการบริการ



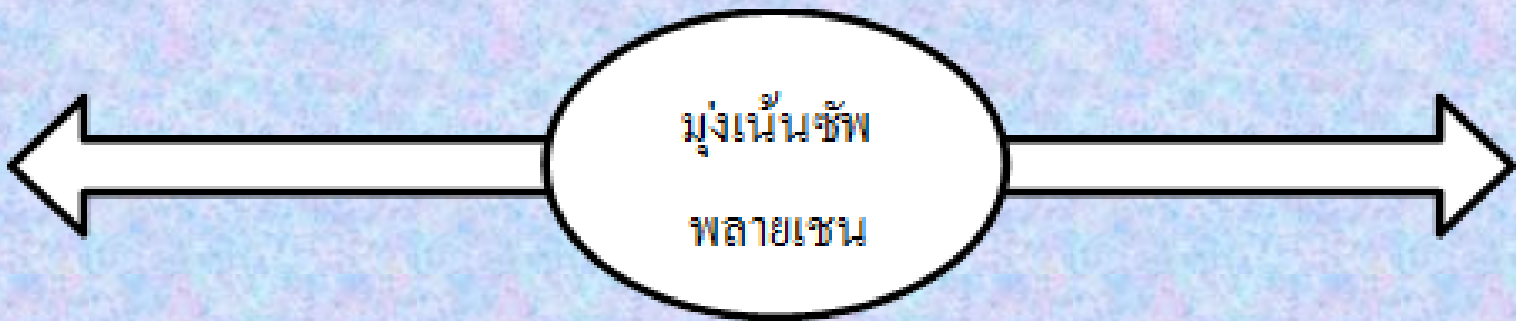
การผลิตในโรงงาน



วัสดุและการบริการ



ลูกค้า



กระบวนการกระจายตัวสินค้า (ความเหมาะสมของเวลา)

(ตัวอย่างของการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดกำเนิดสินค้าถึงจุดบริโภคสินค้า)
สินค้าเคลื่อนย้ายจากจุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภค

ข้าวเปลือก



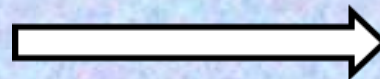
รถบรรทุก



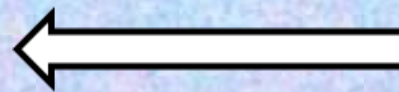
โรงสีข้าว



รถบรรทุก



ข้าวหอมมะลิ



ผู้บริโภค



รถบรรทุก



โกดัง



รถบรรทุก



5. กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์

- กิจกรรมการขนส่ง
- กิจกรรมการรับสินค้าคืนหรือส่งสินค้ากลับ (Reverse Logistics)
- การจัดซื้อ (Purchasing)
- การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
- การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ (Part and Service Support)
- การจัดการด้านข้อมูล (Information Management)
- การบรรจุหีบห่อ (Packaging)
- การบริการลูกค้า (Customer Service)
- การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing)
- การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting)
- การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
- การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage)
- กิจกรรมการขนถ่ายวัสดุในการผลิต (Material Handling)

ตัวอย่างกิจกรรมโลจิสติกส์

1. บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่ม ผลิตเครื่องดื่มหลากหลายประเภท และนำมาบรรจุใส่กล่องหรือลัง เพื่อประโยชน์ทางการขายและการเคลื่อนย้ายสินค้า (การจัดการบรรจุภัณฑ์)



2. บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มส่งเครื่องดื่ม เช่น โค้ก น้ำส้ม น้ำเขียว ทั้งในรูปแบบของขวดและกระป๋องเข้าสู่คลังสินค้า เพื่อเตรียมกระจายสินค้าให้ลูกค้า นับว่าเป็นการขนส่งขาเข้า



6. ความสำคัญของโลจิสติกส์

1. โลจิสติกส์เป็นรายจ่ายที่สำคัญสำหรับธุรกิจต่างๆ
2. การจัดการโลจิสติกส์ที่ดีจะส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
3. โลจิสติกส์เป็นการเพิ่มอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่ โดยให้มีการนำสินค้าที่ลูกค้าต้องการเพื่อบริโภคหรือเพื่อการผลิตไปยังสถานที่ที่ต้องการ ในเวลาที่ต้องการ ในสภาพที่ต้องการและในต้นทุนที่ต่ำกว่า

