

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการจัดการ โลจิสติกส์เป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งในระดับธุรกิจและระดับประเทศไทย เนื่องจากด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น และการเปิดเสรีทางการค้าที่มากขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจในทุกวิถีทางที่เป็นไปได้ ทั้งการลดต้นทุนธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มใหม่ๆ เสนอลูกค้า การบริหารจัดการกระบวนการนำส่งสินค้าจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งในการประกอบธุรกิจทั่วไปผู้ประกอบการจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลักและพยายามหาวิธีลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาด เนื่องจากการเพิ่มราคาสินค้าเพื่อรักษาระดับรายได้ให้เท่าเดิมนั้น ก่อนข้างจะเป็นไปได้ยากสำหรับลักษณะโครงสร้างตลาดและภาวะทางการแข่งขันในปัจจุบัน เมื่อต้นทุนเป็นตัวแปรที่ผู้ประกอบการต่างหันมาให้ความสำคัญ ซึ่งนอกจากต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานต่างๆ ต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ถือได้ว่าเป็นส่วนของต้นทุนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก จุดมุ่งหมายของทุกองค์กรก็คือการลดต้นทุนรวมของกิจกรรม โลจิสติกส์มากกว่าการมองในแต่ละกิจกรรมเดี่ยวๆ ซึ่งต้นทุนต่างๆ เหล่านี้สะท้อนออกมาจากทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมในกระบวนการโลจิสติกส์ (สาริต พะเนียงทอง, 2548)

การขนส่งสินค้าเปรียบเสมือนเป็นหัวใจสำคัญของภาคธุรกิจ เนื่องจากเป็นกิจกรรมเชื่อมโยงและสนับสนุนกระบวนการผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า รวมไปถึงการให้บริการลูกค้า (Narasimhan & Kim, 2002) เป็นต้นทุนที่มีความสำคัญในการกำหนดราคาสินค้า ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับลักษณะและรูปแบบของการขนส่ง ประเภทของสินค้า เส้นทาง ตำแหน่งที่ตั้งของลูกค้าและจำนวนคลังสินค้าที่ใช้ การจัดการภารกิจขนส่งสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของการตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ทันเวลาและสินค้าอยู่ในสภาพไม่เสียหายเมื่อถึงปลายทาง (Dubey, 2011) มีส่วนช่วยในการลดต้นทุน สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการขนส่งจึงต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างรวมทั้งต้องได้รับความร่วมมือกับลูกค้าเป็นอย่างดี

ในยุคความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงการค้าเสรีที่ไร้พรมแดนและการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการขนส่งเป็นตัวกระตุ้นห่วงโซ่อุปทานให้มีการเชื่อมต่อกันและทำให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (เนาวรัตน์ อัสวธีรากุล, 2549) ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นกิจกรรมที่หลายฝ่ายต้องมีส่วนเข้าไปเกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและการตลาด การนำวัตถุดิบเข้ามายังโรงงาน รวมถึงการลำเลียงสินค้าที่ผลิตเสร็จส่งต่อไปยังผู้แทนจำหน่ายหรือลูกค้า การแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้นทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการกลับต้องประสบกับความยากลำบากในการลดต้นทุน ในสภาวะที่ราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้นตลอดเวลา (กฤษณี รื่นรัมย์, สาวิกา อุณหันท์ และเพลินทิพย์ โกเมศ โสภา, 2547)

Rafi & Rao (2010) ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าจำเป็นต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถและยกระดับการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการวัดประสิทธิภาพของการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถและเป็นเครื่องมือในการประเมินในองค์กร (เอกลักษณ์ กู้เกียรติวงศ์, 2552) ในการพัฒนาการขนส่งของประเทศไทยนั้น สิ่งสำคัญจะต้องมีกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ความรวดเร็ว (Speed) ความประหยัด (Economy) ความปลอดภัย (Safety) เชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and punctuality) โดยการบูรณาการทุกกิจกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกันจะทำให้การจัดส่งสินค้ามีความยืดหยุ่นด้วยต้นทุนที่ต่ำ พนักงานที่มีความสามารถจะให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น มีเทคโนโลยีที่มีประสิทธิผลและมีโครงสร้างพื้นฐานที่มีต้นทุนต่ำ (Ron, 1995) เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการตลาดและได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้น การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมีความเหมาะสมและประหยัดจะช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์จึงเป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นและการเปิดเสรีทางการค้าที่มากขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องยกระดับความสามารถในการดำเนินงานในทุกวิถีทางที่เป็นไปได้ (Kumar et al., 2013) ซึ่งผู้ประกอบการจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลักและพยายามหาวิธีลดต้นทุนให้ต่ำลงเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งรายอื่น ๆ เนื่องจากการเพิ่มราคาสินค้าเพื่อรักษารายได้ให้เท่าเดิมนั้นค่อนข้างจะเป็นไปได้ยาก เมื่อต้นทุนเป็นตัวแปรที่ผู้ประกอบการต่างหันมาให้ความสำคัญ ซึ่งนอกจากวัตถุดิบและค่าแรงงานต่างๆแล้ว ต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์มีความสำคัญเป็นอย่างมาก (Langley & Holcomb, 1992) ต้นทุนโลจิสติกส์เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่รองรับกระบวนการโลจิสติกส์ และต้นทุนรวมเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารกระบวนการทางด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ (อุมาพร มณีเนียม, 2552)

จากข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพีของประเทศไทย ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ได้มีการปรับปรุงข้อมูลล่าสุด พบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปีพ.ศ.2548 อยู่ที่ร้อยละ 19.4 และในปีพ.ศ.2549 อยู่ที่ร้อยละ 23.9 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพีของประเทศที่พัฒนาอย่างเช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศยุโรปและญี่ปุ่นในปีพ.ศ.2548 พบว่าประเทศเหล่านั้นมีต้นทุนโลจิสติกส์อยู่ที่ ร้อยละ 15, 11 และ 11 ตามลำดับ ทำให้เห็นว่าประเทศไทยยังมีสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์อยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยเปรียบเทียบต้นทุนโลจิสติกส์กับประเทศอย่างฮ่องกง สิงคโปร์ เกาหลี หรือมาเลเซีย ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไม่แตกต่างไปจากประเทศไทยมาก พบว่าตัวเลขต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพีของไทยสูงกว่าประเทศเหล่านี้เช่นกัน นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ การศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และปัจจัยทางด้านสังคมแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับศักยภาพเรื่องการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น (สาริต พะเนียงทอง, 2548)

#### ตารางที่ 1.1 ต้นทุนโลจิสติกส์ไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ปีพ.ศ. 2551

(หน่วยร้อยละ)

ไทย	จีน	มาเลเซีย	อินเดีย	ยุโรป	ญี่ปุ่น	อเมริกา	สิงคโปร์
18.6	18.57	14	13	11	10.5	9.5	7

(ที่มา: ธนิต โสรัตน์, 2551)

ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยในปีพ.ศ.2551 อยู่ที่ร้อยละ 18.6 ของจีดีพี เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2544 ที่ร้อยละ 19.6 ของจีดีพี คือลดเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น ทำให้ต้องมีการศึกษาว่าในช่วงเวลา 8 ปี ไทยได้ใช้งบประมาณอันมหาศาลในการพัฒนาโลจิสติกส์ แต่ผลลัพธ์ที่ได้แทบจะไม่มีเปลี่ยนแปลง

สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี (จีดีพี) ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 โดยลดลงจากร้อยละ 19.0 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 18.8 ในปีพ.ศ. 2550 เป็น 18.6 ในปี พ.ศ. 2551 และเหลือร้อยละ 16.8 ในปี พ.ศ.2552 อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวไว้แล้วก่อนหน้านี้ การลดลงของสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพีในปี พ.ศ. 2552 มีความแตกต่างจากปีก่อน ๆ เนื่องจากเป็นปีที่เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนและมีความผิดปกติค่อนข้างมากนับตั้งแต่เหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจของไทยช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 ที่ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) หดตัว ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปถึงปริมาณ

สินค้าและกิจกรรมโลจิสติกส์ สุดท้ายแล้วคือมูลค่าต้นทุนโลจิสติกส์ลดลงอย่างมาก (ชนิด โสรรัตน์, 2551)

### ตารางที่ 1.2 สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพี ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2553

(หน่วยร้อยละ)

สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553
ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	9.9	8.8	8.4	8.0	8.5	8.8	8.9	9.1	8.3	8.7
ต้นทุนสินค้าคงคลัง	7.9	7.7	7.7	7.7	8.1	8.5	8.2	7.8	7.0	7.6
ต้นทุนการบริหารจัดการ	1.8	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.5	1.5
ต้นทุนโลจิสติกส์ ต่อ GDP	19.6	18.1	17.7	17.3	18.3	19.0	18.8	18.6	16.8	17.9

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

หมายเหตุ ปี 2549-2551 มีการปรับปรุงข้อมูลของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศและต้นทุนโลจิสติกส์ ตามข้อมูลรายได้ประชาชาติ พ.ศ. 2553

อย่างไรก็ดีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้วิเคราะห์เพิ่มเติมโดยพยายามขจัดความแปรปรวนของผลกระทบเศรษฐกิจโลก พบว่าต้นทุนโลจิสติกส์ที่ลดลงนั้นได้รับอิทธิพลจากการหดตัวของเศรษฐกิจโลกประมาณร้อยละ 1.5 ต่อจีดีพี ซึ่งในสถานการณ์ปกติสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพี ปี พ.ศ. 2552 น่าจะอยู่ที่ระดับร้อยละ 18.3 ต่อจีดีพี ลดลงเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2551 (ร้อยละ 18.6 ต่อจีดีพี) ซึ่งเป็นผลมาจากประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นของกระบวนการจัดเก็บและบริหารจัดการสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการไทยเป็นสาเหตุสำคัญ นอกจากนี้จากการประมาณการณ์ภาวะเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2553 ที่คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวร้อยละ 7.9 ต่อปี พบว่าเมื่อพิจารณาแนวโน้มการขยายตัวขององค์ประกอบหลักของต้นทุนโลจิสติกส์ในระยะเวลาที่ผ่านมา ในปี พ.ศ. 2553 คาดว่าจะมีต้นทุนโลจิสติกส์ต่อจีดีพีอยู่ที่ระดับประมาณร้อยละ 17.9 ต่อจีดีพี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 เป็นผลจากกิจกรรมการค้าและการขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ประกอบกับปัจจัยที่เน้นองค์ประกอบสำคัญของต้นทุนโลจิสติกส์คือราคาน้ำมันในปีพ.ศ. 2553 ที่ปรับตัวสูงขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

Sinkovics & Roath (2004) การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์มีบทบาทอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจในการแข่งขันในปัจจุบัน กล่าวคือได้มีการให้ความสำคัญเรื่องการบริหารงานด้านโลจิสติกส์ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานค่อนข้างกว้าง โดยสาระสำคัญสามารถกล่าวได้ว่าการบริหารงานด้านโลจิสติกส์นั้นเพื่อให้เกิดความแม่นยำและเที่ยงตรงของสถานที่ (Place) และเวลา (Time) ภายใต้การ

ประหยัดต่อขนาดในการบริหารงานขององค์กร (วิทยา สุหฤทธิดำรง, 2546) โดยอาศัยกระบวนการที่สำคัญในด้านความร่วมมือระหว่างส่วนงานที่เกี่ยวข้อง (Collaboratier) การติดต่อประสานงาน (Coordinatier) การร่วมมือกัน (Cooperation) กล่าวโดยสรุปว่า กระบวนการบริหารงานด้านโลจิสติกส์เป็นการประสานงานระหว่างกิจกรรมของหน่วยงานในองค์กร และมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เห็นได้จากภาคธุรกิจที่ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง โลจิสติกส์ เนื่องจากต้นทุนการบริหารงานของกิจกรรมดังกล่าวมีมูลค่าสูง หากภาคธุรกิจสามารถบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด จะสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมาก (คนยา นันธนะเลิศวิไล, 2542)

การดำเนินงาน โลจิสติกส์โดยเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นสิ่งที่ดีมากกว่าการแข่งขันกันลดราคาการให้บริการ เพราะในความเป็นจริงต้นทุนโลจิสติกส์ของธุรกิจมีการปรับขึ้นได้ตลอดเวลา จากค่าน้ำมัน ค่าแรงและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ การแข่งขันกันลดราคาจะมีปัญหาตามมาคือการให้บริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากผู้ประกอบการ โลจิสติกส์เห็นว่าการให้บริการโลจิสติกส์สามารถแข่งขันประสิทธิภาพการทำงานที่ดี ก็ไม่ควรแข่งขันเรื่องลดราคา แต่ควรสร้างจุดเด่นเรื่องการบริการที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน เพราะหากส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงเวลา ถึงแม้จะมีราคาที่สูงกว่าเล็กน้อย ก็อาจดีกว่าส่งสินค้าราคาถูกแต่ส่งไม่ตรงเวลา ซึ่งจะทำให้เสียโอกาสทางการค้า ปัจจุบันหลายหน่วยงานมองว่างานด้านโลจิสติกส์คือการแก้ปัญหาประจำวัน ในขณะที่ปัญหาสำคัญคือเรื่องบุคลากร โดยเฉพาะพนักงานส่งสินค้าซึ่งเป็นงานนอกสถานที่ที่ไม่สามารถควบคุมได้ หากจะแก้ปัญหาดังกล่าว คงต้องปรับปรุงเรื่องวินัยในการทำงาน (นฤเบศร์ ทองแดง, 2553)

นอกจากนี้การที่คลังสินค้าส่วนใหญ่อยู่ในซอยแคบหรือพื้นที่ไม่สะดวกต่อการขนส่งสินค้า มักทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ซึ่งแตกต่างจากในต่างประเทศที่มีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับเป็นคลังสินค้าให้องค์กรเอกชน อีกปัญหาของประเทศไทยคือการใช้การขนส่งสินค้าโดยถนนเป็นหลักซึ่งทำให้มีต้นทุนสูง ทั้งที่การขนส่งทางรางมีต้นทุนค่อนข้างต่ำ แต่กลับมีการใช้งานไม่ถึงร้อยละ 2 เป็นเรื่องที่ไม่น่าเชื่อว่าประเทศไทยซึ่งมีขนาดของเศรษฐกิจที่ใหญ่กลับมีการขนส่งทางรายน้อยมาก (นฤเบศร์ ทองแดง, 2553)

องค์กรที่จะประสบความสำเร็จในผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ที่ดีได้ องค์กรนั้นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ในเวลาที่สั้นที่สุดพร้อมกับมีต้นทุนที่ต่ำที่สุด (Sheridan, 1993; Moskal, 1995) ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นสิ่งสำคัญมาก ประกอบกับองค์กรต้องมีความสามารถในการทำงานด้วยเวลาที่สั้นที่สุด (Speed) ต้องสามารถตอบสนองคำสั่งซื้อได้ดี (Order fill capacity) มี

ความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน (Flexibility) ต้องมีความสามารถรองรับและเปลี่ยนแปลง (Adaptability) มีการยืนยันการส่งสินค้าที่แน่นอน (Delivery dependent) ได้ตามความต้องการของลูกค้า (Moskal, 1995) การผลิตต้องคำนึงถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของลูกค้า (Willis, 1998) หากองค์กรมีปัจจัยดังกล่าวนี้ครบถ้วนจะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้

