

กระบวนการกลยุทธ์ในการวางแผน การพยากรณ์ และการจัดเก็บสินค้า
บริษัท สหพัฒน์ปิบูล จำกัด (มหาชน)

Strategic process for product planning, forecasting and storage
of Saha Pathanapibul Public Company Limited

ศุภรดา ไชยรบ¹ ยอดยิ่ง ภูประเสริฐ² เกรียงศักดิ์ ช่างบาง³ อภิชาติ ศรีรัตนอร่าม⁴
ณัฐพงษ์ แต้มแก้ว⁵ สุกันตา มันทะนา⁶ กัญจฎาภรณ์ ทองพิลา⁷
Suprada Chairob¹ Yodying Phuprasert² Kriengsak Changbang³ Apichart
Sriratanoram⁴ Sukanta Mantana⁵ Nattapong Tamkaew⁶ Kanjathaporn
Thongpila⁷

¹⁻⁴ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

⁵ สาขาวิชาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และซัพพลายเชนระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

⁶ สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

⁷ สำนักงานคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

¹⁻⁴ Major in International Logistics and Supply Chain Management, Faculty of Business Administration, Kirk University

⁵ Major in International Logistics and Supply Chain Industry, Faculty of Business Administration, Kirk University

⁶ Major in Innovation Management, Faculty of Business Administration, Kirk University

⁷ kanjataporn tongpila, Office of Faculty of Engineering and Industrial Technology, Bansomdej Chaopraya Rajabhat University

Corresponding author. E-mail: wmaew_1965@hotmail.com

Received 30 April 2021 Revised 20 June 2021 Accepted 22 June 2021

บทคัดย่อ

การวิจัย กระบวนการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า
กรณีศึกษา บริษัท สหพัฒน์ปิบูล จำกัด (มหาชน) จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้าน

เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยผู้ประกอบการค้าปลีก-ค้าส่งทั้งหลายต่างนำเอากลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถสู้กับคู่แข่งในตลาดได้ จึงส่งผลให้การดำเนินงานต่าง ๆ ในโซ่อุปทานมีต้นทุนที่สูงขึ้น ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ของบริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) กับ ห้างท็อปซูเปอร์มาเก็ต ห้างเดอะมอลล์ และห้างไอออน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการศึกษากระบวนการ และความสัมพันธ์ภายในโซ่อุปทาน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นผู้บริหาร เช่น ผู้บริหารฝ่ายขาย ผู้บริหารฝ่ายผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง กลุ่มสอง เป็นพนักงานที่อยู่ในระดับปฏิบัติการ เช่น พนักงานฝ่ายการตลาด พนักงานฝ่ายขาย โดยวิธีการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ และทำเป็นแผนภาพขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งจะให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงาน จากการวิจัยพบว่า ด้านความสัมพันธ์กับคู่ค้า ทำให้ความสัมพันธ์ดีขึ้นกับทั้ง 3 ห้าง ด้านยอดขายตามภาพรวมส่วนใหญ่บรรลุตามเป้าหมายของบริษัท ด้านการเติบโตของยอดขาย สามารถระบุได้ว่าส่งผลต่อการเติบโต ด้านความสามารถในการลดระดับสินค้าคงคลังภาพรวมของทุกห้างอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดคือไม่เกิน 25 วัน ระดับสินค้าคงคลังของน้ำยาล้างจานไลปอนเอฟ ห้างเดอะมอลล์ ลดลง และระดับสินค้าคงคลังบะหมี่มาม่าที่ห้างเดอะมอลล์ ส่งผลทำให้ระดับสินค้าคงคลังลดลง ด้านความสามารถในการลดระดับสินค้าขาดส่งพบว่ามีความสามารถลดระดับสินค้าขาดส่งได้ลดลง ด้านระดับการให้บริการทั้ง 3 ห้างจะอยู่ในเกณฑ์มากกว่า 90%

คำสำคัญ : การวางแผน, การพยากรณ์, ระบบการเติมเต็มสินค้าอัตโนมัติ

Abstract

This study is a cooperative research study on Saha Pathanapibul Public Company Limited focusing on planning, forecasting, and replenishment. Main objective is to study the cooperation of Saha Pathanapibul and Top Super Market the Mall department store and Aeon. Methodology is qualitative highlighting on the study process, and the relationships with the supply chain. Population are divided into two groups; the first are the executives, including sales and

marketing, the second is operational employees including sales and marketing staff. Research tools are interview and content analysis. All information gathered was transformed into an operational diagram of the operation. The results show that partner relationships improved within the three major firms. Most of the sales meet the goals of the company. Sales growth can be identified as affecting growth such that the overall inventory level of all stores is under a limit of not more than 25 days. The inventory level of Lipon F dishwashers and Mama Noodles in the Mall department store had drop. As a result, the department store has ability to reduce the level of stock and replenishment level and lastly, the service level of all 3 firms is in the range of more than 90% accomplishment.