7. ต้นทุนโลจิสติกส์

1. ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า 746.5 พันล้านบาท (ร้อยละ 8.3 ของ **GDP**)
2. ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง 633.3 พันล้านบาท (ร้อยละ 7.0 ของ **GDP**)
3. ต้นทุนการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ 138.0 พันล้านบาท (ร้อยละ 1.5 ของ **GDP**)
4. ต้นทุนการขนส่งสินค้าซึ่งเป็นต้นทุนโลจิสติกส์ที่มีสัดส่วนสูงสุดของ ไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 47.3 ในปี 2550 เป็น ร้อยละ 49.4 ในปี 2552)

การกระจายสินค้า

ความหมายของการกระจายสินค้า

นับตั้งแต่มนุษย์บนโลกการขนถ่ายสินค้าเกิดขึ้นแล้ว ตั้งแต่การขนย้ายสัตว์ที่ได้ล่าในป่ากลับมาที่ถ้ำ การเก็บรักษาของกินไว้ในถ้ำจนกว่าจะออกไปล่าสัตว์ครั้งต่อไป และเมื่อมีของกินเหลือก็ทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากับคนอื่น โดยห่อของกินด้วยใบไม้ แล้วขนย้ายสินค้าโดยเดินทางออกไปแลกเปลี่ยนสินค้ากับหมู่บ้านอื่น จะเห็นว่าการกระทำต่างๆของมนุษย์ที่เป็น การขนย้าย การเก็บรักษา การหีบห่อสินค้า ก็มีมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน

โลจิสติกส์

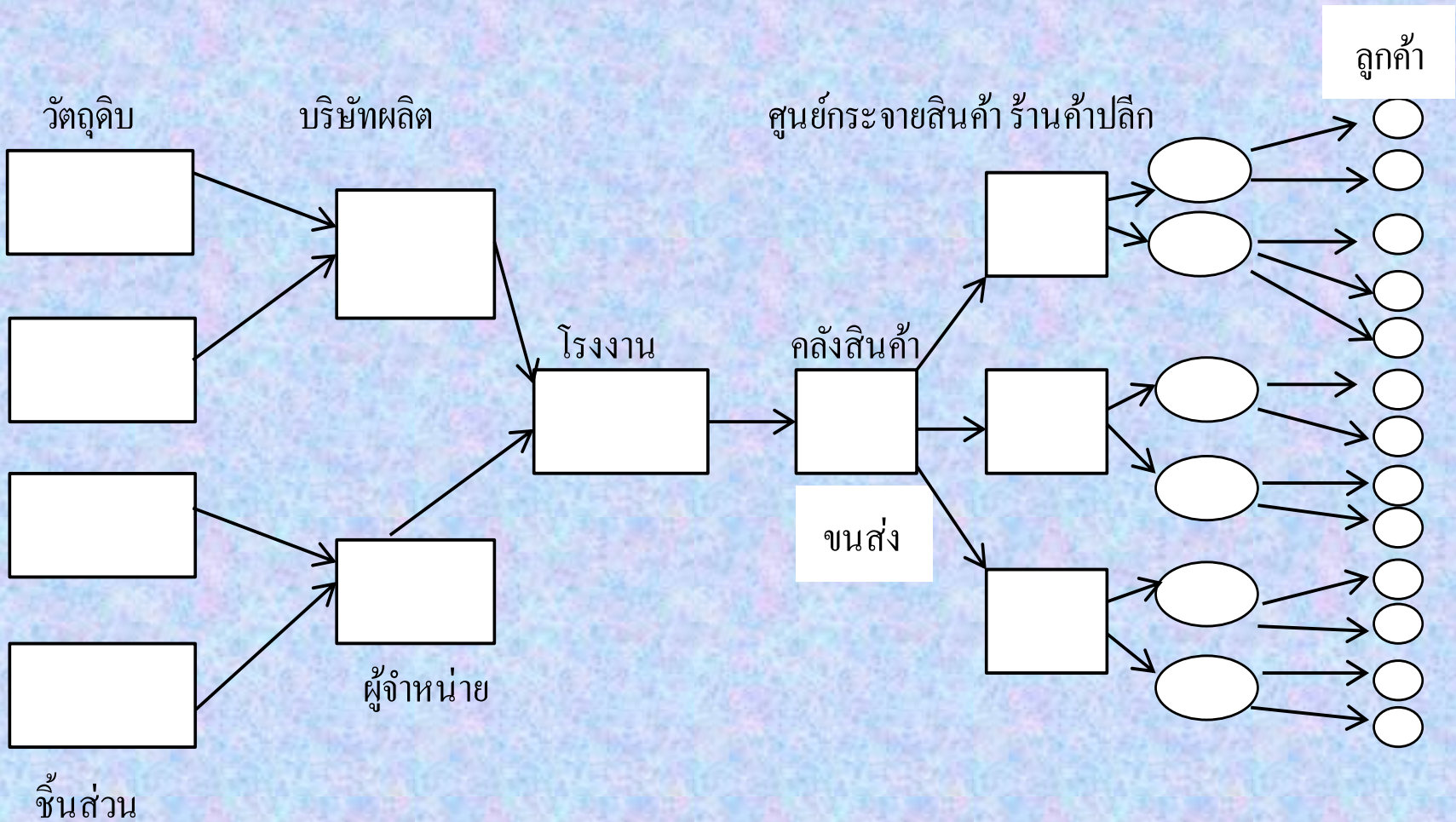
โลจิสติกส์ คืออะไร

Logistics มาจากภาษาฝรั่งเศส “logistique” ซึ่งรากศัพท์คือ **lodge** ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า **quarter** และ **lodge** ซึ่งแปลว่า การจัดการที่อยู่อาศัยนายทหารที่ทำหน้าที่จัดการที่พัก จัดเสบียงให้กับกองทัพเรียกว่า **quarter master** นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ในการขนส่งอาวุธยุทโธปกรณ์ อาหาร และเครื่องนุ่งห่มให้กับกองทัพด้วย ซึ่งจะทำงานอยู่แดนหลังเพื่อสนับสนุนการรบของทัพหน้าโดยการจัดส่งอาวุธ และเสบียงให้ทันเวลาอยู่ตลอดเวลา

Logistics โลจิสติกส์ด้านสังคม ได้แก่ การวางแผนจัดการด้านโครงข่ายจราจรทำให้การคมนาคมและเคลื่อนย้ายคนและสินค้าทำได้คล่องตัว ยังพัฒนาถึงตำแหน่งของสถานีรถไฟให้เหมาะสม ตำแหน่งของบันไดเลื่อนในทางเดินใต้ดิน ตำแหน่งของสวนสาธารณะเพื่อให้คนเข้ามาใช้พักผ่อน เป็นต้น แต่โลจิสติกส์ที่เราพูดถึงมักจะหมายถึง โลจิสติกส์ทางด้านธุรกิจมากกว่า

โลจิสติกส์และกิจกรรมด้านธุรกิจ

โลจิสติกส์จะมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมต่างๆในบริษัท เดิมการควบคุมสินค้าคงคลังและการจัดส่งสินค้าจะอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายงานการกระจายสินค้า การควบคุมการจัดซื้อและการผลิตจะอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายผลิตเท่านั้น แต่กิจกรรมเหล่านี้ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับตรงกับการบริหารงาน การบัญชี การเงิน และข้อมูลบริษัท การจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากบริษัทผู้ขายภายนอก และการขายสินค้าให้กับลูกค้า ทำให้ต้องมีการเชื่อมโยงกับบริษัทภายนอก



การจัดซื้อ การผลิต การขาย



โลจิสติกส์ทางด้านการธุรกิจ

การผลิตในระบบ **CIM** จะใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการควบคุมการผลิตโดยใช้ฐานข้อมูลร่วมกันทุกฝ่าย ตั้งแต่ฝ่ายขาย ฝ่ายออกแบบ และฝ่ายผลิต ทำให้ผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด เค็ดลับของระบบ **CIM** ที่จะทำได้สำเร็จ จะต้องใช้โลจิสติกส์ทำให้การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าในระบบการผลิตเชื่อมโยงกับการกระจายสินค้าด้านฝ่ายขายให้ได้

โลจิสติกส์ของบริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ

รายละเอียดโดยสรุปเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท : บริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ จำกัด

เริ่มดำเนินการ : 20 พฤษภาคม ค.ศ 1909

ก่อตั้ง : 17 ธันวาคม ค.ศ. 1925

เงินทุน : 79,800,000,000 เยน
(ณ วันที่ 31 มีนาคม ค.ศ. 1998)

ตัวแทน : Kunio Egashira

กรรมการผู้จัดการ

ที่ตั้งของสำนักงานใหญ่: 1-15-1 เคียวบาชิ, จูโอ-กุ, โตเกียว

สำนักงานหลัก : ภายในประเทศ-สาขา 10 แห่ง

โรงงานหลักภายในประเทศ-คาวาซากิ

โยโกฮาม่า โยคคะอิชิ ซาวะ

รายละเอียดธุรกิจ: เครื่องปรุงรส น้ำมัน อาหารแช่แข็ง ซุป
เครื่องดื่ม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น
ผลิตภัณฑ์นม ฯลฯ สินค้าทางการแพทย์
สินค้าเคมีสังเคราะห์ ธุรกิจสินค้าเคมี เช่น
กรดอมิโน

