

## บทสรุปโครงการ

โครงการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงกระบวนการจัดการโซ่อุปทานและการกระจาย (Supply Chain and Distribution) ก๋วยเตี๋ยวเส้นสด ให้สามารถส่งตรงจากมือผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วแต่คงไว้ซึ่งคุณภาพและความสดของเส้นก๋วยเตี๋ยว ในการแก้ปัญหากระบวนการคุณภาพและการยืดอายุของก๋วยเตี๋ยวเส้นสด จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์โดยพิจารณาลักษณะการไหลของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งมีกระบวนการตั้งแต่การจัดซื้อ/จัดหาวัตถุดิบ การแปรรูปเป็นก๋วยเตี๋ยวเส้นสด การขนส่ง และการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว จากผลการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในปัจจุบันสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1. กระบวนการจัดการโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าในปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อคุณภาพก๋วยเตี๋ยวเส้นสด

#### 1.1 วัตถุดิบ

ข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสด แต่เนื่องจากปริมาณผลผลิตของข้าวซึ่งเป็นสินค้าเกษตรที่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล มีราคาที่เป็นไปตามกลไกตลาดและยังขึ้นอยู่กับความเหมาะสมด้านพื้นที่การเพาะปลูกด้วย จากข้อจำกัดดังกล่าวทำให้เกิดปัญหาในการรวบรวมวัตถุดิบจากพื้นที่เพาะปลูกต่างๆ เพื่อให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและการตรวจวิเคราะห์คุณภาพข้าว

#### 1.2 การผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสด

ปัจจุบันพบว่ายังมีโรงงานผู้ผลิตจำนวนมากที่ยังดำเนินการผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดด้วยวิธีการดั้งเดิม และไม่มีมีการจัดการกระบวนการผลิตอาหารตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต การแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ คือการเพิ่มปริมาณสารกันบูด เพื่อยืดอายุของก๋วยเตี๋ยวให้ถึงระยะเวลาที่รับประทาน ประกอบกับการที่ **ราคาค่าหัวมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น** ทำให้โรงงานผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดและศูนย์กระจายสินค้าต้องปรับเปลี่ยนระบบการขนส่งก๋วยเตี๋ยวเส้นสดให้มีความถี่น้อยลง นอกจากนี้ในระหว่างการขนส่งในลักษณะที่อากาศไม่ปกติ มีทั้งอากาศร้อนอบอ้าว และฝนตก หาก **รถที่ใช้ขนส่งมีการคลุมผ้าพลาสติกหรือการปกปิดหลังคาและประตูรถที่มิดชิด** ทำให้ไม่มีการระบายอากาศที่ดีจะทำให้ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดเสียเร็วขึ้น เนื่องจาก **บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุก๋วยเตี๋ยวเส้นสดเป็นถุงพลาสติกธรรมดา (PP)** โดยมีทั้งประเภทมีรูระบายอากาศและไม่มีการระบายอากาศ โดยถุงที่มีรูระบายอากาศจะมีการถ่ายเทอากาศของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดได้ดี แต่มีโอกาสถูกปนเปื้อนระหว่างการขนส่งและจัดเก็บได้ง่าย ในขณะที่ถุงประเภทที่ไม่มีรูระบายอากาศจะสามารถป้องกันการปนเปื้อนได้ดีแต่พบปัญหาการระบายอากาศ ทำให้สินค้ามีโอกาสเน่าเสียได้ง่าย

#### 1.3 ระบบการตลาดและการกระจายสินค้า

ระบบการตลาดของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ทำให้โรงงานผู้ผลิตเกิดการแย่งชิงตลาดและการขยายตลาดในพื้นที่ใหม่ๆ โดยผู้กระจายสินค้าที่สำคัญมากที่สุดในระบบห่วงโซ่อุปทาน คือ ผู้ค้าส่ง เพราะเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดส่วนแบ่งตลาดของแต่ละยี่ห้อ เพื่อขายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกและลูกค้ารายย่อยในระดับถัดไป ซึ่งทำให้เกิด **ปัญหาการมุ่งเน้นกำไรโดยเน้นขายยี่ห้อที่ได้กำไรส่วนต่างจากการโรงงานที่ให้มากกว่าของผู้ค้าส่ง** นอกจากนี้ผู้ค้าส่งส่วนใหญ่ยังไม่ได้ใส่ใจในการจัดเก็บสินค้าเท่าที่ควร **ไม่มีการขายสินค้าในลักษณะมาก่อนไปก่อน (First In First Out: FIFO)** การขายสินค้าจะขึ้นอยู่กับ