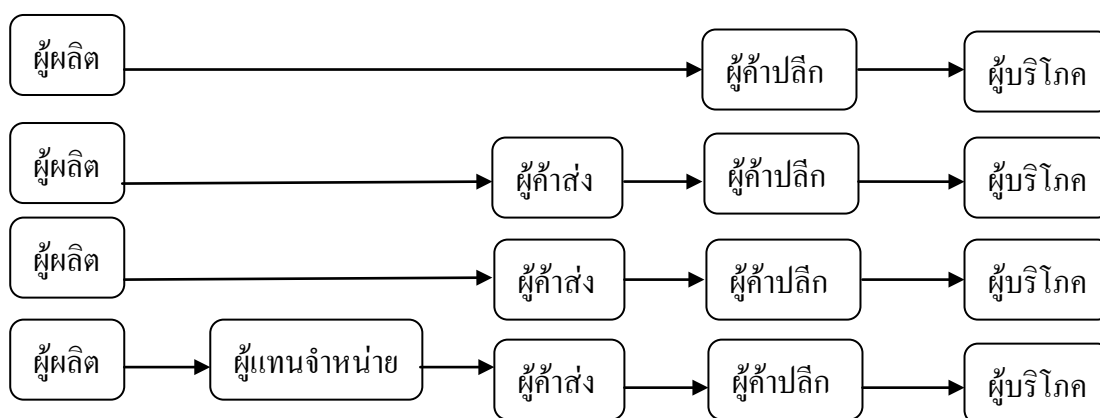
ในขณะที่วัดกันผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ที่ดีต้องแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของระบบงานต่างๆในองค์กร เช่น งานโลจิสติกส์ งานการตลาด งานการผลิต ความสามารถในการผลิต กระบวนการปฏิบัติงานในองค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า (Kim, Cavasgil, & Calantone, 2006) จึงจะสามารถวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขได้ (Tracey, 1998; Kim, Cavasgil, & Calantone, 2006) ดังนั้นผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์จึงส่งผลให้การดำเนินงานด้านการตลาดขององค์กรประสบความสำเร็จพร้อมกับมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น (Tracy & Vonderembse, 2005)

การกระจายสินค้าที่ดีจะพิจารณากลยุทธ์โลจิสติกส์เป็นข้อได้เปรียบหลัก ((Novack, Rinehart, & Langley, 1994) การจัดการโลจิสติกส์ของผู้แทนจำหน่ายไม่เพียงแต่นำความได้เปรียบทางการเงินเท่านั้น (ประหยัดค่าใช้จ่าย) แต่ยังมีประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีความยืดหยุ่นและความคุ้มค่าของห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด (Fuller, O'Connor, & Rawlinson, 1993) ประสิทธิภาพการจัดส่งสินค้าคือเวลาระหว่างการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าจะต้องลดลงและปริมาณการสั่งซื้อจะต้องถูกต้องและแม่นยำ (Morash, Droge, & Vickery, 1996) ความสามารถเหล่านี้มีความสำคัญสำหรับห่วงโซ่อุปทาน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปี พ.ศ. 2555 เป็นประวัติศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่มีตัวเลขสถิติสูงสุดได้ทั้งยอดขายในประเทศไทย ยอดการส่งออก และยอดการผลิต รวมถึงยังมีโอกาสก้าวขึ้นเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก อันเนื่องมาจากหลายปัจจัยที่สนับสนุนอุตสาหกรรม เช่น ความสามารถในการเพิ่มกำลังการผลิตได้อย่างรวดเร็วของค่ายรถหลังต้องเผชิญวิกฤตน้ำท่วมครั้งใหญ่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2554 ผลจากนโยบายรถยนต์คันแรกและการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ออกสู่ตลาดซึ่งก็ได้รับการตอบรับอย่างดี เป็นต้น ส่วนในปี พ.ศ. 2556 แม้ว่าตลาดรถยนต์ในประเทศไทยอาจจะหดตัวลงหลังจากที่ตลาดรถยนต์ปี พ.ศ. 2555 ได้ดึงความต้องการซื้อล่วงหน้าไปแล้วบางส่วน แต่คาดว่าตลาดส่งออกจะยังขยายตัวได้ดี ตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในหลายภูมิภาค รวมทั้งค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ยังคงเดินทางลงทุนขยายกำลังการผลิตในประเทศไทย ด้านตลาดในประเทศไทยแม้ว่ายอดคงค้างส่งมอบรถยนต์ที่ยังมีอีกเป็นจำนวนมาก จะส่งผลทำให้ยอดขายรถยนต์ในประเทศไทยช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2556 มีโอกาสที่จะขยายตัวต่อเนื่อง แต่ในปี พ.ศ. 2555 นับว่าเป็นปีที่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ด้วยตัวเลขทั้งยอดขายในประเทศไทย ยอดการส่งออกและยอดการผลิตที่นอกจากจะสูงเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ทั้งหมดแล้วยังสามารถทำสถิติตัวเลขที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ ด้วยตัวเลขยอดขายในประเทศที่สูงเกินกว่า 1.4 ล้านคัน ยอดการส่งออกสูงกว่า 1 ล้านคัน และยอดการผลิตที่สูงถึงระดับ 2.4 ล้านคัน โดยปัจจัยบวกที่สำคัญคือการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ ที่ตอบสนองต่อความต้องการตลาดได้ดีแล้ว โครงการรถยนต์คันแรกนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลักดันตลาดรถยนต์ไทยในปีนี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

ภาพที่ 1.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย



(ที่มา: ดัดแปลงจาก Peter & Donnelly, Jr.)

### ปัญหาโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

โดยส่วนมากมีสาเหตุจากบุคลากรขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้โลจิสติกส์ บุคลากรที่มีความสามารถจะย้ายงานบ่อย การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความร่วมมือกันและทำงานเป็นทีมทำได้ยาก ผู้บริหารระดับสูงไม่ลงทุนในการพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ ด้านอุปสรรคจากภาครัฐบาลซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ยากในการแก้ไข แต่ในการดำเนินธุรกิจผู้บริหารระดับสูงต้องหาแนวทางรักษาสภาพธุรกิจให้มีความยั่งยืน มีความรู้ในนโยบายของรัฐบาลในทุกกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มองผลกระทบต่อธุรกิจที่เกิดจากผลทางการเมือง ซึ่งต้องสามารถบริหารทรัพยากรได้ในทุกสถานการณ์ ทั้งแรงงาน โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ สินค้าคงคลังและสถานะทางการเงินให้เหมาะสมกับช่วงเวลา ส่วนคู่แข่งในตลาดต้องศึกษาโครงสร้างต้นทุนและผลประกอบการของคู่แข่งในตลาด เป็นมาตรวัดที่ดีที่สุดเพื่อปรับปรุงตัวเองให้สามารถก้าวสู่ความเป็นผู้นำตลาด การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าและระบบการผลิตแบบใช้อุปสงค์ดึงจะขึ้นกับลูกค้า ซึ่งจะไม่มีค่านั่นแน่นอน ขึ้นกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม

การเมือง คู่แข่ง ลูกค้าเป็นหลัก และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศไทยไม่สามารถลงทุนในการติดตั้งระบบสารสนเทศการวางแผนทรัพยากรองค์กรและไม่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติในคลังสินค้าได้ แต่ไม่ได้ถือว่าเป็นปัญหาที่เป็นวิกฤต แต่ในอนาคตผู้ประกอบการจะประสบปัญหาจากการสื่อสารที่ไม่รวดเร็ว ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถจัดการห่วงโซ่อุปทานและเชื่อมต่อกิจกรรมโลจิสติกส์ได้ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2551)