Keyword: planning, forecasting, replenishment, automatic replenishment.

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงธุรกิจการค้าปลีก-ค้าส่งของไทยอย่างมาก ทั้งการเปิดเสรีการค้า ธุรกิจและบริการการค้าปลีกค้าส่งของไทย ทำให้โครงสร้างสังคมครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมความเป็นอยู่ การดำรงชีพของคนในสังคม ความต้องการและรสนิยม ตลอดจนการเมืองระหว่างประเทศที่ทำให้การค้าปลีกและค้าส่งต้องเผชิญการแข่งขันในทุกรูปแบบอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในประเทศต้องยุบเลิกกิจการจำนวนมาก การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ มีการดำเนินการต่อเนื่องในรูปแบบที่เน้นการ

ลงทุนร่วมกับกลุ่มนักธุรกิจในประเทศไทย โดยทั้งนี้รัฐบาลต้องการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศให้มากขึ้น จึงมีมาตรการสนับสนุนในหลายรูปแบบ ทั้งการเปิดโอกาสให้สามารถถือครองสัดส่วนของธุรกิจได้มากขึ้นตามขนาดเงินลงทุนที่ใช้ รวมถึงมาตรการในการช่วยเหลือการลงทุนด้วยการลดภาษีการนำเข้าเครื่องมือเครื่องใช้ และด้วยรูปแบบวิธีการจัดการพร้อมความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่พอใจ จึงทำให้ธุรกิจข้ามชาติต่างๆ เป็นที่นิยมและสามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว

จากการเปลี่ยนแปลงข้างต้น ส่งผลให้วิถีชีวิตของผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนตามโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปเพื่อให้เกิด

ความเหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้ามากกว่าเน้นที่ปริมาณมากขึ้น การจับจ่ายซื้อของเน้นที่ความคุ้มค่ามากกว่าจำนวน และราคาในกลุ่มสินค้าที่เป็นสินค้าทั่วไป และยังเน้นในการให้บริการและคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา จากสาเหตุดังกล่าวทำให้ร้านค้าปลีกต้องหันมาเน้นด้านการสร้างรูปแบบการให้บริการ และสร้างความรู้สึกต่อตราสินค้า ผ่านการออกแบบตกแต่งร้านค้าที่โดดเด่นดูใจ ที่นำไปสู่การเข้าไปซื้อสินค้า

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันที่หันมาซื้อออนไลน์ หรือการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงมากขึ้น รวมทั้งการมีระบบโลจิสติกส์ในการรับส่งสินค้าที่สะดวกขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องเดินทางไปที่หน้าร้านเช่นเดิม ทำให้ธุรกิจค้าปลีกเกิดการแข่งขันที่รุนแรงสูงขึ้น การพัฒนาโอกาสของแต่ละแบรนด์จึงเกิดขึ้นหลากหลายช่องทางเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค การวิวัฒนาการด้วยการผสมผสานการค้าปลีกเข้ากับกิจกรรมด้านความบันเทิงและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่นิยมดังที่เราเห็นกำลังเกิดขึ้นกับธุรกิจค้าปลีกจำนวนมากในประเทศไทย ที่สรรหาสารพัดแนวคิด และกิจกรรมเข้ามาเสริมจุดขายให้กับตนเอง

การค้าปลีกค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรง ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม โดยจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภค และเมื่อคำนวณจากจำนวนการทำธุรกรรมทางธุรกิจทั้งหมด

การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ที่อยู่ใกล้กันจึงมีความจำเป็นเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อให้ความร่วมมือนี้มีประสิทธิภาพ องค์กรได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจกรรมต่างๆ เช่น การวางแผนร่วมกัน การพยากรณ์ การสั่งซื้อ และการบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งทำให้งิจกรรมเหล่านี้ได้จัดทำร่วมกันได้สะดวกมากขึ้นอย่างไรก็ตามองค์กรต่างๆ ต้องเปลี่ยนวิธีคิดในการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งซัพพลายเออร์และลูกค้า ส่งผลให้บริษัทต้องทำการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเพื่อให้บริษัทของตนเองยังสามารถ

แข่งขันได้ (การวางแผนความร่วมมือในโซ่อุปทาน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา)

การวางแผนพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็มสินค้า เป็นการมุ่งปรับปรุงการประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหา โดยทั้ง 2 ฝ่ายทำการตกลงในการร่วมกันวางแผน การพยากรณ์ยอดขาย และการเติมเต็มสินค้า เพื่อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดหาและแสดงผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ทำให้คู่ค้าสามารถทำการอัปเดตข้อมูลได้ และทำให้สามารถที่จะมองเห็นความต้องการสินค้าได้ตลอดทั้งโซ่อุปทาน และสามารถส่งสินค้าหรือวัตถุดิบได้ตามความต้องการจริงของลูกค้าทำให้การสั่งซื้อและจัดส่งสินค้ามีประสิทธิภาพพร้อมทั้งการจัดเก็บสินค้ามีความพอดีกับความต้องการเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่างๆ และเป็นการเพิ่มยอดขายรวมถึงการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าด้วย

บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทค้าปลีกและค้าส่งที่ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ของคนไทยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกช่องทาง ทั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และ ผู้กระจายสินค้า (Traditional Trade) และบริษัท เป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกค้า

ส่งนี้ ในฐานะศูนย์กระจายสินค้า จึงได้มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันในการทำงานร่วมกับกลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อการทำธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการ วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ ความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาประสิทธิภาพในด้านการจัดการโซ่อุปทานของบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

2. มีการพัฒนาในการทำงานร่วมกัน (Collaborative) มากขึ้น ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

3. สามารถลดระดับสินค้าขาดส่ง (Out of Stock)

4. สามารถเพิ่มระดับการให้บริการ (Service Level)

5. สามารถลดระดับสินค้าคงคลัง (Stock days)

6. สามารถนำความร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับบริษัทมาพัฒนาให้เกิดการเติบโตขององค์กรไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย กระบวนการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของบริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) กับห้างท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างเดอะมอลล์ และ ห้างไอออน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นการศึกษากระบวนการ และความสัมพันธ์ภายในโซ่อุปทาน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นผู้บริหาร เช่น ผู้บริหารฝ่ายขาย ผู้บริหารฝ่ายผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง กลุ่มสอง เป็นพนักงานที่อยู่ในระดับปฏิบัติการ เช่น พนักงานขาย พนักงานฝ่ายการตลาด พนักงานฝ่าย Marketing

วิธีการเก็บข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ ได้ใช้แบบคำถามสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยตั้งคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) สัมภาษณ์ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้อง

2. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ และทำเป็นแผนภาพขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งจะให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงานภายในบริษัทว่ามีวิธีการดำเนินการอย่างไร มีจุดแข็ง จุดอ่อนในการทำงานส่วนไหนบ้าง และจะสามารถบริหารจัดการโดยใช้วิธีใดได้บ้าง เพื่อให้เหมาะสมกับกระบวนการในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทฯ โดยสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

กระบวนการดำเนินงานในแต่ละหน่วยงาน

หน่วยงานหลัก	การดำเนินงานหลัก
1. โรงงาน	1.1 ผลิตสินค้าสำเร็จรูปให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามแผนผลิตและตามเป้าหมายที่ได้รับ

2. แผนก Logistics Information Center (LIC)	2.1 สั่งซื้อสินค้า สำเร็จรูปจาก โรงงานเข้า คลังสินค้าเพื่อรอ จำหน่าย
	2.2 รับผิดชอบ ฐานข้อมูลระบบการ แลกเปลี่ยนเอกสาร ทางธุรกิจ (EDI)
	2.3 วัดระดับความพึง พอใจ(Service Level) ของร้านค้า ปลีกสมัยใหม่
3. ฝ่าย ผลิตภัณฑ์ (Marketing)	3.1 จัดทำแผนธุรกิจ (Business Planning)
	3.2 กำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาด
4. แผนก Customer Service	4.1 รับผิดชอบระบบ การวางแผน การ พยากรณ์ และการเติม เต็มสินค้า และระบบการ แลกเปลี่ยนเอกสารทาง ธุรกิจ
	5. ฝ่ายขาย
	5.1 ติดต่อประสานงาน และทบทวน ข้อตกลงกับฝ่าย จัดซื้อของลูกค้า
	5.2 ดำเนินกลยุทธ์ทาง การตลาด

6. คลังสินค้า และจัดส่ง	6.1 ดูแลรับผิดชอบ กิจกรรมด้านโลจิส ติกส์ ตั้งแต่ ตรวจสอบ รับ จัดเก็บ และ จัดส่งสินค้าให้กับ ลูกค้า
----------------------------	---

ขั้นตอนการปฏิบัติงานของระบบ
การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็ม
สินค้า

บริษัทได้เริ่มทำระบบ การวางแผน
การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า โดยมี
การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน
ตามตาราง โดยมีขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

1. ฝ่ายผลิตภัณฑ์ จัดทำ Business
Planning ระหว่างบริษัท สหพัฒน์ปิบูล
จำกัด (มหาชน) กับ ห้างเป็นประจำปี
โดยเนื้อหาหลักคือ เป้าหมายรายปี รายไตรมาส อัตราการเติบโต แผนงานและกลยุทธ์
ต่างๆ

2. ฝ่ายสารสนเทศในการสนับสนุน
ด้านข้อมูลสารสนเทศและโปรแกรมชื่อ “CRP
(Continuous Replenishment Program)”
รวมถึง “SPC System” และ “Sales
Analysis” ที่บริษัทพัฒนา Software ขึ้นมา
เองสามารถเข้าถึงข้อมูลยอดขายและข้อมูล
ต่างๆ ได้ตลอดเวลา

3. ฝ่ายผลิตภัณฑ์ แผนก Customer
Service นำโปรแกรมชื่อ “CRP”, “SPC

System” และ “Sales Analysis” มาบริหารจัดการ ตั้งแต่การวางแผน Demand Forecasting, Replenishment, Stock days, Out of Shelf และข้อมูลสารสนเทศอื่นๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและดำเนินการเติมเต็มสินค้า

4. แผน ก Logistics Information Center รับผิดชอบการสั่งซื้อผ่านระบบการแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจ (EDI) และการวัดระดับการให้บริการ (Service Level)

5. จัดตั้งทีมงานโดยมีทั้งฝ่ายขายและฝ่ายผลิตภัณฑ์ เข้าร่วมประชุมกับห้างเป็นประจำทุกเดือน

6. มีการประชุมพนักงานขายและฝ่ายวางแผนการผลิต (S&OP) เป็นประจำทุกเดือนระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงงาน คลังสินค้า ฝ่ายขาย การตลาด และผู้บริหาร เป็นต้น เพื่อประสานงานและร่วมมือกันพัฒนาปรับปรุงระบบงานต่าง ๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

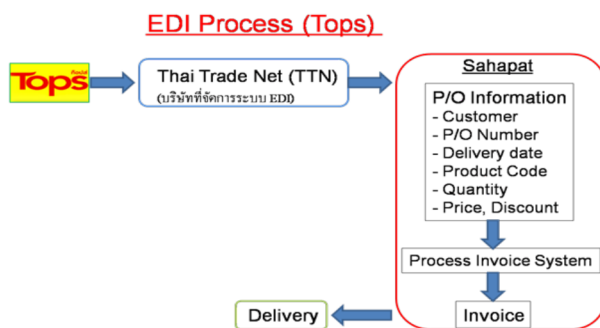
7. มีการดำเนินการประชุม Logistics Improvement Meeting เป็นประจำทุกเดือนระหว่างหน่วยงานต่าง ๆที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นไปที่ปัญหาที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมโลจิสติกส์และ KPI ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์และแก้ปัญหาาร่วมกันเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ขั้นตอนการสั่งซื้อผ่านระบบระบบการแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจ (Electronic Data Interchange: EDI)

1. ห้างและบริษัท ตกลงร่วมกันว่าจะทำการสั่งซื้อผ่านระบบ EDI โดยให้บริษัท Thai Trade Net เป็นผู้เชื่อมต่อระบบ รวมถึงตกลงเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร่วมกัน

2. ห้างจะทำการสั่งซื้อผ่านระบบ EDI ได้ตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน

3. บริษัทรับข้อมูลจากห้าง นำข้อมูลมาประมวลผลออกเป็นใบส่งสินค้า/ใบกำกับภาษี (Invoice) จัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ



ภาพที่ 1-2 กระบวนการ Electronic Data Interchange (EDI) ของบริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)

ข้อดี สั่งสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน โดยห้างและบริษัทจะกำหนดรอบในการสั่งว่าเป็นวันและเวลาไหน รวมถึงตกลงรอบในการจัดส่งด้วย เพื่อสะดวกในการติดตามงาน แต่ถ้ามีกรณีพิเศษก็สามารถสั่งผ่านระบบ EDI ได้นอกเหนือจากที่ตกลงกัน

ปัญหาการทำ EDI

1. ความล่าช้าในการแจกจ่ายเอกสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อ Update ระบบฐานข้อมูล

2. ความผิดพลาดที่เกิดจากคน (Human Error)

3. ความผิดพลาดจากระบบ EDI ถ้าหลังจาก Invoice (ใบกำกับภาษี/ใบส่งสินค้า) ออกมาแล้วและได้ทำการจัดส่งสินค้าให้กับห้างแล้ว บริษัทต้องทำใบลดหนี้/เพิ่มหนี้ ซึ่งมีขั้นตอนและใช้เวลาในการตรวจสอบหลายขั้นตอน เป็นการเพิ่มภาระในการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงอาจเป็นเงื่อนไขทางฝ่ายบัญชีและการเงินของทั้งสองฝ่ายทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ ซึ่งส่งผลไปถึงการสั่งสินค้าในครั้งต่อไป

การปรับปรุงแก้ไข

1. มีการจัดส่งเอกสารอนุมัติรายการสินค้าโปรโมชั่น (ราคาพิเศษ) จากเดิมใช้ระบบกระดาษ และใช้พนักงานขับรถมอเตอร์ไซค์ ส่งเอกสารระหว่างบริษัท สหพัฒน์(ถ.เพชรบุรีตัดใหม่) กับ บริษัท ไลอ้อน (ถ.สาธิตประดิษฐ์) ปัจจุบันใช้ระบบส่งผ่านอินเทอร์เน็ต Internet (E-Office)

2. เดิมเมื่อใบสั่งซื้อ(P/O) ของห้างเข้าระบบ EDI จะนำข้อมูลเข้าระบบคำสั่งซื้อ (Invoice system) แล้วใช้ราคาส่วนลดของสหพัฒน์ ดังนั้น อาจเกิดผลต่าง (Diff) เรื่องราคา ทำให้ต้องทำใบเพิ่มหนี้/ลดหนี้ หรือห้างอาจปฏิเสธการรับสินค้า ปัจจุบันฝ่าย IT มีการสร้างตารางตรวจสอบราคา ของใบสั่งซื้อ (P/O) ของห้าง และตรวจสอบราคากับบริษัท ว่าตรงกันหรือไม่ ถ้าไม่ตรงจะมีการแจ้งเตือนก่อนออกระบบคำสั่งซื้อ ตัวอย่างโปรแกรม Vender Management Inventory : VMI ตามภาพที่ 1-3

Vender Management Inventory (VMI) Application [ส่งชื่อสินค้ารายการสินค้า ข้อมูลวันที่ 23.03.2012 ข้อมูลวันที่ 23.03.2012]

THEMA1 | รหัสสินค้า 0208640 น. เครื่องมือกรู๊ป จำกัด (สาขาธนบุรี) ... | รายการ | กับเงิน | วันจัดส่ง | สูตร 1 สูตร 2

เดือนทาง 2 วัน สัปดาห์ 12 วัน ขายเฉลี่ย/วัน 183,349.74 0 ตัน สร้างในเครื่อง 0 0.00

ลำดับ	BarCode	รหัส	ชื่อสินค้า	บรรจุ	กึ่งส่ง	สต็อก	สูตร1	สูตร2	P/O	ยกปิด	ปิดส่ง	@ราคา	ชื่อกรังส่ง	จำนวนที่ถือ	เฉลี่ย/วัน	I
86	8850002019340	373324	ตัวขึ้น แอมพลูเจอร์หลอดความยาวต่าง	24	1.00	1.04					1,772.00	19-03-2012		1.00	0.04	
87	8850002019307	373365	ตัวขึ้น แอมพลูเจอร์หลอดความยาวต่าง	12	2.00	1.57					900.00	20-02-2012		2.00	0.09	
88	8850002023390	162065	เครื่องคิดเลข เครื่องมือ 50ML	24	1.17	0.25					646.00	19-03-2012		1.00	0.08	
89	8850002023734	162081	เครื่องคิดเลข เครื่องมือ 50ML	12	1.75	1.08					2,316.00	20-02-2012		1.00	0.08	
90	8850002020245	162016	เครื่องคิดเลข เครื่องมือ 200ML	24	13.29	15.92					628.00	05-03-2012		10.00	0.92	
91	8850002020238	162024	เครื่องคิดเลข เครื่องมือ 250ML	24	0.08	1.17	2.83				1,346.00				0.21	
92	8850002008939	318189	หลอด ยาฟีน 2x160G.	24	6.38	5.33					2,136.00	29-02-2012		10.00	0.25	
93	8850002000254	318154	หลอด ยาฟีน 40G.	72	1.22	0.42					944.00	12-03-2012		1.00	0.04	
94	8850002008915	318162	หลอด ยาฟีน 90G.	36	1.94	1.47					1,009.00	05-03-2012		2.00	0.08	
95	8850002008960	318212	หลอด ยาฟีน 160G.	36	3.31	1.58					1,773.00	12-03-2012		2.00	0.19	
96	8850002008953	318204	หลอด ยาฟีน 90G.	36	2.69	0.22					1,009.00	19-03-2012		2.00	0.11	
97	8850002008922	318170	หลอด ยาฟีน 160G.	36	1.61	1.86	0.72				1,773.00	12-03-2012		2.00	0.17	
98	8850002006655	318220	หลอด F ยาฟีน 2x160G.	24	5.46	7.58					2,136.00	29-02-2012		10.00	0.33	
99	8850002019409	318818	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด 10	24	1.93	0.88					1,919.00	26-12-2011		2.00	0.04	
100	8850002019423	318873	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด 16	24	1.29	0.46					2,955.00	12-03-2012		1.00	0.04	
101	8850002019386	319576	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด 24	24	2.00	0.04					2,955.00	19-03-2012		2.00	0.08	
102	8850002019362	318394	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด 1	24	1.08	0.83					1,919.00	13-02-2012		1.00	0.04	
103	8850002015784	318246	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์ 90G.	36	2.47	0.08					1,009.00	19-03-2012		2.00	0.06	
104	8850002024151	323014	หลอด แอมพลูเจอร์หลอด 48	48	4.04	4.60	0.63				1,950.00	08-03-2012		5.00	0.33	
105	8850002016675	318261	หลอด ยาฟีน 2x160G.	24	4.04	3.29					2,136.00	29-02-2012		5.00	0.17	
106	8850002019387	319583	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด 160G.	24	2.05	0.72					1,772.00	12-03-2012		1.00	0.03	
107	8850002008946	318196	หลอด ยาฟีน 40G.	72	0.76	1.44	0.01				944.00	20-02-2012		1.00	0.06	
108	8850002018006	390633	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด	12	1.83	3.42	0.50				1,248.00	02-03-2012		5.00	0.17	
109	8850002017498	318513	หลอด ยาฟีนแอมพลูเจอร์หลอด	36	1.58	1.64					744.00	20-02-2012		2.00	0.06	

สินค้าถูกเป้าหมาย: รายการส่งเสริมการขายของสินค้า 373324 ตัวขึ้น แอมพลูเจอร์หลอดความยาวต่าง 180ML. | ชื่อสินค้า: ซิงอีสินค้า

สต็อกเก่า: จำนวนที่ถือ | หน่วย: รายการ

ยอดขายวิเคราะห์: 1 | 1 ชิ้นไม่ | หน่วย: รายการ | ยอดรวม: 641.00

ไม่มีเป้าหมาย C4: สต็อกดีดออก 2.5 หน่วย

ไม่มีเป้าหมาย: สต็อกดีดออก 4 หน่วย

ไม่มีเป้าหมายและ C4: Promotion แรจมาก

ภาพที่ 1-3 ตัวอย่างโปรแกรม VMI (Vender Management Inventory) ของบริษัท สหพัฒน์ พิบูล จำกัด (มหาชน)

5. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การนำกระบวนการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกัน และการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของ บริษัท

สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) ที่นำมาใช้บริหารจัดการ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ตามรายห้างคือห้างที่อุปซูปเปอร์มาร์เก็ต ห้างเดอะมอลล์ และ ห้างไอออน และตามลักษณะประเภทของข้อมูล ได้ดังตารางที่ 1-1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1-1 สรุปผลการอภิปรายที่ได้จากการวิเคราะห์

ลำดับ	ประเภทของข้อมูล	ห้างท็อป		ห้างเดอะมอลล์		ห้างไอออน	
		2558	(1-2) 2559	2558	(1-2) 2559	2558	(1-2) 2559
1	ด้านความสัมพันธ์ลูกค้า	ดี	ดีขึ้น	ดี	ดีขึ้น	ดี	ดีขึ้น
2	ด้านยอดขายตามเป้าหมาย	89%	76%	113%	102%	114%	116%
3	ด้านการเติบโตของยอดขาย	-	-	18%	-	10%	-
4	ด้านสินค้าคงคลัง		-	16.5%	16.8%	26%	30%
5	ด้านสินค้าขาดส่ง	-	มีแนวโน้มลดลง	ลดลง	-	-	-
6	ด้านการให้บริการ	88%	92%	90%	87%	82%	76%

จากข้อมูลในตารางที่ 1-1 การที่บริษัทได้ทำการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้ากับห้างทั้ง 3 ห้าง อภิปรายผลออกมา ดังนี้

1. ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า สามารถระบุได้ว่าทำให้ความสัมพันธ์ดีขึ้นกับทั้ง 3 ห้างดังกล่าว ทั้งนี้ไม่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขทางสถิติได้ แต่เป็นการสอบถามและ

สัมภาษณ์จากพนักงานและผู้บริหารของบริษัทที่ติดต่อประสานงานกับทั้ง 3 ห้าง

2. ด้านยอดขายตามเป้าหมาย โดยการมองภาพรวมห้างเดอะมอลล์ ห้างไอออน และท็อป ส่วนใหญ่จะบรรลุตามเป้าหมายของบริษัท ซึ่งส่งผลให้ยอดขายได้ตามเป้าหมาย

3. ด้านการเติบโตของยอดขาย ทั้งห้างเดอะมอลล์ และห้างอโชน สามารถระบุได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเติบโตของยอดขาย

4. ด้านความสามารถลดระดับสินค้าคงคลัง ในภาพรวมของทุกห้าง ซึ่งบริษัทสหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเติมเต็มสินค้า (Replenishment) 100 % พบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดคือไม่เกิน 25 วัน โดยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลน้ำยาล้างจานไลปอนเอฟ และบะหมี่มาม่า เฉพาะห้างเดอะมอลล์ เท่านั้นเนื่องจากบริษัทสหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) ได้ทำการเติมเต็มสินค้า (Replenishment) 100 % จากการวิเคราะห์พบว่ากระบวนการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าส่งผลให้ระดับสินค้าคงคลังลดลง

5. ด้านความสามารถลดระดับสินค้าขาดส่ง มีข้อมูลเฉพาะห้างที่อุปเท่านั้นสามารถระบุได้ชัดเจนว่ากระบวนการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าส่งผลทำให้ความสามารถในการลดระดับการสินค้าขาดส่งลดลง

6. ด้านความสามารถเพิ่มระดับการให้บริการ พบว่า กระบวนการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าส่งผลต่อระดับการให้บริการมีประสิทธิภาพดีขึ้น คือมากกว่า 90%

ประโยชน์ของการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าในมุมมองของอุปสงค์

1. เสริมสร้างความสัมพันธ์

- การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้ดีขึ้น และช่วยเร่งให้เกิดการขายผลได้อย่างรวดเร็วไปสู่ความสัมพันธ์ใหม่

- ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายทำงานไปด้วยกันจากแนวคิดเบื้องต้นจนไปสู่ผลลัพธ์ที่ออกมาผ่านธุรกิจและการส่งเสริมการตลาด

- การจัดประชุม ปรึกษาในโครงการ การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า จะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้ดีขึ้น

2. เพิ่มยอดขาย

- ความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการค้า การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า มาประยุกต์ใช้ จะเป็นตัวผลักดันการวางแผนสำหรับแผนการปรับปรุงธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

3. การจัดการกลุ่มของสินค้า

- ก่อนที่จะเริ่ม โครงการ การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ทั้งสองฝ่ายจะต้องตรวจสอบการวางแผน

ตำแหน่งของและขั้นตอนของการจัดแสดงสินค้าตามหน่วยในจัดเก็บ (SKU : Stock Keeping Unit) เพื่อที่จะให้แน่ใจว่ามีสินค้าพอเพียงและการจัดแสดงสินค้าอย่างเหมาะสมต่อผู้บริโภค

- การวิเคราะห์ในแนวทางนี้จะทำให้เกิดการปรับปรุงการวางตำแหน่งชั้นวางสินค้าและการโชว์สินค้าผ่านการจัดการกลุ่มสินค้า

4. การปรับปรุงสินค้า (Product Offering)

- ก่อนที่จะมีการนำเอา โครงการ การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า มาใช้ในความร่วมมือระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายใน (Mutual Product Scheme) ซึ่งรวมถึงการประเมินหน่วยในการจัดเก็บสินค้า (SKU) และโอกาสของสินค้าที่เพิ่มเติมต่าง ๆ ด้วย

ประโยชน์ของการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าในมุมมองด้านอุปทาน

1. ปรับปรุงความแม่นยำของการพยากรณ์คำสั่งซื้อ

- การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ทำให้เกิดการพยากรณ์คำสั่งซื้อตามระยะเวลา ซึ่งจะทำให้มีข้อมูลสารสนเทศเพิ่มเติม มีเวลามากขึ้นสำหรับการวางแผนการผลิต

- การลดสินค้าคงคลัง

- การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ช่วยลดความไม่แน่นอนของการพยากรณ์และกระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพ

- บริษัทของคุณจะต้องมีสินค้าคงคลังมากเท่าไรที่จะกลบเกลื่อนความผิดพลาดจากการพยากรณ์ หรือ การที่หุ้นส่วนการค้าของคุณไม่สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์มาได้ตามเวลาที่กำหนด

- ด้านการวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงถูกผลิตตามคำสั่งซื้อจริง ๆ แทนที่จะจัดเก็บอยู่ในคลังสินค้าตามการพยากรณ์

2. เพิ่มผลตอบแทนการลงทุนทางด้านเทคโนโลยี

- ผ่านทางกระบวนการ การวางแผน การพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า การลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสำหรับการบูรณาการภายในบริษัท สามารถทำให้เกิดข้อมูลการพยากรณ์ที่มีคุณภาพ

- บริษัทของคุณจะได้ประโยชน์จากการผลักดันกระบวนการภายในด้วยข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน และข้อมูลที่มีคุณภาพสูง

3. เพิ่มความพึงพอใจลูกค้า

- จากการที่มีการขาดแคลนสินค้าลดลงซึ่งเป็นผลมาจาก การวางแผนที่ดีขึ้น

มีระดับการบริการของร้านค้าที่สูงขึ้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้ความพึงพอใจลูกค้าเพิ่มขึ้น

6. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ในกรณีศึกษา กระบวนการ ความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกัน และการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) มีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. จะต้องพัฒนาความร่วมมือร่วมกันของหน่วยงานต่างๆ ภายในบริษัทฯ โดยการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (KPI) ที่ชัดเจนและเป็นในทิศทางเดียวกัน

2. การร่วมมือระหว่างคู่ค้ากับบริษัทฯ ต้องเป็นไปด้วยความจริงใจและเชื่อใจซึ่งกัน บริษัทต้องไม่มองแค่ทำอย่างไรก็ได้ให้ยอดขายบรรลุเป้า และคู่ค้าก็ไม่ใช่มองแค่ผลประโยชน์เฉพาะหน้าของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเกิดการพัฒนาและการเจริญเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับ (Contribution)

ประโยชน์ที่บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) ได้รับจากการศึกษา การศึกษา กระบวนการ ความร่วมมือใน

การวางแผน การพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. สร้างความพึงพอใจและสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้กับคู่ค้าในเรื่องความร่วมมือกันอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มยอดขายของคู่ค้าร่วมกับบริษัทให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

2. การสั่งสินค้าแม่นยำมากขึ้น สามารถลดระดับสินค้าขาดส่ง ทำให้ลดการสูญเสียโอกาสการขาย สามารถกระจายสินค้าไปถึงคู่ค้าผู้มีผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ ส่งผลต่อเนื้อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ นำไปสู่การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ในอนาคต

3. บริษัทสามารถควบคุมสินค้าคงคลังของทั้งคู่ค้าและบริษัทเองให้อยู่ในระดับที่กำหนดไว้ส่งผลไปถึงการลดต้นทุนสินค้าคงคลัง ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนได้ในระดับที่ต้องการ

4. บริษัทสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากระบบงานต่างๆ เชื่อมโยงกันบนระบบฐานข้อมูลเดียวกัน ทำให้มีข้อมูลที่จำเป็น

ต่อการกำหนดกลยุทธ์และการตัดสินใจให้รวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้องมากยิ่งขึ้น

5. ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศที่ปัจจุบันต้องมีการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างคู่ค้าให้เกิดประโยชน์

6. ส่งผลให้องค์กรเกิดความตื่นตัวในการใช้ข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูล เกิดการพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ๆขึ้นในองค์กร

ข้อจำกัดในงานวิจัย (Limitations)

การวิจัยเรื่องการศึกษาระบบการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกัน และการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของ บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) มีข้อจำกัดดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาบางอย่างเป็นความลับของบริษัทฯ ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้ เช่นยอดขายราย SKU เป็นต้น ทำให้ข้อมูลที่น่าเสนอในรายงานอาจจะไม่สมบูรณ์และเห็นภาพได้ไม่ชัดเจน

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงแค่ส่วนหนึ่งของระบบทั้งหมดของบริษัทเท่านั้น แต่ยังมีอีกหลายส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บัญชีลูกหนี้ บัญชีการเงิน ฝ่ายคลังสินค้าและจัดส่งสินค้า

โรงงานผู้ผลิต เป็นต้น ที่ต้องนำมาเป็นเงื่อนไข และปัจจัย รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในหน่วยงานที่กล่าวมาไม่ได้นำมาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

3. การศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะกล่าวถึงแต่คำว่า VMI เท่านั้นไม่ค่อยมีการกล่าวถึง การวางแผนการพยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพียงทฤษฎี ทำให้ยังมีข้อมูลไม่มากพอ รวมถึงยังไม่มีกรณีศึกษาในทางปฏิบัติที่เป็น การเปิดเผยข้อมูล จึงไม่มีกรณีศึกษาเปรียบเทียบให้เกิดความชัดเจนมากกว่านี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (Future Research)

งานวิจัยในอนาคตควรเป็นงานวิจัยที่ต่อยอดจากการศึกษา กระบวนการความร่วมมือในการวางแผน การพยากรณ์ร่วมกัน และการเติมเต็มสินค้า (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) ของ บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) ออกไปอีกคือ

1. เชื่อมโยงไปถึงกระบวนการวางแผนการผลิต ซึ่งจะทำให้เห็นระบบสารสนเทศกระบวนการผลิตตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค

2. รวมถึงผลักดันให้เกิดแนวคิดนำ ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ต่อไปใน
กระบวนการ การวางแผนพยากรณ์ร่วมกัน อนาคต
และการเติมเต็ม ให้เกิดขึ้นในช่องทาง
กระจายสินค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันกับ

7. เอกสารอ้างอิง

วิทยา สุทธิพิตร และ คณะ, “รายงานการวิจัย โครงการ การพัฒนาจำแบบคลังโซ่อุปทาน
ในการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก และ การพัฒนาดัชนีชี้วัดสมรรถนะ
โซ่อุปทาน ธุรกิจการค้าปลีก”, มีนาคม 2550

สิริอร เศรษฐมานิต, “การใช้แบบจำลองเพื่อศึกษาผลกระทบของ Vendor Managed
Inventory (VMI) ที่มีต่อสมาชิกในโซ่อุปทาน”, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชานินทร์ ศิลป์จารุ, “รายงานการวิจัย ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ และ
แนวทางบริหารของร้านค้าส่งไทยเพื่อแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ”, 2549
สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา, “การวางแผนความร่วมมือในโซ่อุปทาน”, บทความความกรม
อุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่กระทรวงอุตสาหกรรม บริษัท ไทยเทรคเน็ท
จำกัด, “เอกสาร EDI (Electronic Data Interchange)”

พิลาศพงษ์ ทรัพย์เสริมศรี, “แนวทางการพัฒนาระบบไอทีในด้าน Logistic
Management”, ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ระบบ
สารสนเทศคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (บางเขน), 14 มีนาคม 2550

บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน), รายงานประจำปี 2558 คู่มือ S&OP การวางแผนการ
ขายและปฏิบัติการ, ผู้เขียน : Thomas F. Wallace, ผู้แปล

วิทยา หุตพิตร และ ดร.วัชรพล สุขโหด, สำนักพิมพ์ : อี.ไอ.สแควร์

<http://www.buildernews.in.th/news/propertyconstruction/4364>