สะดวกในการหยิบสินค้าเป็นหลัก รวมทั้งสถานที่จัดเก็บหรือแผงขายก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในตลาดสดส่วนใหญ่ยังมีการจัดเก็บที่ไม่ถูกสุขลักษณะ บางส่วนมีการจัดเก็บแบบวางกองไว้กับพื้นหรือวางไว้ปะปนกับสินค้าอื่น โดยเฉพาะสินค้าที่มีความเปียกชื้น ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการเกิดราได้ง่ายขึ้นและเป็นสาเหตุที่ทำให้ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมีอายุสั้นลง และหากสถานที่จัดเก็บไม่มีการระบายอากาศที่ดีพอก็จะเป็นการเร่งให้ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดเน่าเสียได้ง่ายกว่าปกติได้

#### 1.4 ร้านค้าอาหารและผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยว

ร้านค้าผู้ขายอาหารและผู้บริโภคก๋วยเตี๋ยวเส้นสดยังขาดความรู้และความเข้าใจของการใส่สารกันบูดลงในการผลิต ทำให้มีการคำนึงถึงอันตรายของสารดังกล่าวค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องจากในระบบการตลาดของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างเสรี ทำให้ผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดจากต่างถิ่นเข้ามาขยายตลาดโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาและการเก็บรักษาสินค้าได้นานมาแข่งขัน

## 2. กลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์และการกระจายก๋วยเตี๋ยวเส้นสด

คณะวิจัยได้ทำการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์ (Criteria) ของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดโดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ โดยมีการพิจารณาเกณฑ์ 3 อย่าง ได้แก่ (1) ผลกระทบต่อคุณภาพของก๋วยเตี๋ยวเส้นสด (2) ผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสด และ (3) ผลกระทบต่อระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการของก๋วยเตี๋ยวเส้นสด จากผลการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์ของก๋วยเตี๋ยวเส้นสดที่เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย 5 ลำดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อก๋วยเตี๋ยวเส้นสด โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย

ปัจจัย	เกณฑ์		คุณภาพ		ต้นทุน		เวลา		ลำดับความสำคัญรวม	ลำดับที่
	70.34%	ผลรวม	8.33%	ผลรวม	21.33%	ผลรวม				
การผลิตที่สอดคล้องกับระบบ GMP	15.52%	0.11	28.30%	0.02	1.53%	0.01	0.14	1		
สถานที่จัดเก็บสินค้าในตลาด	14.52%	0.10	14.43%	0.01	12.25%	0.03	0.14	1		
คุณภาพวัตถุดิบ	15.23%	0.11	6.79%	0.01	9.04%	0.02	0.13	2		
การกระจายสินค้า	10.72%	0.08	7.45%	0.01	23.46%	0.04	0.13	2		
การบรรจุภัณฑ์	9.90%	0.06	6.09%	0.01	12.00%	0.03	0.10	3		
รถขนส่ง	7.59%	0.05	5.46%	0.00	11.81%	0.03	0.08	4		
การขายของผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก	7.69%	0.05	7.81%	0.01	9.87%	0.02	0.08	4		
การจัดเก็บวัตถุดิบ	5.43%	0.04	2.66%	0.00	7.31%	0.02	0.06	5		
การเก็บรักษาสินค้าในโรงงาน	7.14%	0.05	3.77%	0.00	3.27%	0.01	0.06	5		

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ภายใต้เกณฑ์การตัดสินใจหลักสำหรับลำดับความสำคัญรวมพบว่าปัจจัยด้านการผลิตที่สอดคล้องกับระบบ GMP และสถานที่จัดเก็บสินค้าในตลาดมีความสำคัญต่อก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมากที่สุด (ร้อยละ 14.00) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพวัตถุดิบและการกระจายสินค้า (ร้อยละ 13.00) ส่วนปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์มีค่าความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 (ร้อยละ 10.00)

ในการเสนอแนะกลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์ก๋วยเตี๋ยวเส้นสด เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมีอายุการเก็บรักษาที่ยาวขึ้น ซึ่งกลยุทธ์สำหรับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ขาเข้าและโลจิสติกส์ภายในโรงงานของสถานประกอบการผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดมีดังนี้

## 2.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์ขาเข้าและโลจิสติกส์ภายในโรงงานของก๋วยเตี๋ยวเส้นสด

### 2.1.1 ระบบการผลิตที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP)

ภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรเร่งการส่งเสริมเพื่อให้สถานประกอบการมีกระบวนการผลิตตามระบบมาตรฐาน GMP มากขึ้น ทั้งในส่วนของการส่งเสริมให้ความช่วยเหลือโดยการจัดสัมมนาให้ความรู้ หรือการให้คำปรึกษาที่สถานประกอบการ โดย “ขนาดของสถานประกอบการ” “ประเภทของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต” และ “อายุของสถานประกอบการ” ควรเป็นปัจจัยที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรนำมาพิจารณาเพื่อสร้างแนวทางเพื่อให้สถานประกอบการสามารถดำเนินการและทำการผลิตที่สอดคล้องกับระบบมาตรฐาน GMP ได้มากขึ้น โดยวิธีการอย่างง่ายและลงทุนไม่มากนัก

### 2.1.2 คุณภาพของวัตถุดิบ

สมาคมผู้ประกอบการก๋วยเตี๋ยวเส้นสดควรมีการรวมตัวกันเพื่อทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบที่มีคุณภาพในปริมาณที่มากพอกับโรงสีหรือผ่านสมาคมผู้ประกอบการโรงสี เพื่อการเจรจาต่อรองกับผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีปริมาณตามที่ต้องการ และต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบต่ำ โดยการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นผลดีกับผู้ประกอบการทั่วไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กที่มีเงินลงทุนค่อนข้างน้อยและสภาพคล่องทางการเงินต่ำ นอกจากนี้การทำเกษตรแบบมีพันธสัญญา (Contract farming) กับกลุ่มเกษตรกรให้เพาะปลูกพันธุ์ข้าวที่นำมาใช้ในกระบวนการแปรรูปเป็นก๋วยเตี๋ยวเส้นสดก็มีความจำเป็นเพื่อให้มั่นใจได้ว่าวัตถุดิบมีคุณภาพที่เหมาะสมและพร้อมที่จะนำเข้าสู่กระบวนการแปรรูปต่อไป

### 2.1.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์และลักษณะการจัดเก็บมีผลต่ออายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ การบรรจุสินค้าโดยการกำจัดอากาศออกจากภาชนะบรรจุ (สภาวะสุญญากาศ) และการใช้อุณหภูมิต่ำ (8-10 °C) จะช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ซึ่งจะช่วยให้อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์มีค่าสูงขึ้น โดยที่ตัวอย่างก๋วยเตี๋ยวเส้นสดที่บรรจุในถุงพลาสติกแบบสุญญากาศปิดสนิทและเก็บไว้ในที่อุณหภูมิห้องจะมีอายุการเก็บรักษาเพิ่มขึ้น 10 วัน เมื่อเปรียบเทียบกับตัวอย่างก๋วยเตี๋ยวเส้นสดที่บรรจุในถุงพลาสติกแบบเปิดปิดได้ที่สภาวะการเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดประกอบ ดังนี้

- หากสถานประกอบการมีปริมาณสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าที่สูงมาก และมีการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าทุกวันหรือวันเว้นวันแล้ว ลักษณะบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นถุงพลาสติกใส (PP) ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่สามารถให้อากาศผ่านออกได้บ้าง ซึ่งสถานประกอบการควรจัดเก็บสินค้าในหีบห่อที่มีอุณหภูมิประมาณ 15-20 °C และมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก โดยหีบห่อจัดเก็บอาจมีการบุนจนวนใต้หลังคาเพื่อทำให้อุณหภูมิในหีบห่อต่ำลง อีกทั้งยังเป็นการประหยัดพลังงานไฟฟ้าด้วย (ค่าพลังงานที่สูงขึ้นประมาณ 0.25 บาทต่อกิโลกรัม-เดือน)

- หากสถานประกอบการมีปริมาณสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าสูง แต่มีการขนส่งมากกว่า 2 วันต่อครั้ง (เนื่องจากระยะทางการขนส่งค่อนข้างไกล) ลักษณะบรรจุภัณฑ์ควรจะเป็นบรรจุภัณฑ์แบบกำจัดอากาศออกจากภาชนะบรรจุ เนื่องจากสามารถยืดอายุเวลาการจัดเก็บของสินค้าไม่ให้เน่าเสียได้ แต่ต้นทุนบรรจุภัณฑ์จะมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น 1.25 บาท/pack (1 pack = 1 กิโลกรัม) แต่สินค้าที่บรรจุด้วยบรรจุภัณฑ์รูปแบบดังกล่าวสามารถจัดเก็บไว้ในอุณหภูมิห้องได้

### 2.1.4 รถขนส่ง

เพื่อเป็นการรักษาและยืดอายุของผลิตภัณฑ์ รถที่ใช้ในการขนส่งควรมีหลังคาเพื่อป้องกันความร้อน และมีการถ่ายเทอากาศสะดวก ไม่อบอ้าว รวมทั้งมีการจัดเรียงเพื่อไม่ให้สินค้ามีการกดทับกันมาก โดยรถขนส่งอาจจะดัดแปลงเป็นชั้นเก็บสินค้า โดยแต่ละชั้นควรแบ่งเป็นช่องเพื่อจัดเก็บสินค้าไม่ให้กดทับกัน และเพิ่มความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าขึ้น-ลงรถบรรทุกให้กับลูกค้าได้ ในการบรรทุกสินค้าควรบรรทุกในปริมาณที่เหมาะสม หากบรรทุกหนักจนเกินไป อาจส่งผลให้ต้นทุนสินค้าสูงได้เช่นกัน เนื่องจากอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงที่สูงขึ้น ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักของสินค้าและระยะทางขนส่ง นอกจากนี้ สิ่งที่มีผู้ประกอบการควรพิจารณาเพื่อลดปัญหาเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าทั้งในด้านต้นทุนการขนส่งและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระจายสินค้า คือ “ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC)” ซึ่งจะเป็นของโรงงานเองหรือหาตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ เช่น ผู้ค้าส่ง เป็นต้น

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักของสินค้าและระยะทางขนส่ง

ประเภทรถ	น้ำหนักบรรทุก (ตัน)	ต้นทุนค่าขนส่งโดยเฉลี่ย (บาทต่อกม.-ตัน)			
		เมื่อพิจารณาต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่แตกต่างกัน			
		20 บาท/ลิตร	25 บาท/ลิตร	30 บาท/ลิตร	35 บาท/ลิตร
6 ล้อ	5 - 6	0.69	0.80	0.90	1.00
	3 - 4	1.09	1.25	1.41	1.57
4 ล้อ	3 - 4	2.04	2.27	2.50	2.73

หมายเหตุ: การคิดต้นทุนค่าขนส่งและระยะทางขนส่งจากค่าเฉลี่ยจากข้อมูลของผู้ประกอบการประเภทละ 2 ราย โดยแบ่งตามประเภทของรถบรรทุก คือ รถบรรทุก 4 ล้อและ 6 ล้อ

## 2.2 กลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์ขาออก (Outbound logistics)

ปัจจัยของระบบโลจิสติกส์ขาออกที่มีผลต่อคุณภาพสินค้า ได้แก่ (1) การกระจายสินค้า (2) การขายของผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก และ (3) สถานที่จัดเก็บสินค้า ซึ่งแนวทางการบริหารจัดการโลจิสติกส์ขาออกมีดังนี้