ตารางที่ 1.3 ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น ปี พ.ศ. 2553 (หน่วย : ล้านลิตร)

บริษัทผู้ค้า	มค.-ธค. 2553	ส่วนแบ่งร้อยละปี 2553	มค.-ธค. 2552	ส่วนแบ่งร้อยละปี 2552	เปรียบเทียบ
ปตท	125.611	23.99	113.453	22.75	12.158
เชลล์	102.335	19.54	91.656	18.36	10.779
คาสตรอล/บีพี	69.000	11.27	54.857	11.00	4.143
คาลเท็กซ์/เชฟรอน	32.231	6.16	38.790	7.78	-6.559
เอสโซ่/โมบิล	38.329	7.32	37.271	7.47	1.058
เทรน	21.000	4.01	34.286	6.88	-13.266
อิตีมิตี	36.000	6.88	27.429	5.50	8.571
เพนซอย/สเดจ	28.000	5.35	24.000	4.81	4.000
บางจาก	20.902	3.99	17.468	3.50	3.434
ปิโตรนาส	7.070	1.35	5.804	1.12	1.466
เวลลอย	4.200	0.80	3.960	0.79	0.240
อื่นๆ	48.916	9.34	49.988	10.02	-1.072
รวม	523.594	100.00	498.661	100.00	24.933

(ที่มา: กรมธุรกิจพลังงาน, 2553)

ภาพรวมธุรกิจตลาดน้ำมันหล่อลื่นในประเทศไทย ปัจจุบันมียอดจำหน่ายรวม 360 ล้านลิตรต่อปี มูลค่ากว่า 54,000 ล้านบาท โดยน้ำมันหล่อลื่นปตท.มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้ำมันหล่อลื่นในประเทศไทยอยู่ที่ ร้อยละ 37 เชลล์มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 33 (กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ, 2554)

น้ำมันหล่อลื่นปิโตรเลียมประเทศไทย (ปตท) ครองส่วนแบ่งตลาดมานานหลายปีแล้ว รวมไปถึงการได้รับรางวัลจากหลากหลายสถาบันไม่ว่าจะเป็น Thailand's most admired brand จากนิตยสารแบรนด์เอย 2010, No.1 Brand thailand จากนิตยสารมาร์เก็ตเทียร์ 2011-2012 และรางวัล



จาก TAQA award 2010 ไม่เพียงเท่านั้นยังครองส่วนแบ่งทางการตลาดน้ำมันเครื่องด้วยสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 37 ภาพรวมตลาดน้ำมันหล่อลื่นในปีที่ผ่านมาต้องประสบกับปัญหาเรื่องต้นทุนที่พุ่งสูงขึ้นกว่าร้อยละ 30-40 ส่วนการแข่งขันในปีที่ผ่านมามีแบรนด์น้ำมันหล่อลื่นใหม่ ๆ เข้ามาในตลาด โดยตัวเลขการขายรวมในประเทศมีประมาณ 530 -540 ล้านลิตร และตลาดมีการเติบโตร้อยละ 2 ซึ่งการเติบโตดังกล่าวถือว่าไม่มาก เพราะปัจจุบันคุณภาพน้ำมันและเทคโนโลยีต่างๆถูกทำให้รองรับการใช้งานที่เร็วขึ้น ภาพรวมการแข่งขันของตลาดน้ำมันหล่อลื่นในปีนี้อุดขายรถจะสูงมาก เพราะมีรถใหม่เปิดตัวหลายรุ่น ประกอบกับนโยบายรถคันแรก ทำให้ยอดขายรถใหม่ น่าจะพุ่งสูง นอกจากนั้นแล้วการฟื้นฟูต่าง ๆ ที่ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา ก็จะกลับคืนสู่สภาพเดิม ทำให้คาดว่าภาพรวมตลาดจะเติบโตประมาณร้อยละ 4 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าปกติที่จะโตประมาณร้อยละ 2 ส่วนปัจจัยเสี่ยงที่ต้องกังวลว่าจะกระทบกับตลาดน้ำมันหล่อลื่นนั้นก็มาจากต้นทุนที่ขยับสูงขึ้นและค่าแรงที่จะปรับขึ้นมา (รัชเดช เข้มทอง, 2555)

## 2. คำถามในการทำวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย เป็นการศึกษาประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ โดยเฉพาะที่มุ่งสำหรับผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงนำไปสู่คำถามของการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรสำคัญด้านกิจกรรมโลจิสติกส์การจัดการภารกิจขนส่งสินค้า ด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ด้านความพร้อมอุปกรณ์เครื่องมือ ด้านพฤติกรรมพนักงาน ตัวแปรด้านใดที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย
2. ตัวแปรสำคัญด้านกิจกรรมโลจิสติกส์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้านระดับสินค้าคงคลัง ด้านการหมุนเวียนสินค้า ด้านฐานข้อมูลสินค้า ตัวแปรด้านใดที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย
3. ตัวแปรสำคัญด้านกิจกรรมโลจิสติกส์บรรจุภัณฑ์สินค้า ด้านความแข็งแรงทนทาน ด้านความเหมาะสมปลอดภัย ด้านความสะดวกการใช้งาน ตัวแปรด้านใดที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย
4. ตัวแปรสำคัญด้านกิจกรรมโลจิสติกส์การจัดการคลังสินค้า ด้านการจัดเก็บสินค้า ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้า ด้านการโอนถ่ายข้อมูล ตัวแปรด้านใดที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

5. ปัจจัยภายในองค์กร ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ด้านคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ ตัวแปรด้านใดมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม โลจิสติกส์กับประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

6. ปัจจัยภายนอกองค์กร ด้านสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ด้านการสนับสนุนของภาครัฐบาล ตัวแปรด้านใดมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม โลจิสติกส์กับประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

### 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจตัวแปรสำคัญต่อกิจกรรม โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่าย การจัดการภารกิจขนส่งสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง บรรจุกิจกรรมสินค้า การจัดการคลังสินค้า ผลิตภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาความสามารถ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่เกี่ยวข้องระหว่างกิจกรรม โลจิสติกส์และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

5. เพื่อนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิผลและลดต้นทุน เพื่อให้ผู้จำหน่ายเกิดประโยชน์สูงสุด

### 4. ข้อมูลพื้นฐานการวิจัยด้านน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์

น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่า น้ำมันหล่อลื่น หรือน้ำมันเครื่อง ประกอบไปด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ น้ำมันพื้นฐานและสารเพิ่มคุณภาพ น้ำมันเครื่องมีหน้าที่ลดแรงเสียดทานของวัตถุชิ้นที่เสียดสีกัน ระบายความร้อนของเครื่องยนต์ เคลือบช่องว่างระหว่างผิวสัมผัส ทำความสะอาดเขม่าและเศษโลหะภายในเครื่องยนต์ ป้องกันการกัดกร่อนจากสนิมและกรดต่าง ๆ และป้องกันกำลังอัดของเครื่องยนต์รั่วไหล เป็นต้น

แหล่งที่มาของน้ำมันพื้นฐานที่ใช้ทำน้ำมันเครื่องมี 3 แหล่งคือ

1. น้ำมันที่สกัดจากพืช
2. น้ำมันที่สกัดจากน้ำมันดิบ

3. น้ำมันสังเคราะห์ น้ำมันชนิดนี้จะให้คุณภาพของน้ำมันเครื่องที่ดีที่สุด
4. น้ำมันหล่อลื่น

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมันดิบมีช่วงจุดเดือดระหว่าง 380-500 องศาเซลเซียส และเติมสารเพิ่มคุณภาพต่าง ๆ ในปริมาณเล็กน้อยเพื่อปรับปรุงคุณสมบัติให้เหมาะสมสำหรับใช้งานหล่อลื่นแต่ละอย่าง เช่น ความหนืดโดยเยื่อบางๆหรือเนื้อครีมของน้ำมันหล่อลื่นจะเคลือบอยู่ระหว่างผิวของชิ้นส่วน 2 ประเภท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนโลหะที่มีการเคลื่อนไหวผ่านไปมา ทำหน้าที่ป้องกันการเสียดสีกันโดยตรง ขณะเดียวกันจะช่วยทำความสะอาดและระบายความร้อน โดยช่วยระบายความร้อนจากเครื่องยนต์ได้ถึงร้อยละ 30 แอคติฟอื่น ๆ ที่มักผสมลงไปด้วย ได้แก่ สารป้องกันสนิมและการกัดกร่อน

#### บทบาทของน้ำมันหล่อลื่น

น้ำมันหล่อลื่นนั้นมีความสำคัญในการปกป้องเครื่องยนต์ โดยเฉพาะการลดการสึกหรอ แต่ น้ำมันหล่อลื่นก็ยังมีข้อดีอื่น ๆ อีกเช่นกัน เช่นทำให้บริเวณที่มีอุณหภูมิสูงนั้นเย็นลง และช่วยทำให้ ส่วนประกอบต่างๆทำงานได้ตามปกติ ลดการเสียดสี ทำให้เครื่องยนต์ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและลดการใช้พลังงาน ช่วยปกป้องการสึกหรอของเครื่องยนต์ เพิ่มอายุการใช้งาน ช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด ทำให้มีอายุการใช้งานนานขึ้นและอยู่ในสภาพดี คงทน

#### มาตรฐานน้ำมันเครื่อง

1. มาตรฐานของสมาคมวิศวกรยานยนต์ (Society of automotive engineer : SAE) ใช้ระบุความหนืด (ความข้นใส) ของน้ำมันเครื่อง ค่ายิ่งมากก็ยิ่งมีความหนืดมาก โดยแบ่งน้ำมันเครื่องออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ

- เกรดเดี่ยว (Monograde) คือ น้ำมันเครื่องที่มีค่าความหนืดค่าเดียว เช่น SAE 40 หมายความว่า ณ อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส น้ำมันจะมีค่าความหนืดอยู่ที่ เบอร์ 40
- เกรดรวม (Multigrade) คือ น้ำมันเครื่องที่มีค่าความหนืด 2 ค่า เช่น SAE 20W-50 หมายความว่า ในอุณหภูมิ -25 องศาเซลเซียส น้ำมันจะมีค่าความหนืดอยู่ที่ เบอร์ 20 แต่เมื่ออุณหภูมิสูงถึง 100 องศาเซลเซียส จะเปลี่ยนค่าความหนืดเป็น เบอร์ 50
- อักษร "W" ใช้เป็นตัวบ่งบอกว่าค่าความหนืดนี้เป็นเกรดฤดูหนาว (วัดที่ -25 องศาเซลเซียส) หากไม่มีจะเป็นเกรดฤดูร้อน (วัดที่ 100 องศาเซลเซียส)

2. มาตรฐานของสถาบันปิโตรเลียมอเมริกัน (The american petroleum institute : API) ใช้ระบุประเภทของเครื่องยนต์และสมรรถนะในการปกป้องชิ้นส่วนของเครื่องยนต์ สำหรับเครื่องยนต์เบนซินใช้อักษร "S" (Spark ignition) เช่น SA SC SD SE SF SG SH SI SJ SL SM SN ส่วนเครื่องยนต์ดีเซลใช้อักษร "C" (Compress ignition) เช่น CD CB ... CF4 บางครั้งอาจเห็นทั้ง "S" และ "C" มาด้วยกัน เช่น SG/CH4 ได้แก่ น้ำมันเครื่องนี้เหมาะสำหรับการใช้กับเครื่องยนต์เบนซิน แต่ก็สามารถใช้กับเครื่องยนต์ดีเซลได้ในระยะสั้น หรือ CH4/SG ก็จะถูกใช้กับเครื่องยนต์เบนซิน แต่ก็สามารถใช้กับเครื่องยนต์ดีเซลได้ในระยะสั้น (วิกิพีเดีย, 2555)

ปัญหาของการจัดการระบบโลจิสติกส์ในภาคอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศไทย มีสาเหตุหลัก ๆ คือ การไม่มีการวางแผนที่ชัดเจนและไม่มีความถี่ในการผลักดันด้านนโยบายที่มีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาถึงระบบโลจิสติกส์ในภาคอุตสาหกรรมน้ำมันของประเทศไทยแล้วถือว่า ยังอยู่ในขั้นระหว่างการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากระบบการกระจายสินค้าไปสู่ขั้นโลจิสติกส์แบบบูรณาการ เมื่อพิจารณาด้านต้นทุนโลจิสติกส์สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน จะเห็นได้ว่าบริษัทน้ำมันโดยทั่วไปอาจจะแบ่งค่าใช้จ่ายที่ประกอบกันเป็นต้นทุนโลจิสติกส์ออกเป็น 6 ส่วนด้วยกัน ดังแสดงในตารางที่ 2 จากส่วนประกอบของต้นทุนโลจิสติกส์สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันจะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการขนส่งหรือการกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันตั้งแต่จากแหล่งน้ำมันดิบ ไปจนถึงมือผู้บริโภคลำดับสุดท้าย (ลูกค้า หรือสถานีบริการน้ำมัน) มีมากถึงร้อยละ 62 ของต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งหมด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าขั้นตอนการขนส่งและขั้นตอนกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันเป็นส่วนประกอบหลักของต้นทุนโลจิสติกส์ ถ้าหน่วยงานหรือองค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพหรือลดต้นทุนในการดำเนินงานในส่วนนี้ลงได้ จะทำให้ประเทศไทยลดต้นทุนทางด้านพลังงานลงได้อย่างมหาศาล (มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะโลจิสติกส์ และสาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า, 2553)

ตารางที่ 1.4 ส่วนประกอบของต้นทุนโลจิสติกส์ สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมัน

หน่วย : บาท/ลิตร	น้ำมันดิบ	ผลิตภัณฑ์
1. ต้นทุนค่าระวางขนส่งน้ำมัน		
● การเก็บรักษาในสนาม	0.50	-
● การเก็บรักษาถึงโรงกลั่น	0.06	-
● โรงกลั่นไปถึงการเก็บรักษาและการกระจาย	-	0.10
● การเก็บรักษาและการกระจายไปถึงลูกค้า	-	0.15
● ต้นทุนการจอด	0.03	-

ตารางที่ 1.4 (ต่อ)

หน่วย : บาท/ลิตร	น้ำมันดิบ	ผลิตภัณฑ์
2. ต้นทุนการเก็บรักษา		
• ค่าระดับความรวดเร็ว	0.05	0.05
• ดอกเบี้ย	0.10	0.10
3. การสูญเสียน้ำมัน (0.4%)	0.07	0.11
4. หน้าที่และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า	0.01	
5. ต้นทุนการประกัน	0.01	
6. ผู้สำรวจตรวจสอบผลิตภัณฑ์	0.01	0.01
<b>รวม</b>	<b>0.84</b>	<b>0.52</b>
<b>ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา/บาร์เรล</b>	<b>3.26</b>	<b>2.02</b>

(ที่มา: บางจากปิโตรเลียม, 2548)

แม้ว่าโครงการวิจัยนี้จะทำการศึกษาวิเคราะห์ในขั้นตอนการวางแผนการขนส่งและกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันทั้งหมด ซึ่งได้แก่การขนส่งในส่วนต่างๆที่กระทำต่อเนื่องกัน คือ 1) การขนส่งระหว่างแหล่งน้ำมันดิบไปยังแหล่งจัดเก็บน้ำมัน 2) การขนส่งจากแหล่งจัดเก็บน้ำมันไปยังโรงกลั่น 3) การขนส่งจากโรงกลั่นไปยังคลังเก็บน้ำมันเพื่อขาย และ 4) การขนส่งจากคลังไปยังผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ทางทีมงานวิจัยได้มุ่งเน้นในการขนส่งและการกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันในขั้นตอนที่ 3 และ 4 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของขั้นตอนการขนส่งทั้งหมด

จากสถานการณ์ปัจจุบันของระบบโลจิสติกส์ในภาคอุตสาหกรรมน้ำมันของประเทศไทย ในส่วนของการขนส่งและการกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันภายในประเทศ (การขนส่งในขั้นตอนที่ 3 และ 4) ประสบกับปัญหาที่สำคัญหลายประการ ทั้งปัญหาในระดับนโยบายและปัญหาระดับการปฏิบัติการ บริษัทน้ำมัน อาทิเช่น บางจาก ปตท. เชลล์ และคาลเท็กซ์ ได้พยายามหาแผนการและวิธีดำเนินการเพื่อที่จะลดต้นทุนการกระจายผลิตภัณฑ์น้ำมันของตน โดยเริ่มจากน้ำมันที่ผลิตได้จากโรงกลั่น บริษัทจะต้องตัดสินใจที่จะขนส่งน้ำมันปริมาณเท่าไร การขนส่งในรูปแบบใด ไปยังคลังน้ำมันที่ใด ที่ตั้งกระจายอยู่ทั่วประเทศ คลังน้ำมันที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการกระจายผลิตภัณฑ์ของบริษัทอาจจะแบ่งตามรูปแบบของการบริหารได้ 3 ประเภทคือ 1) คลังน้ำมันที่บริษัทเป็นเจ้าของ 2) คลังน้ำมันที่เป็นการร่วมทุนระหว่าง 2 บริษัท 3) คลังน้ำมันเช่า และ 4) คลังน้ำมันที่เป็นจุดเชื่อมหรือแลกเปลี่ยนน้ำมันระหว่างบริษัท ยกตัวอย่างเช่น บริษัทบางจากไม่มีคลังน้ำมันในแถบจังหวัดภาคใต้ เมื่อบริษัทบางจากจำเป็นต้องขนส่งน้ำมันไปให้ลูกค้าหรือสถานีบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ใน

จังหวัดทางภาคใต้ บริษัทบางจากจะขอยืมน้ำมันจากคลังน้ำมันของบริษัทกาลเท็กซ์ เช่น ที่สงขลา เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งของบริษัท ในทางตรงกันข้าม บริษัทกาลเท็กซ์ไม่มีคลังน้ำมันที่กรุงเทพฯ ก็สามารถขอยืมน้ำมันจากคลังบางจากที่กรุงเทพฯได้ในลักษณะเดียวกัน

สังเกตได้ว่า แม้ว่าการทำงานแลกเปลี่ยนสถานที่จะช่วยให้นักบริหารน้ำมันสามารถลดต้นทุนในการขนส่งได้เป็นอย่างมาก โดยอาศัยการใช้ทรัพยากรของคลังน้ำมันร่วมกัน แต่กลยุทธ์ดังกล่าวสามารถกระทำได้เป็นส่วนน้อยเท่านั้น เนื่องจากนโยบายและการแข่งขันระหว่างบริษัทน้ำมันด้วยกันเอง ยกตัวอย่างเช่น แม้ว่าบริษัทน้ำมันที่ถูกบริหารโดยภาครัฐระหว่างบางจากและปตท. ยังเผชิญอุปสรรคในข้อตกลงที่จะทำการเชื่อมต่อกัน

เมื่อน้ำมันได้ถูกจัดส่งไปยังคลังน้ำมันต่างๆที่ตั้งอยู่ทั่วประเทศไทย ขั้นตอนต่อไปคือขั้นตอนการวางแผนการขนส่งน้ำมันจากคลังน้ำมันไปยังลูกค้าหรือสถานีบริษัท ณ คลังน้ำมันแต่ละแห่งอาจจะแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ลูกค้าจัดรถบรรทุกมารับน้ำมันเองที่หน้าโรงกลั่น และ 2) บริษัทน้ำมันทำการขนส่งน้ำมันให้กับลูกค้า โดยที่ราคาน้ำมันประเภทหลังนี้ เป็นราคาน้ำมันหน้าโรงกลั่นรวมกับราคาค่าขนส่ง อย่างไรก็ตาม สังเกตด้วยการคิดราคาค่าขนส่งน้ำมันนั้นจะถูกกำหนดจากทางรัฐ ซึ่งแตกต่างกันไปตามจังหวัด โดยเฉพาะรัฐได้กำหนดราคาค่าขนส่งน้ำมันในเขตกรุงเทพฯ (Distribution charge) เท่ากับร้อยละ 0 ซึ่งทำให้ไม่มีลูกค้าประเภทแรก และบริษัทน้ำมันต้องแบกรับภาระค่าขนส่งเอง

เมื่อได้รับปริมาณการสั่งซื้อน้ำมัน (Order) ในแต่ละวัน ฝ่ายการวางแผนการขนส่งจะต้องออกแบบ วางแผนและตัดสินใจว่าจะขนส่งน้ำมันจากคลังไหนดีไปให้ลูกค้าที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ (Vehicle routing with multiple O-D) โดยทั่วไปแล้ว ขั้นตอนนี้จะถูกกระทำโดยนักวางแผนที่มีความรู้และประสบการณ์ อย่างไรก็ตามการวางแผนในส่วนนี้ยังขาดเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งไม่มีตัวบ่งชี้หรือค่าจากการประเมินว่าวิธีหรือแผนการดำเนินการที่ได้ทำนั้น ดีหรือไม่มากนักน้อยเพียงไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลายบริษัทในภาคอุตสาหกรรมน้ำมันยังขาดระบบการวางแผนแบบศูนย์กลาง (Centralized planning system) นั่นคือ นักวางแผนการขนส่งที่คลังน้ำมันแต่ละแห่ง ก็จะวางแผนแยกส่วนกันออกไป ซึ่งในทางปฏิบัติอาจจะมีการแบ่งปันข้อมูลจากโทรศัพท์บ้าง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันบริษัทน้ำมันต่างก็พยายามใช้ทรัพยากรของรถบรรทุกน้ำมันให้เต็มที่ เพิ่มประสิทธิภาพ ลดระยะทางการขนส่ง และการใช้รถขนาดใหญ่มาทำการเชื่อมต่อแบบหลายจุด เพื่อให้ขนส่งได้ครั้งละมากๆ และลดต้นทุนในการขนส่ง นอกจากนี้ บริษัทตั้งเป้าที่จะลดจำนวนรถวิ่งเที่ยวเปล่า โดยเป็นการวางแผนเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งระหว่างคลังน้ำมันต่างๆที่มีอยู่ทั้งหมด (รวมถึงคลังน้ำมันที่บริษัททำการแลกเปลี่ยนกับคลังน้ำมันอื่น ๆ) นั่นคือ รถบรรทุก

อาจจะเริ่มต้นการขนส่งที่คลังน้ำมัน A และสิ้นสุดการทำงานที่คลังน้ำมัน B ในวันหนึ่ง และเริ่มต้นการขนส่งที่คลังน้ำมัน B ในอีกวันหนึ่ง ซึ่งการวางแผนดังกล่าวจะต้องพิจารณาถึงเงื่อนไขและปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาทิเช่น การขนส่งด้วยรถบรรทุกไม่ควรจะย้อนทิศทางการขนส่งทางท่อ จากคลังน้ำมันแห่งหนึ่งไปยังคลังน้ำมันแห่งหนึ่ง เพราะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งซ้ำกันถึง 2 ครั้ง (มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะโลจิสติกส์ และสาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า, 2553)

#### 5. สมมุติฐานงานวิจัย

(H1) : การจัดการภารกิจขนส่งสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

(H2) : การบริหารสินค้าคงคลังมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

(H3) : บรรจุภัณฑ์สินค้ามีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

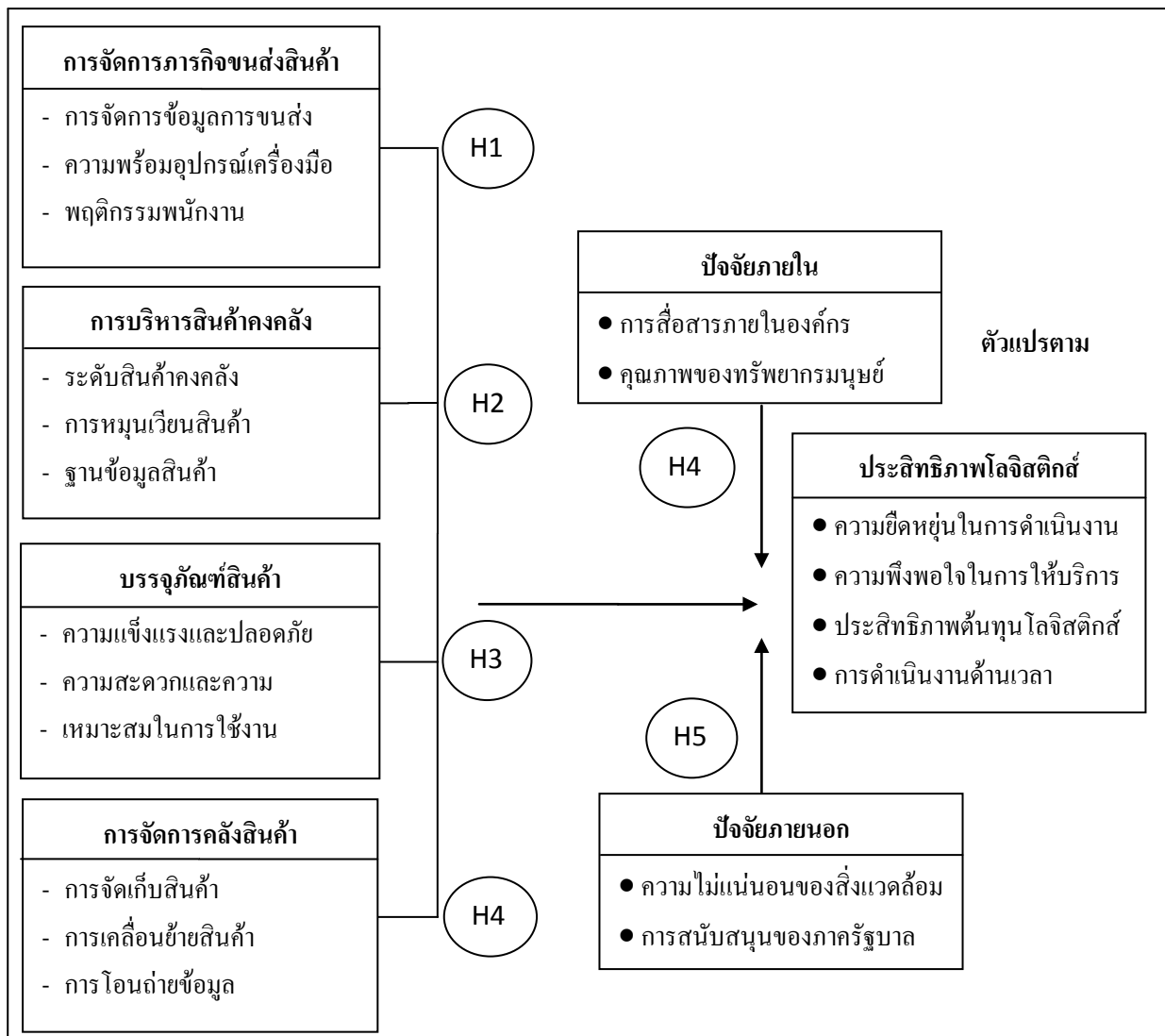
(H4) : การจัดการคลังสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

(H5) : ปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อกิจกรรม โลจิสติกส์กับประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

(H6) : ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อกิจกรรม โลจิสติกส์กับประสิทธิภาพ โลจิสติกส์

## 6. กรอบแนวคิดการวิจัย

### ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.2: ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย

## 7. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

**โลจิสติกส์** หมายถึง กระบวนการวางแผน วิธีการ การควบคุมประสิทธิภาพการไหลของต้นทุน ในกระบวนการสินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป และเกี่ยวกับข้อมูลจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า รวมถึง



กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการทั้งภาคการผลิตและภาคการบริการ รวมการแปรสภาพหรือการนำสินค้ากลับมาใช้ใหม่

**โซ่อุปทาน** หมายถึง การเชื่อมต่อของหน่วยหรือจุดต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้ายคือลูกค้า

**การจัดจำหน่าย** หมายถึง วิธีการที่สินค้าและบริการที่ผู้ขายนำส่งให้ถึงมือผู้รับ ซึ่งอาจเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อขายต่อหรือผู้บริโภคคนสุดท้าย เป็นการจัดการเกี่ยวกับการบริการ การซ่อมแซม การส่งคืนสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การขนส่ง

**องค์กร** หมายถึง หน่วยงานต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคม โรงเรียน บริษัทห้างร้าน หน่วยงานราชการต่าง ๆ โรงพยาบาล โรงงาน

**ประสิทธิภาพ** หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมและต้นทุนน้อยที่สุด

**จีดีพี** หรือผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (Gross domestic product - GDP) คือผลรวมสุดท้ายทั้งหมดของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ

**การขนส่ง** หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือผู้บริโภค รวมทั้งสินค้าและโภคภัณฑ์ จากที่หนึ่งไปยังที่อีกแห่งหนึ่ง ไม่ว่าจะอยู่ใกล้ไกล โดยอุปกรณ์หรือสิ่งต่างๆของการขนส่ง เป็นพาหนะสำหรับนำหรือพาไปตามความประสงค์

**สินค้าคงคลัง** หมายถึง วัตถุดิบ ชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์ วัสดุสิ้นเปลือง หรืออะไหล่เครื่องจักร ที่อยู่ในการรับ ส่ง รวบรวม กระจาย และ จัดเก็บ ระหว่างจุดต่างๆในห่วงโซ่อุปทาน

**บรรจุภัณฑ์** หมายถึง สินค้า ทุกชนิดที่ทำจากวัสดุใดๆ ที่นำมาใช้สำหรับห่อหุ้ม ป้องกัน ถิ่นเสียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า ตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิต ตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค

**คลังสินค้า** หมายถึง สถานที่สำหรับวาง จัดเก็บ พัก กระจายสินค้าคงคลัง คลังสินค้านี้มีชื่อเรียกได้ต่าง ๆ กัน อาทิ ศูนย์กระจายสินค้า, ศูนย์จำหน่ายสินค้า และ โกดัง

**ปัจจัยภายใน** หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ธุรกิจสามารถกำหนดและควบคุมได้เป็นไปตามความต้องการของธุรกิจ