ยอดขาย : 613,100,000,000 เยน

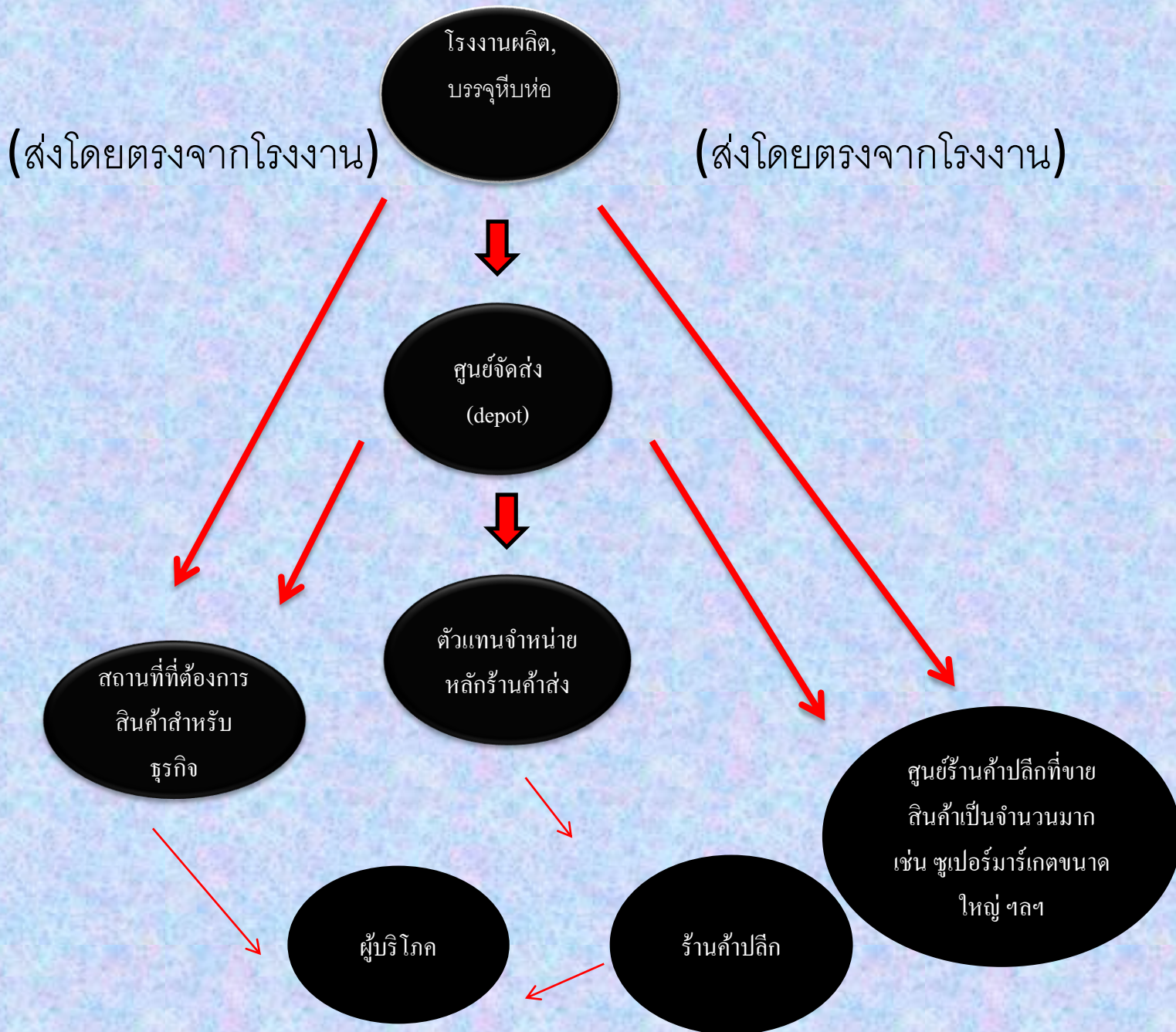
(ผลการดำเนินงานปี ค.ศ. 1997)

จำนวนพนักงาน : 5,145 คน (ณ วันที่ 31 มีนาคม ค.ศ. 1998)

โลจิสติกส์ของบริษัท อายิโนโมะไต้ะ

1.รายละเอียดการกระจายสินค้าของบริษัท อายิโนะโมะไต้ะ จำกัดโดยสังเขป

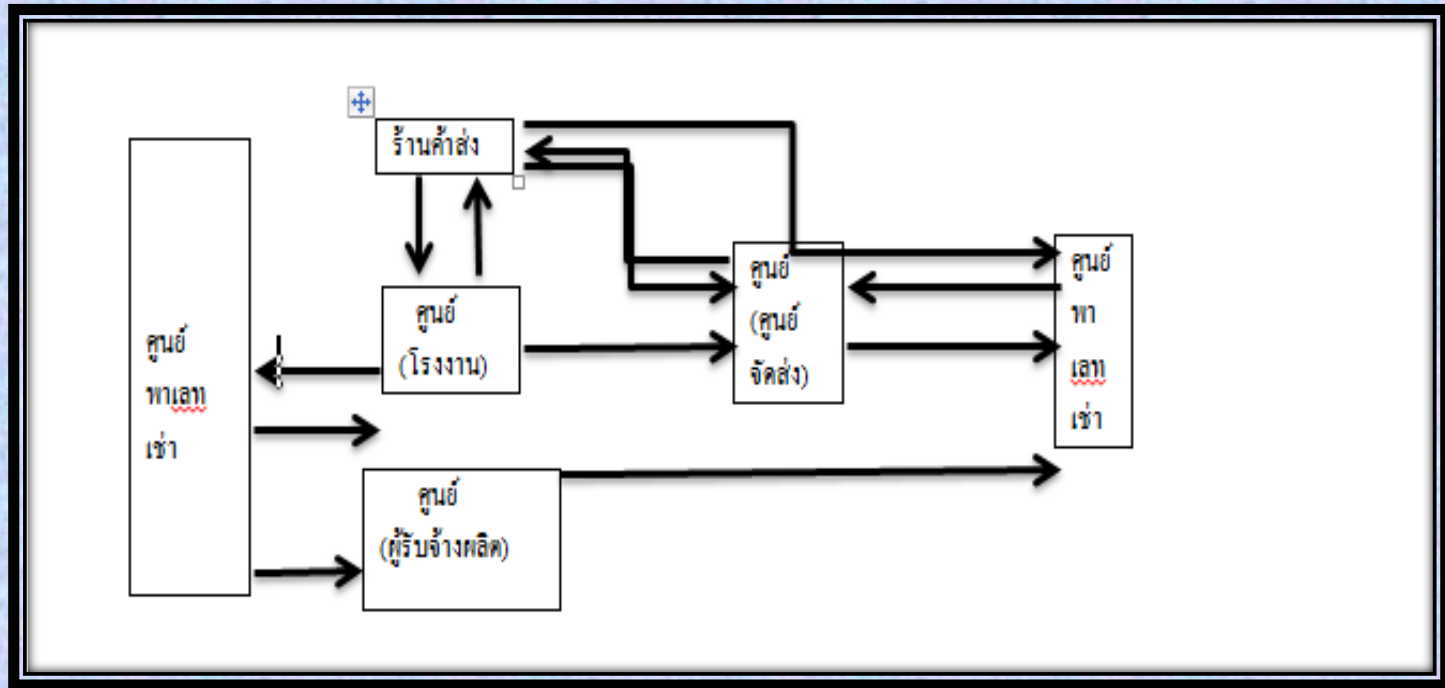
บริษัท อายิโนะโมะไต้ะ จำกัด มีการกระจายสินค้าเป็นเครือข่าย โดยได้แยกการกระจายสินค้าเป็น 3 ช่วง คืออุณหภูมู แช่แข็ง แช่เย็น จึง เชื่อมโยง ทั้งประเทศตั้งแต่เมืองฮอกไกโดถึงเมืองคิวชูด้วยศูนย์กระจาย สินค้าขนาดใหญ่และเล็ก และมีเครือข่ายกระจายสินค้าที่กระจายกันอยู่ทั่ว ทั้งการขนส่งเส้นหลักจนถึงการจัดส่งภายในท้องถิ่น



2.2 การเปลี่ยนจากแพalletของบริษัทเป็นแพalletเช่า

ตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1975 บริษัทได้เริ่มใช้แพalletเช่าเพิ่มเติมจากแพalletของบริษัท เพื่อใช้กับสินค้าที่มีลักษณะเป็นฤดูกาล เช่น สินค้าที่เป็นของขวัญ จนกระทั่งวันที่ 1 ตุลาคม 1988 จึงได้เปลี่ยนมาเป็นแพalletเช่าจากบริษัท **JPR (Japan Pallet Rental Co., Ltd.)**

(ร้านที่เป็นเป้าหมายของการเก็บคืนรวมของ P Ken เท่านั้น)



รูปที่ 2 การไหลของพาเลท

บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ จำกัด ได้กำหนดหลักการพื้นฐาน ของการใช้พาลेटไว้ดังต่อไปนี้

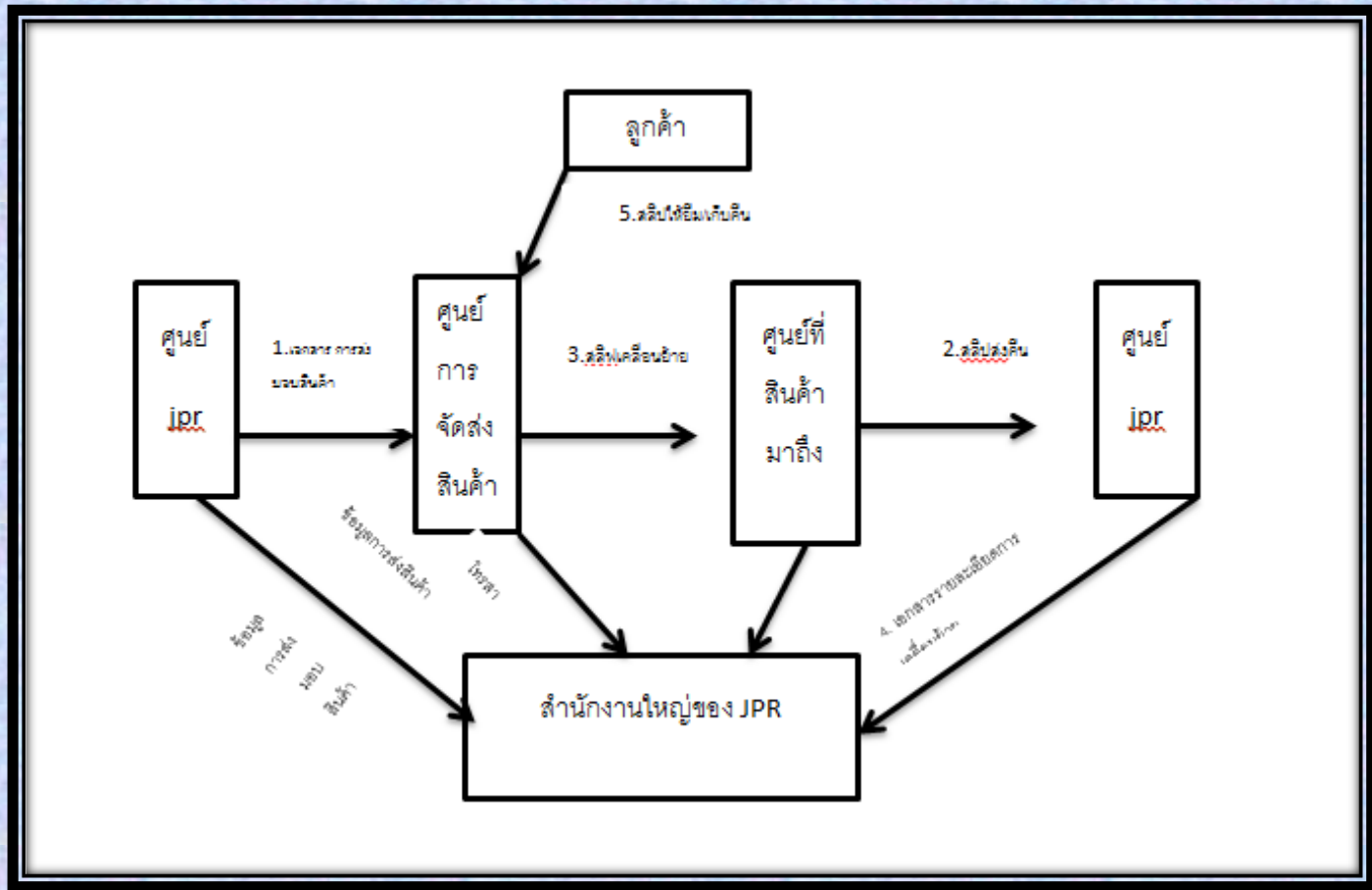
1. พาลेटเป็นทรัพย์สินของผู้เป็นเจ้าของและทรัพยากร ไม้ที่สำคัญ
2. ห้ามใช้พาลेटเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ นอกจากการเก็บวางสินค้าและการขนส่ง
3. แต่ละศูนย์จะต้องควบคุมการส่งมอบพาลेट
4. ควบคุมให้สต็อกของพาลेटว่างมีจำนวนน้อยที่สุด

โครงสร้างของ P Ken มีดังนี้

- 1.ขอความร่วมมือในการเข้าร่วมจากกลุ่มลูกค้าที่รับสินค้าจากผู้ผลิตที่เข้าร่วมและขึ้นทะเบียนเป็นร้านค้าในเครือข่ายของ P Ken
- 2.ผู้ผลิตที่เข้าร่วมจะใช้พาเลทแบบ T11 จากบริษัท JPR ในการส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่เข้าร่วม
- 3.เก็บคืนพาเลทว่างที่อยู่กับลูกค้าโดยใช้รถเก็บคืนรวมของ JPR จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นผลดี

สำหรับผู้ผลิตที่เข้าร่วมดังต่อไปนี้

1. ไม่จำเป็นต้องควบคุมการเก็บคืนพาเลทในแต่ละรายของลูกค้า
2. เมื่อส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าที่เข้าร่วมจะถือว่า "ได้คืนพาเลทให้ JPR แล้ว " ณ จุดที่ส่งมอบให้ลูกค้า ทำให้การสูญหายในการเก็บคืนพาเลทจากลูกค้าที่ร่วมมือใน P Ken เป็นศูนย์
3. การขยายตัวของการใช้พาเลททำให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพของการกระจายสินค้า เช่น การลดเวลาในการขนขึ้นลงจากรถบรรทุก ฯลฯ
4. ลดค่าใช้จ่ายชดเชยในกรณีพาเลทสูญหาย



รูปที่ 3 การไหลของข้อมูลในการใช้พาลิทเช่า

2.3 ชมรมส่งเสริมการใช้พาสเลทแบบ **T11** ร่วมกัน (เรียกย่อ ๆ ว่า **P Ken**)

พาสเลทที่ไม่สามารถเก็บคืนจากลูกค้าได้เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของ การขนส่งไปยังลูกค้าโดยใช้พาสเลท โดยทั่วไปแล้วแต่ละบริษัทจะเก็บคืนเอง แต่เนื่องจากขนาด มาตรฐาน และพาสเลทของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน ทำให้ลูกค้าไม่สามารถแบ่งแยกพาสเลทของแต่ละผู้ผลิตได้ ซึ่งเป็นผลทำให้ไม่สามารถเก็บพาสเลทคืนได้ เนื่องจากนำไปใช้ในการเก็บรักษาสินค้าของ บริษัทอื่นหรืออาจถูกนำไปโดยบุคคลอื่น เป็นต้น

นอกจากนั้น จะต้องทำให้ฟังก์ชันการทำนายอุปสงค์และอุปทานมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยอาศัยแผนการผลิตการทำนายการขาย

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพิ่มความถูกต้องของการทำนายอุปสงค์
 - 1) นำระบบการทำนายเข้ามาใช้ เพิ่มข้อมูลการขายและส่งเสริมการขาย (สินค้าขายที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง) และกำหนดแผนการขายประจำเดือน
 - 2) เปลี่ยนแผนการขายจากรายเดือนเป็นรายสัปดาห์
 - 3) ลดการเปลี่ยนแปลงแผนการผลิต การบรรจุหีบห่อจากรายเดือนเป็นรายสัปดาห์ จะทำให้การควบคุมมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
 - 4) นำฟังก์ชันการเตือนภัย (alarm) การมีสต็อกมากเกินไปและสินค้าขาดมาใช้ ทำให้สามารถดำเนินการปรับเปลี่ยนแก้ไขได้
 - 5) ทำการพิจารณาทบทวนประจำเดือน พิจารณาทบทวนเกณฑ์สต็อก ฯลฯ

2) ปรับปรุงแผนการเคลื่อนย้ายสต็อกสินค้า

1) ประมาณการการส่งสินค้าจากแต่ละศูนย์โดยอาศัยแผนการขายและทำการป้อนสินค้าให้ศูนย์ (**depot**) ตามแผน

2) ทำให้มีการนำการควบคุมสต็อกแยกตามวันหมดอายุไปใช้อย่างทั่วถึง โดยการรวบรวมข้อมูลไว้ที่ศูนย์กลาง และการ **synchroniazztion** ข้อมูล

3) เปลี่ยนแปลงเครือข่ายการกระจายสินค้าบางส่วน

สำหรับการจัดการด้านองค์กรภายในบริษัท ได้มีการจัดตั้งกลุ่มโปรเจกต์ **SCMS** ขึ้นและได้เริ่มใช้งานระบบใหม่ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ค.ศ. **1998** นอกจากนั้น ยังกำหนดให้ใช้งานทั้งระบบในเดือนมีนาคม ค.ศ. **1999**

3. ฟังชั่นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการขายจากฝ่ายกำกับดูแลการขาย ของสำนักงานใหญ่

แม้บริษัทจะเพิ่งเริ่มกิจกรรม **SCM** แต่ก็มีเป้าหมายที่จะทำให้การกระจายสินค้ามีความสมบูรณ์ที่สุด โดยพิจารณาลูกค้าเป็นหลัก และในอนาคตก็ต้องทำการพิจารณาในเรื่องของการขนส่ง โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและการรักษาความใหม่สด การทำให้มีโครงสร้างที่ทำให้ต้นทุนของการกระจายสินค้าต่ำและช่วยลดต้นทุนโดยรวมอย่างต่อเนื่องต่อไป

กรณีศึกษา โลจิสติกส์ของบริษัท

อายิโนะโมะโต๊ะ จำกัด

1. บริษัทฯ ผลิตสินค้าประเภทใดบ้าง

ตอบ เครื่องปรุงรส น้ำมัน อาหารแช่แข็ง ซุป เครื่องดื่ม
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์นม ฯลฯ สินค้า
ทางการแพทย์ สินค้าเคมีสังเคราะห์ ธุรกิจสินค้าเคมี เช่น
กรดอะมิโน



2. สินค้าประเภทเครื่องปรุงรส น้ำมัน ชุป กาแฟ
เครื่องดื่ม มีการบรรจุหีบห่อ โดยใช้วัสดุประเภทใดและ
มีวิธีการขนส่งอย่างไร

ตอบ บรรจุหีบห่อโดยใช้วัสดุกล่องกระดาษลูกฟูก
กระป๋อง 18L และถุงกระดาษ ขนส่งทางรถยนต์
รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์และรถไฟ



3. สินค้าที่ไม่ได้บรรจุหีบห่อ (Bulk) มีสินค้าประเภทใดบ้างและมีวิธีการขนส่งอย่างไร

ตอบ ประเภทสินค้าที่เป็นของเหลวและของแข็ง
ขนส่งทางรถบรรทุกหรือเรือ

4. บริษัทฯ ได้กำหนดหลักการพื้นฐานของการใช้
พาลेटไว้อย่างไรบ้าง

- ตอบ
- 1) พาเลตเป็นทรัพย์สินของผู้เป็นเจ้าของและทรพยากรไม้ที่สำคัญ
 - 2) ห้ามใช้พาเลตเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ นอกจากการเก็บวางสินค้าและขนส่ง
 - 3) แต่ละศูนย์จะต้องทำการควบคุมการส่งมอบพาเลต
 - 4) ควบคุมให้สต็อกของพาเลตว่างมีจำนวนน้อยที่สุด

5. การดำเนินการเกี่ยวกับการใช้ SCM (Supply Chain Management) มีการดำเนินงานในด้านใดบ้าง

ตอบ 1) ส่งเสริมการรับคำสั่งซื้อ โดยใช้ EPI (Electronic eta intercharger)

1.1 การรับคำสั่งซื้อออนไลน์

1.2 การกระจาย การขยายการรับคำสั่งซื้อขาย (Fax-CDR Optical Chanactrereader)

2) เพิ่มประสิทธิภาพของการรับคำสั่งซื้อ การสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้า

2.1 การทำเป็นล็อตใหญ่และการปรับปรุงความถี่ของการปฏิบัติงาน

2.2 ลดเวลารับสินค้าโดยการส่งมอบสินค้าเป็นพาเลต

2.3 ทำให้การตรวจเช็คสินค้ารวดเร็วโดยการแจ้งการขนส่งสินค้าล่วงหน้า

3) ขยายขอบเขตวันส่งสินค้า

3.1 สั่งซื้อออนไลน์

3.2 สามารถส่งมอบสินค้าอย่างมีแผน เช่น ส่งมอบวันเว้นวันได้

3.3 ปรีกษาการปรับปรุงการกระจายสินค้าอย่างต่อเนื่องได้