### 2.2.1 การกระจายสินค้า

ผู้ประกอบการควรมีรูปแบบการกระจายสินค้าที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากขนาดหรือกำลังการผลิตของโรงงานประกอบกับความสามารถในการจัดการการขนส่ง โดยหากเป็นโรงงานขนาดเล็กที่มีปริมาณการผลิตไม่มากหรือกำลังการผลิตน้อยกว่า 1 ตันต่อวัน ควรกระจายสินค้าที่มีระยะทางขนส่งในเขตเทศบาลหรือรัศมีไม่ควรเกิน 20 กิโลเมตร ส่วนกรณีที่เป็นโรงงานขนาดกลางที่มีกำลังการผลิตไม่เกิน 5 ตันต่อวัน ควรกระจายสินค้าในเขตจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงที่มีรัศมีการขนส่งไม่เกิน 330 กิโลเมตร อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการโรงงานขนาดกลางจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ผู้ค้าอิสระเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายในการกระจายสินค้าของโรงงาน และกรณีโรงงานขนาดใหญ่ที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 5 ตันต่อวัน และมีปริมาณการขนส่งต่อเที่ยวรถบรรทุกสูง การกระจายสินค้าจะสามารถขนส่งได้ในพื้นที่ต่างจังหวัดหรือรัศมีไม่เกิน 850 กิโลเมตร และควรมีศูนย์กระจายสินค้า หากลูกค้ารายย่อยมีจำนวนมากและอยู่อย่างกระจาย

### 2.2.2 การจำหน่ายสินค้าของผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก

หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งการส่งเสริมความรู้อย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อให้ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกมีความรู้และมีความเข้าใจในระบบความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้าที่ตนจำหน่าย และตระหนักถึงอันตรายของการใส่สารกันเสียในสินค้าในปริมาณที่เกินกำหนด รวมทั้งการณรงค์วิธีการจัดเก็บและการจัดการสินค้าที่คงเหลือให้ถูกวิธี

### 2.2.3 สถานที่จัดเก็บสินค้า

ควรมีการปรับปรุงสถานที่จัดเก็บสินค้าให้ถูกสุขลักษณะและเหมาะสม โดยหน่วยงานเทศบาล และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรมีแผนงานสนับสนุน/ปรับปรุงระบบสถานที่จัดเก็บสินค้าในตลาดให้ถูกสุขลักษณะและดำเนินการอย่างเคร่งครัด

## 2.3 กลยุทธ์การกระจายสินค้าก๊วยเตี๋ยวเส้นสด

จากการวิเคราะห์รูปแบบการกระจายก๊วยเตี๋ยวเส้นสด คณะวิจัยได้เสนอแนะรูปแบบการกระจายสินค้าให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของโรงงาน โดยคำนึงถึง “ระดับช่องทางการกระจาย” ดังนี้

### 2.2.1 ช่องทางหนึ่งระดับ (ผู้ค้าปลีก)

#### 2.2.1.1 ไม่ผ่าน DC

##### ลักษณะการกระจายสินค้า

มีการกระจายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตไปยังผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ค้าปลีกจะทำการกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

##### ความเหมาะสม

- ◇ เป็นโรงงานผู้ผลิตก๊วยเตี๋ยวเส้นสดขนาดเล็ก จะต้องมีการเงินที่มั่นคง สามารถจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกได้มาก
- ◇ ลูกค้าอยู่อย่างกระจาย
- ◇ สินค้าก๊วยเตี๋ยวเส้นสดที่ไม่มีสารกันเสียหรือใส่สารกันเสียเพียงเล็กน้อย ซึ่งจะทำให้สินค้าเน่าเสียได้เร็วขึ้น
- ◇ โรงงานผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตไม่เกิน 1 ตัน/วัน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะกระจายอยู่ใกล้บริเวณโรงงานผลิต รูปแบบการขนส่งที่เหมาะสมคือ การใช้รถจักรยานยนต์ หรือรถบรรทุก 4 ล้อ

#### 2.2.1.2 ผ่าน DC

##### ลักษณะการกระจายสินค้า

มีการกระจายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตไปยังศูนย์กระจายสินค้า และจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ค้าปลีกจะทำการกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