**ปัจจัยภายนอก** ปัจจัยบังคับภายนอกธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อระบบการตลาด ถือว่าเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้แต่มีอิทธิพลต่อระบบการตลาด คือสร้างโอกาสหรืออุปสรรคแก่ธุรกิจ

**การสื่อสาร** หมายถึง การสื่อสารภายในบริษัท ผู้จำหน่ายวัตถุดิบและลูกค้า หรือทั้งระบบโซ่อุปทาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง รวมทั้งการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ

**ต้นทุน** หมายถึง มูลค่าของเงินที่สูญเสียไปในการผลิต และไม่สามารถจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีก

**ความยืดหยุ่น** หมายถึง เป็นการวัดเพื่อดูปฏิกิริยาตอบโต้ของจำนวนซื้อ หรือจำนวนขายที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดต่างๆว่ามีความไวมากน้อยเพียงไร

**ส่วนแบ่งทางการตลาด** หมายถึง การจัดแบ่งลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมดออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยจัดให้องค์กรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน ด้านความต้องการในผลิตภัณฑ์มีการตอบสนองต่อสิ่งเล้าทางการตลาดที่เหมือนกัน เป็นกลุ่มตลาดเดียวกัน

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความคาดหวังและความต้องการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ความคาดหวังสูงสุดในมารยาท และการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

**วัฒนธรรมองค์กร** หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลในองค์กรหนึ่งปฏิบัติเหมือน ๆ กัน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะองค์กรนั้น เกิดจากการเชื่อมโยง ผสมผสานกันระหว่างเจตคติของบุคคล ค่านิยม ความเชื่อ ปทัสถาน และการกระทำของบุคคล ของกลุ่ม ขององค์กร นโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เทคโนโลยี สภาพของกลุ่มความสำเร็จขององค์กร จนเป็นที่ยอมรับของบุคคลในองค์กร

**เทคโนโลยีสารสนเทศ** หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้จัดการสารสนเทศ เป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การแสดงผลลัพธ์ การทำสำเนา และการสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

## 8. ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้สร้างเป็นแบบจำลองในการค้นหาความมีนัยสำคัญของประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถกำหนดระดับความมีนัยสำคัญของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อยอดขาย ซึ่งนักการตลาดสามารถนำแบบจำลองนี้ไปใช้กับประชากรกลุ่มอื่นที่แตกต่างกันออกไปได้ เพื่อเป็นแนวทางในความสามารถการดำเนินงาน โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพให้องค์กรนั้น ๆ ต่อไป โดยในการศึกษางานวิจัยนี้คาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับคือ

1. ผลจากการสำรวจปัจจัยขององค์กรทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมขององค์กรผู้แทนจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย
2. ผลจากการศึกษาการดำเนินงานกิจกรรม โลจิสติกส์ทำให้ทราบแนวทางการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ข้อได้เปรียบการแข่งขัน วิธีการลดต้นทุน เพิ่มยอดขายและกำไร จากกระบวนการ โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

3. ผลจากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทย
4. ผลของประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายที่วิจัยในครั้งนี้จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ขององค์กร สร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน สร้างความพึงพอใจของ ลูกค้าและความสามารถในการตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ในการแข่งขันทางธุรกิจ
5. ผลการวิจัยทำให้เข้าใจประสิทธิภาพโลจิสติกส์และสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลใน การพัฒนาความสามารถการดำเนินงาน โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ นำข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อขยายขอบเขตการศึกษาและการวิจัยทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก
6. ผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นยานยนต์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในองค์กร ปรับปรุง แก้ไข เพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด
7. องค์กรอื่น ๆ สามารถประยุกต์ใช้ผลจากการวิจัยไปช่วยในการพัฒนาการวางแผน จัดการเชิงควบคุมและเชิงปฏิบัติการ โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 9. สรุป

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ ในประเทศไทย ผู้วิจัยเป็นผู้ประกอบการผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ ได้เห็น ถึงปัญหาต้นทุน โลจิสติกส์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขนส่งสินค้าไม่ตรงเวลา และการบริการที่ เกิดขึ้นยังไม่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเท่าที่ควรซึ่งปัญหาเกิดขึ้นจากหลาย ๆ กิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น การจัดการภารกิจขนส่งสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง บรรจุภัณฑ์สินค้า การจัดการ คลังสินค้า และผู้วิจัยยังเห็นถึงปัญหาต่าง ๆ จากปัจจัยภายในและภายนอกที่ยังไม่สามารถควบคุมได้ ผู้วิจัยคิดว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ยังสามารถที่จะปรับปรุงและพัฒนาไปได้อีก เพื่อการดำเนินงาน โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ถึงแม้ว่าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธุรกิจอุตสาหกรรมน้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ด้านการจัด จำหน่ายจะมีต้นทุนแรงงานและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆแล้ว ต้นทุนทางด้าน โลจิสติกส์ถือได้ว่าเป็น ส่วนของต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องทุกปี และถือได้ว่าเป็นส่วนของต้นทุนที่มีความสำคัญเป็น อย่างมาก การขนส่งที่มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนต่ำ จึงเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนการพัฒนา และก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างยั่งยืน และยังเป็นการเสริมสร้างขีด ความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อีกด้วย นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ ฉบับที่ 1 ที่มีนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนเพื่อผลักดันให้เกิดการกระจายความเจริญไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ (กรมขนส่งทางบก, 2556, น. 1) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ มีการเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีการค้าและบริการด้านการขนส่งอย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 ที่ประชาชนในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศสามารถขออนุญาตประกอบการขนส่งภายในประเทศไทยได้ โดยสามารถถือครองหุ้นได้สูงสุดร้อยละ 70 ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งทำงานอย่างมืออาชีพที่มีศักยภาพมีความชำนาญในระดับอาเซียน ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและพัฒนาศักยภาพเพื่อบริหารและจัดการกับทรัพยากรขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จ สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเก็บสินค้า รวมไปถึงการขนส่งไปยังจุดปลายทางที่มีทั้งความถูกต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด

การบริหารงานด้านโลจิสติกส์โดยเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงเป็นสิ่งที่ดีมากกว่าการแข่งขันกันลดราคาการให้บริการ เพราะในความเป็นจริงต้นทุนของธุรกิจโลจิสติกส์มีการปรับขึ้นทุกวันจากค่าน้ำมัน ค่าแรงและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ การแข่งขันในเรื่องการลดราคาจะมีปัญหาตามมา คือการให้บริการที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น หากผู้ประกอบการโลจิสติกส์เห็นว่าการให้บริการโลจิสติกส์สามารถแข่งขันประสิทธิภาพการทำงานที่ดีได้แล้ว ก็ไม่ควรแข่งขันเรื่องราคา แต่ควรสร้างจุดเด่นเรื่องบริการที่มีประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า

กระบวนการบริหารงานด้านโลจิสติกส์เป็นการประสานงานระหว่างกิจกรรมของหน่วยงานในภาคธุรกิจต่าง ๆ และมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อธุรกิจเห็นได้จากภาคธุรกิจได้ให้ความสำคัญในเรื่องโลจิสติกส์มากขึ้น เนื่องจากต้นทุนการบริหารของกิจกรรมดังกล่าวมีมูลค่าสูง หากภาคธุรกิจสามารถบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด จะสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมาก

ดังนั้นจากสาเหตุความสำคัญของปัญหาโลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นยานยนต์ในประเทศไทยนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยนำกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบจากปัจจัยภายในและภายนอก และมีตัวชี้วัดประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมพร้อมกับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ซึ่งงานวิจัยนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในระดับประเทศชาติ และระดับภาคธุรกิจรวมถึงก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ให้แก่วงการวิชาการด้านโลจิสติกส์อีกด้วย