##### ความเหมาะสม

- ◇ โรงงานผู้ผลิตก๊วยเตี๋ยวเส้นสดมีขนาดกลาง – ขนาดใหญ่ (กำลังการผลิตมากกว่า 5 ตัน/วัน) ซึ่งต้องขนส่ง/กระจายก๊วยเตี๋ยวเส้นสดข้ามเขต เพื่อขยาย/เพิ่มระดับการบริการสินค้าให้กับลูกค้า
- ◇ ลูกค้าอยู่อย่างกระจาย แต่มีปริมาณความต้องการสินค้าสูง
- ◇ การขนส่งสินค้าก๊วยเตี๋ยวเส้นสดขาเข้า – ขาออกจากศูนย์กลางการกระจายสินค้าจะใช้รถหลายขนาดเพื่อให้มีความเหมาะสมกับปริมาณการขนส่ง โดยการขนส่งสินค้าก๊วยเตี๋ยวเส้นสดจากโรงงานผู้ผลิตไปยังศูนย์กลางกระจายสินค้า ส่วนใหญ่จะใช้รถบรรทุก 10 ล้อ และ/หรือรถบรรทุกขนาด 6 ล้อ

### 2.2.2 ช่องทางการกระจายสินค้าสองระดับ (ผู้ค้าส่ง-ผู้ค้าปลีก)

#### 2.2.2.1 ไม่ผ่าน DC

ลักษณะการกระจายสินค้า

ลักษณะการกระจายสินค้าก๋วยเตี๋ยวเส้นสดโดยใช้ช่องทางการกระจายสินค้าสองระดับ นั้น จะมีการกระจายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง

ความเหมาะสม

- ◇ มีผู้ค้าปลีกจำนวนมากและอยู่อย่างกระจาย
- ◇ ลูกค้าน้อย/ผู้บริโภคมีจำนวนมากและอยู่อย่างกระจาย
- ◇ โรงงานผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ โดยเฉพาะลูกค้าในแถบชานเมือง จึงจำเป็นต้องมีการขายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง
- ◇ โรงงานผู้ผลิตจะต้องมีกำลังการผลิตอย่างน้อย 3 ตัน/วัน ส่วนใหญ่จะมีการขนถ่ายโดยรถบรรทุก 4 ล้อและรถบรรทุก 6 ล้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของลูกค้า ความถี่ที่ต้องการสินค้า และระยะทางการขนส่ง เช่น หากใช้รถบรรทุก 4 ล้อ อาจจะใช้รถบรรทุกได้ครั้งละ 2-4 ตัน ส่วนในการขนส่งโดยใช้รถบรรทุก 6 ล้อนั้น ส่วนใหญ่จะบรรทุกระหว่าง 4-6 ตัน

**2.2.2 ผ่าน DC**ลักษณะการกระจายสินค้า

ลักษณะการกระจายสินค้าก๋วยเตี๋ยวเส้นสดโดยใช้ช่องทางการกระจายสินค้าสองระดับ นั้น จะมีการกระจายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตไปยังศูนย์กระจายสินค้าและจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง

ความเหมาะสม

- ◇ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีจำนวนมากและอยู่อย่างกระจาย โรงงานผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ โดยเฉพาะลูกค้าในแถบชานเมือง จึงจำเป็นต้องมีการขายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง
- ◇ โรงงานผู้ผลิตต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น มีความครอบคลุมส่วนแบ่งการตลาดหลายพื้นที่ ทำให้มีการกระจายสินค้าก๋วยเตี๋ยวเส้นสดข้ามเขต โดยกรณีนี้โรงงานผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลาง-ขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตอย่างน้อย 5 ตัน/วัน รถที่ใช้ขนถ่ายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตมายังศูนย์กระจายสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นรถบรรทุก 6 ล้อและ 10 ล้อ ขึ้นอยู่กับปริมาณและความถี่ของความต้องการสินค้า (ส่วนแบ่งทางการตลาด)

**2.2.3 ช่องทางการกระจายสินค้าสามระดับ**ลักษณะการกระจายสินค้า

รูปแบบนี้จะคล้ายกับช่องทางการกระจายสินค้าสองระดับ แต่มีการเพิ่มการใช้ผู้ค้าอิสระเข้ามาในระบบ ช่องทางการกระจายสินค้านี้ โรงงานอุตสาหกรรมหรือศูนย์กระจายสินค้าจะส่งสินค้าให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าอิสระ และผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง

ความเหมาะสม

- ◇ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้ค้าปลีกอยู่กระจายมาก
- ◇ การมีผู้ค้าอิสระ ในช่องทางการจำหน่ายสินค้าเป็น “นโยบายของโรงงานผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในการครอบคลุมพื้นที่ตลาดให้กว้างขึ้น” โดยเฉพาะตลาดชานเมือง



- ◇ โรงงานผู้ผลิตไม่สามารถส่งสินค้า/ท่าตลาดได้โดยตรง จำเป็นต้องมีผู้ค้าอิสระและในพื้นที่ตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่โรงงานผู้ผลิตก๋วยเตี๋ยวเส้นสดอยู่ไกล
- ◇ โรงงานผู้ผลิตจำเป็นต้องความมั่นคงทางการเงินที่สามารถให้เครดิตการขายกับผู้ค้าส่งหรือพ่อค้าอิสระได้

### 3. ข้อเสนอแนะการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการโรงงานก๋วยเตี๋ยวเส้นสด

นอกจากผู้ประกอบการจะพิจารณาช่องทางการกระจายสินค้าที่เหมาะสมแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจดังนี้

#### (1) การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคด้านการบริหารในการจัดจำหน่าย

สถานประกอบการจำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมและเหตุผลการซื้อสินค้าของลูกค้า เพื่อประโยชน์ในการขยายตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยผู้ประกอบการขนาดกลาง-ขนาดใหญ่อาจมีความจำเป็นต้องมีศูนย์กระจายสินค้าเพื่อให้มีการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วมากขึ้น ส่วนผู้ประกอบการขนาดเล็กที่โรงงานผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึง เนื่องจากลูกค้าอยู่ห่างไกลและมีการกระจายตัว ผู้ประกอบการขนาดเล็ก จึงต้องพิจารณาคัดเลือกคนกลาง (ผู้ค้าส่ง หรือผู้ค้าอิสระ) ที่มีความสามารถในการจำหน่าย และมีความตั้งใจที่จะจำหน่ายสินค้าอย่างจริงจัง เพื่อให้สินค้าไปถึงผู้บริโภคจำนวนมากได้ นอกจากนี้คนกลางเหล่านี้จะต้องมาช่วยดูแลลูกค้าเฉพาะท้องถิ่นหรือตลาดที่ไกลออกไป

(2) การทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค โดยกลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้อย่างจริงจังคือ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งประกอบด้วย

- กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

สินค้าก๋วยเตี๋ยวเส้นสดจะต้องมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในพื้นที่หรือลูกค้าในจังหวัดบริเวณใกล้เคียง ซึ่งกรณีนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้าง “ตราสินค้า (Brand)” เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับโดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาระบบการผลิตสินค้าให้ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้า และสร้างความมั่นใจในการบริโภคสินค้าสำหรับลูกค้า

- กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องลดต้นทุนการผลิตทั้งระบบ แต่คงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการลดต้นทุนพลังงาน การลดต้นทุนการขนส่ง และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริหารจัดการ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ต้นทุนของสินค้าลดลง ซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดราคาสินค้าได้ต่ำลง ส่งผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

- กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าก๋วยเตี๋ยวเส้นสดนั้น ลูกค้าต้องสามารถซื้อได้สะดวก หรือได้รับการบริการทันเวลาด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาวิธีการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจของตน ทั้งในด้านการขนส่ง จุดกระจายสินค้า หรือการมีตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สถานประกอบการจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เพื่อให้ลูกค้ารู้จักสินค้าในวงกว้าง และควรมีการพบปะลูกค้า เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพและ

รับข้อเสนอแนะต่างๆ มาทำการปรับปรุงสินค้า นอกจากนั้นจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

หากผู้ประกอบการมีการพิจารณาช่องทางการกระจายสินค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนแล้ว และผู้ประกอบการยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดและการลดต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม ก็สามารถเชื่อมั่นได้ว่าสถานประกอบการจะมีศักยภาพที่สามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป