

การจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี Logistics Management of Cosmetic Business in Surat Thani Province

พิมพ์ชนก เพชรมณี และวรรณวิชนี ทองอินทรราช

Pimchanok Pechmanee and Wanwichanee Tongintarad

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

E-mail: pimchanok_1439@icoud.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 6 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จัดกลุ่มคำตอบ และสังเคราะห์แนวคิดด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการได้มีการดำเนินงานตามการจัดการทางโลจิสติกส์ทั้งหมด 13 ด้าน ได้แก่ การบริการลูกค้า การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ การขนส่ง การจัดซื้อ/จัดหา กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ การเลือกที่โรงงานและคลังสินค้า กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่างๆ บรรจุภัณฑ์และการบรรจุ และการสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์ ซึ่งกิจกรรมทางโลจิสติกส์ดังกล่าวส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเครื่องสำอางในรูปแบบที่ทั้งเหมือน และมีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการ การจัดการทางโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the management of logistics that affected the efficiency of the cosmetic sales business in Surat Thani province. It was a qualitative study. The data providers were 6 entrepreneurs of the cosmetic business in Surat Thani province. The data were collected by the interview method. Their answers and opinions were synthesized with descriptive explanations.

The results of the study found that the entrepreneurs followed 13 areas of the logistics management namely customer service, spare preparation and after-sales service, order processing, demand forecasting, inventory management, warehousing and storage management, transportation, purchasing and providing, reverse logistics process, plant and warehouse site selection, material handling, packaging, and logistics communication. Each entrepreneur proceeded their business differently based on their own context of business but it was still under the 13 areas of the logistics management. The differences were mainly the management

processes they created by themselves or by representatives and staff who were assigned directly.

Keywords: entrepreneurs, logistics management, the operational efficiency

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ และการอำนวยความสะดวกทางการค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ระบบ National Single Window (NSW) สามารถเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกระบวนการนำเข้าส่งออกและโลจิสติกส์ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้กระดาษได้อย่างสมบูรณ์ บุคลากรด้านโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาให้มีผลิตภาพสูงขึ้นรวมทั้งการขนส่งสินค้าผ่านเข้า-ออก ณ ด่านการค้าชายแดนสำคัญที่เชื่อมต่อกับโครงข่ายทาง หลักมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. (2566-2570))

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่สถานประกอบการภาคการค้าว่าจ้างผู้ประกอบการภายนอกดำเนินการมากที่สุด คือ การจัดส่งสินค้า (ร้อยละ 42.9) ส่วนกิจกรรมอื่น เช่น การจัดการสินค้าคงคลัง พิธีการศุลกากร การจัดการคลังสินค้า และการบรรจุสินค้า จะสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ไม่เกินร้อยละ 17.0 จากการสำรวจสถานประกอบการภาคการค้า ทั่วประเทศ พบว่า มีสถานประกอบการเพียงร้อยละ 18.3 (จากจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น) ที่มีการวัดประสิทธิภาพการจัดส่งสินค้า โดยพิจารณาจากความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้าของสถานประกอบการ ซึ่งในภาพรวมมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย คือ มีเที่ยวการจัดส่งสินค้าที่ไม่ตรงเวลา คิดเป็นร้อยละ 14.9 สินค้าเสียหายจากการจัดส่ง ร้อยละ 11.2 และความผิดพลาดอื่น ๆ เช่น เอกสารไม่สมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 9.6 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทาง รถยนต์ ประมาณ 645 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 13,079.61 ตารางกิโลเมตร หรือ 8,174,758.61 ไร่ มีพื้นที่มากที่สุดในภาคใต้ และมากเป็นอันดับ 6 ของประเทศ ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP) ปี พ.ศ. 2555 มูลค่าเท่ากับ 191,029 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 4.3 ชะลอตัวลงจากที่เคยขยายตัวร้อยละ 16.3 ในปี พ.ศ. 2553 มีรายได้ประชากรเฉลี่ยต่อหัว เท่ากับ 185,523 บาทต่อปี เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย ร้อยละ 1.54 โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด ขึ้นกับสาขาเกษตรกรรมสาขาพืช ปศุสัตว์และการป่าไม้ ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 18.3 สาขาขายส่งขายปลีก (26,477 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 13.9 และสาขาโรงแรมและภัตตาคาร (12,212 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 6.4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสถานประกอบการ ใน ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 876 แห่งเพิ่มขึ้นจำนวน 25 แห่ง จากปีก่อนหน้าที่มีอยู่ 851 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้มากที่สุด และมีการเปิดโรงงานใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี รองลงมาคืออุตสาหกรรมอาหารอุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมขนส่ง และอุตสาหกรรมยางตามลำดับ (กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมและศูนย์โลจิสติกส์ (Logistics) ภาคใต้ตอนบน มีเป้าประสงค์ในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ของจังหวัดมีศักยภาพในการแข่งขันระดับประเทศ วางกลยุทธ์พัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งและศูนย์โลจิสติกส์ โดยมีตัวชี้วัด

คือผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) สาขาการขนส่งสถานที่เก็บสินค้าและการคมนาคม (ล้านบาท) ที่เพิ่มขึ้น (กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

ธุรกิจความงามและเครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งของโลกที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา 20 ปี โดยสมาคมอุตสาหกรรมได้ระบุว่ามียอดขายโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5-6 % ต่อปี ในขณะที่ในประเทศไทยมีมูลค่ายอดขายรวมไม่ต่ำกว่า 3 แสนล้านบาทในปี 2561 เติบโตเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 10% โดยแบ่งออกเป็นมูลค่าของตลาดในประเทศ 1.8 แสนล้านบาท และอีก 1.2 แสนล้านบาทเป็นมูลค่าของการส่งออก ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดในบรรดา 10 ประเทศของ AEC ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ก้าวเข้าสู่วงการธุรกิจเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นอีกธุรกิจที่มีความจำเป็นต้องนำเอาหลักการจัดการทางโลจิสติกส์มาใช้ในการดำเนินงานไม่ต่างจากธุรกิจอื่นๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นไม่ว่าจะเป็นทิศทางในการผลักดันด้านโลจิสติกส์ แนวนโยบายต่างๆ และอัตราการเติบโตของธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการจัดการทางโลจิสติกส์ของธุรกิจเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาการจัดการทางโลจิสติกส์ของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีรายละเอียดของดังนี้ การจัดการทางโลจิสติกส์ ประกอบด้วย การบริการลูกค้า การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ กิจกรรมการขนส่ง การจัดซื้อ/จัดหา กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ การเลือกที่โรงงานและคลังสินค้า กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่างๆ บรรจุภัณฑ์และการบรรจุ และการสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ดำเนินงานของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งสิ้นจำนวน 6 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2559-2561 จำนวน 3 คน และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 6 คน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของบริบทการดำเนินธุรกิจในแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์ของสภาพเศรษฐกิจโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีหลักการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล คือเป็นผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย (ยุทธ ไถยวรรณ, 2558) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2559-2561 จำนวน 3 คน

กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นไป จำนวน 3 คน

รวมทั้งสิ้น 6 คนโดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของบริบทการดำเนินธุรกิจในแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์ของสภาพเศรษฐกิจโลก

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้จากการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) เป็นการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำของหน่วยตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้ว หลังจากนั้นใช้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นเครื่องชี้เข้าไปหากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อีก จนทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีตอบแบบสัมภาษณ์และเพียงพอต่อการสรุปผลตามแนวคิดปรากฏการณ์ทางวิทยา (Phenomenological Method) เพื่อมุ่งทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ในชีวิตที่บุคคลได้ประสบ (Life world) และใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือหลัก ทั้งนี้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามแนวคิดของ Marshall และคณะ (2013 p12) ซึ่งเป็นนักวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ระบุว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ระหว่าง 6-10 คน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึงมีจำนวน 6 คนตามเงื่อนไขข้างต้นซึ่งเป็นผู้ที่ยินดีตอบคำถามและเพียงพอต่อการสรุปผลตามแนวคิดปรากฏการณ์ทางวิทยา

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากแหล่งต่างๆ โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Method triangulation) ผู้วิจัยตรวจสอบโดยพิจารณาจากการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน คือ ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม รวมถึงการให้ผู้วิจัยตอบแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการเขียน พร้อมกับศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย และการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) ผู้วิจัยตรวจสอบโดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตและสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลโดยว่าถ้าผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลเปลี่ยนไปแล้วข้อมูลจะเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งหลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จดบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่

2. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

4. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดีพร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้อาจไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

5. ทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยจัดกลุ่มคำตอบและสังเคราะห์แนวคิดด้วยการอธิบายเชิงพรรณนา (Content analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการได้มีการดำเนินงานตามการจัดการทางโลจิสติกส์ทั้งหมด 13 ด้าน ได้แก่

1. การบริการลูกค้า

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น จำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การนำเสนอสินค้าที่ถูกต้อง ถูกจำนวน ถูกสถานที่ ถูกเวลาตรง ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทางบริษัทอาจจะเป็นผู้รับผิดชอบในการบรรจุกล่องเอง เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและปลอดภัยของสินค้า และมีบริษัทขนส่งเป็นตัวกลางในการเข้ามารับสินค้าเพื่อนำส่งต่อไป ซึ่งระหว่างกระบวนการจัดส่งบริษัทจะทำหน้าที่ติดต่อประสานงานแทนลูกค้าในการติดตามการขนส่งกับทางบริษัทขนส่ง จนสินค้าถึงมือลูกค้า ในระยะแรกอาจจะมีการลงมือจัดเตรียมบรรจุสินค้าเอง ตามออเดอร์ของลูกค้า แต่เมื่อมีออเดอร์มากขึ้น ก็เริ่มต้องมีผู้ช่วย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการจัดส่งสินค้าเพื่อให้ถึงมือลูกค้า หรือตัวแทนให้ตรงตามคำสั่งซื้อ เพราะเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ความสำคัญของตัวแทนก็ไม่ค่อยไปกว่าลูกค้า เพราะถ้าหากสินค้าถึงมือตัวแทนช้า หรือคำสั่งซื้อผิด ก็จะมีผลกระทบต่อลูกค้า และจะส่งผลกระทบต่อแบรนด์ แอดมินของบริษัทจะมีการทักถามลูกค้าเสมอว่าได้รับสินค้านี้ยัง และมีการบริการหลังการขายคอยติดตามผลลัพธ์ของลูกค้าอยู่ เป็นประจำ และมีการซื้อซ้ำในยอดขายที่มีมูลค่ามากขึ้นเป็น จำนวนมาก

ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีการรีเช็คสินค้า คำสั่งซื้อ ที่เป็นระบบ ศึกษาข้อบกพร่องจากประสบการณ์ก่อนที่จะมาทำแบรนด์ เมื่อเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และเกิดผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจ เมื่อมาทำแบรนด์ด้วยตัวเอง จึงคำนึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากความผิดพลาดนั้นๆ ทั้งในส่วนของการดูแลลูกค้าผู้ประกอบการ มีการดูแลลูกค้าด้วยตนเอง ถึงแม้จะมีตัวแทนจำหน่าย แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่มีเหตุติดขัด ก็จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างลูกค้าและตัวแทนด้วย โดยลูกค้าสามารถติดต่อผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก หรือไลน์ ช่องทางที่ลูกค้าสั่งสินค้า และผ่านทางโทรศัพท์บ้างในบางกรณี เวลาทำการโดยประมาณ 06.00 น. - 22.00 น ” ในขณะที่ผู้ประกอบการ บางรายแสดงให้เห็นว่าการดูแลลูกค้าเป็นหน้าที่หลักของเจ้าของแบรนด์อยู่แล้ว แต่สิ่งที่เพิ่มเติมคือคือการเทรนตัวแทนให้สามารถดูแลลูกค้าได้เหมือนกับว่าตัวแทนก็เป็นเจ้าของแบรนด์เอง ดังนั้น ตัวแทนของแบรนด์จะสามารถรู้รายละเอียดของลูกค้าโดยตรง รู้ปัญหาที่ลูกค้าเจอ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที

2. การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย

ส่วนหนึ่งของการบริการหลังการขาย มีการจัดหาชิ้นส่วน อะไหล่ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในกรณีที่มีสินค้าเกิดชำรุด ไม่ว่าจะเป็นเพราะจากความบกพร่องของกระบวนการผลิต การขนส่ง หรือจากการใช้งานของลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้และรักษาลูกค้าให้คงอยู่กับแบรนด์ในระยะยาว ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการในส่วนนี้ที่มีประสิทธิภาพ เช่น หลังการส่งสินค้า หรือนัดรับสินค้า จะบอกลูกค้าว่าถ้าได้สินค้าไม่ครบ หรือสินค้าเสียหาย ให้ลูกค้าอัติวติโอก่อนเปิดสินค้า ทางร้านจะรับผิดชอบความเสียหายให้กับลูกค้า มีการติดตามสอบถามลูกค้าทุกครั้ง หลังการจัดส่งสินค้า หากสินค้ามีปัญหาลูกค้าสามารถส่งเคลมสินค้า และสามารถติดตามสินค้าได้ ตลอดเวลา ระหว่างการขนส่งผ่านทางช่องทางการสั่งซื้อได้ โดยตรง และแจ้งเลขพัสดุให้กับลูกค้าหลังจากการส่งสินค้า 1 วัน หากสินค้ามีความเสียหายแล้วจะส่งสินค้าใหม่ให้ทันที หรือสินค้าตกหล่นลูกค้าสามารถแจ้งกับทางร้าน ทางร้านจะดำเนินการเช็คสินค้าให้

3. กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีกระบวนการในการจัดการคำสั่งซื้อครอบคลุมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือตัวแทน การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า กิจกรรมนี้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างองค์กรกับลูกค้า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่าย โดยจะใช้เวลาในกระบวนการนี้ให้สั้นและหลีกเลี่ยงความผิดพลาดให้มากที่สุด เช่น ตัวแทนจำหน่ายมีการนำเสนอสินค้า และโปรโมชั่น ผ่านทางเพจเฟสบุ๊คและไลน์ รับออเดอร์ผ่านทางช่องทางเดียวกัน ตัวแทนบางคนมีการนำสินค้าลงช่องทางอื่นๆตามแต่สะดวก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น การดำเนินการตามคำสั่งซื้อจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รัดกุม และรอบคอบ เรามีการบ่งสายการจำหน่าย การทำการตลาดออนไลน์ ที่ไม่ทับซ้อนกัน ตัวแทนสามารถรับคำสั่งซื้อได้อย่างสะดวก ในส่วนของการขายปลีก ทางแบรนด์ก็จะมีแอดมินที่ทำหน้าที่รับออเดอร์เป็นหน้าที่หลักอีกด้วย อีกทั้งทางมีการจัดตารางส่งสินค้านำส่งทุกวัน จันทร์-เสาร์ หยุดทุกวันอาทิตย์ หากลูกค้าสั่งผ่านช่องทาง Facebook และ LINE จะออกบิลอิเล็กทรอนิกส์ให้ แต่ถ้าลูกค้านัดรับจากหน้าร้าน จะออกเป็น บิลกระดาษ” รวมไปถึง บริษัทขนส่งจะเข้ามารับสินค้าทุกวัน และแจ้งเลขพัสดุไม่เกิน 12 ชั่วโมงถัดมา ในส่วนของการเรียกเก็บเงินค่าสินค้า แต่ละแบรนด์จะมีการเรียกเก็บค่าสินค้าทั้งเงินสด เช็คเงินสด บัตรเครดิต การวางบิลเก็บเงินปลายทางผ่านบริษัทขนส่ง

4. การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น ได้มีการพยากรณ์ความต้องการในตัวสินค้าหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีความสำคัญในการสร้างกำไรหรือทำให้องค์กรขาดทุนได้ มีการคาดการณ์ความต้องการให้สามารถกำหนดทิศทางในการขายสินค้ากล่าวคือ วางแผนความต้องการใช้ทรัพยากรในแต่ละกระบวนการได้อย่างเหมาะสมส่งผลให้ปริมาณการจัดเก็บสินค้าคงคลังเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น หากไม่ใช่สินค้าที่เป็นแบรนด์ตัวเอง ก็จะได้รับผลิตภัณฑ์จากเจ้าของแบรนด์โดยตรงและจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นกระแสในโลกออนไลน์ว่าลูกค้าสนใจตัวไหนเป็นจำนวนเยอะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า กระแสของตลาด เช่น กลุ่มรักสุขภาพ กลุ่มเน้นความงาม กลุ่มผลิตภัณฑ์ผิว ผม แล้วแต่ความต้องการที่กำลังเป็นที่นิยม และพิจารณาจากจำนวนสินค้าคงเหลือในคลังสินค้า และระยะเวลา การจำหน่ายออกของสินค้าล้่อตก่อนหน้า ให้ความสำคัญกับวันเทศกาล ประกอบกับช่วงวันของเดือนเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับช่วงต้นและปลายเดือนสูงสุด

ในส่วนของการพิจารณาการตั้งราคาสินค้าในช่วงโปรโมชั่น คิดจากจากต้นทุนการผลิต + ค่าขนส่ง + ค่าคอมมิชชั่นพนักงาน + ราคาสูงสุดของมูลค่าทางการตลาดของสินค้านั้นๆ” มีการเปรียบเทียบราคาขายจากเจ้าอื่นก่อนการตัดสินใจตั้งราคาขายด้วย

5. การจัดการสินค้าคงคลัง

ในการทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น การบริหารสินค้าคงคลังเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของส่วนงานอื่น รวมถึงมีผลต่อกำไรขาดทุนของธุรกิจ หากระดับสินค้าคงคลังสูงทำให้ต้นทุน ในการจัดเก็บดูแลเพิ่มขึ้น หากสินค้าที่เก็บล้าสมัยก็ก่อให้เกิดต้นทุนเพิ่มมากขึ้นอีกในแง่ของผลกระทบต่อส่วนงานอื่น เช่น หากมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่น้อย ต้นทุนในการจัดเก็บดูแลก็จะต่ำ แต่อาจพบว่าต้นทุนในการขนส่งเพิ่มมากขึ้นก็เป็นได้ เพราะปริมาณการจัดเก็บที่น้อยทำให้ความถี่ในการขนส่งสูงขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องพิจารณาประกอบกันไปอยู่เสมอ จะต้องมีการพิจารณาจากจำนวนสินค้าคงเหลือในคลังสินค้า และระยะเวลา การจำหน่ายออกของสินค้าล้าต่อก่อนหน้า ตรวจสอบสต็อกสินค้าทุกวันโดยการใช้โปรแกรม ทำให้มีสต็อกพอดีและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและไม่กระทบต่อทางการเงิน และไม่มีสินค้าที่ค้างสต็อกมากเกินไปที่จะส่งผลกระทบต่อการเงินของทางร้าน

อีกทั้งมีการบันทึกรายละเอียดต่างๆ อย่างถูกต้องที่โรงงานผลิต เช่น ชนิดและปริมาณของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดระหว่างการจัดการคลังสินค้าโดยพนักงานที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ โดยเฉพาะ เน้นย้ำการจัดการกับการดำเนินการต่างๆ เช่น การนำสินค้าออกและการเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่จัดเก็บแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง รวมถึงการจัดการต่างๆ ที่เกี่ยวกับรายการสินค้าในคลัง ตั้งแต่รวบรวม จัดบันทึกสินค้าเข้า-ออก ควบคุมให้มีสินค้าคงเหลือในปริมาณที่เหมาะสม มีระเบียบ เพื่อให้สินค้าที่มีอยู่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านแบบ สี ขนาด ความมันสมัย เพื่อจะได้ทราบว่ารายการสินค้าใดขายดี สินค้าใดขายไม่ดี สินค้าใดควรสั่งผลิตเพิ่ม หรือสินค้าใดควรลดราคาล้างสต็อก หรือควรตัดสต็อก เพราะสินค้าเสื่อมคุณภาพล้าสมัยแล้ว

6. การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ

ในการทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีกิจกรรมการจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ ที่เกิดขึ้นภายในคลังสินค้า ตั้งแต่กระบวนการในการวางโครงสร้างคลังสินค้า การออกแบบและจัดวาง การจัดการพื้นที่ภายในคลังสินค้านั้นระดับของสินค้าคงคลังรวมถึงการดูแลรักษาอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมภายในคลังสินค้าเพื่อให้การจัดการคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด ทั้งนี้การเลือกคลังสินค้าก็มีวิธีการและรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามแต่บริบทของธุรกิจของตน เช่น การสต็อกสินค้าพร้อมส่งไว้ที่โกดัง ซึ่งเป็นโกดังที่เช่าเอาไว้เก็บสินค้า รวมทั้งสำรองสินค้าพร้อมบรรจุไว้ที่โรงงาน หรือมีการจัดการสต็อกสินค้าแบบ fifo หรือ first-in first-out เป็นวิธีที่เหมาะสมกับธุรกิจเครื่องสำอางเพราะเป็นสินค้าที่หมดอายุ จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ เพราะสินค้าที่หมดอายุ หรือใกล้หมดอายุจะนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้าไม่ได้เด็ดขาด และการจัดเก็บสินค้า ก็จะมีการจัดหมวดหมู่ เช่น หมวดหมู่อาหารเสริม, สกินแคร์ เป็นต้น ให้ง่ายต่อการหยิบสินค้า

อีกทั้งงานในส่วนการจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ ก็สามารถให้ผู้เชี่ยวชาญมาวางระบบให้ตั้งแต่เริ่มทำแบรนด์ ตั้งแต่เป็นการรับสินค้าเข้ามาสต็อกในคลัง ไม่ว่าจะเป็นการผลิตของโรงงานหรือนำเข้ามาจากที่อื่นก็ตาม มีการตรวจสอบความถูกต้องในเรื่องของ ชื่อ แบบ หมายเลข หรือข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของ

สินค้า แล้วแยกประเภทเพื่อความสะดวกในการเก็บรักษาเช่น เป็นของดี ของชำรุด ของเก่า ของใหม่ ซึ่งต้องแยกออกจากกันในการเก็บรักษาลงสินค้า ตลอดจนโกดังสินค้าต้องมีการจัดระเบียบสินค้าเพื่อการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เช่น มีขั้นตอนการขนย้ายสินค้าเป็นแถว มีการดูแลเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย นับสินค้าตามรายละเอียดในใบนับสต็อก ทั้งชนิดและปริมาณ เปรียบเทียบข้อมูลที่เก็บกับที่ได้จากการตรวจนับจริง และติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ และผลของการจัดการคลังสินค้าเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุง รวมถึงการประมวลผลสรุปข้อมูลเชิงตัวเลข

7. กิจกรรมการขนส่ง

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น มีกิจกรรมการบริหารการขนส่งที่รวมถึง การเคลื่อน ย้ายวัตถุดิบ หรือสินค้าตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการบริโภค หรือการส่งคืนสินค้าผิดปกติ กลับมายังคลังสินค้ารวมถึงการขนย้ายสินค้าเพื่อนำไปยังจุดที่จะทำลาย ทำให้ต้องคำนึงถึงรูปแบบลักษณะการเลือกวิธีการขนส่งประเภทต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า รวมถึงเส้นทางในการขนส่งอีกด้วย เช่น ทางอากาศ ทางรถ ทางรถไฟ หรือบริษัทขนส่งที่ไว้วางใจได้ เพื่อให้ถูกต้องตามกฎระเบียบของพื้นที่นั้น ๆ และเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า จำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดส่งให้ถูกสถานที่ ถูกเวลา ในสภาพที่สมบูรณ์ รวมถึงการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การผูกขาดบริษัทขนส่งที่ไว้วางใจได้ คำนึงจากความคุ้มค่า ความรวดเร็ว ความปลอดภัยตามลำดับสำหรับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อออนไลน์ ก็อาจจะมียี่ห้อขนส่งมารับถึงหน้าร้าน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และเลือกใช้บริการขนส่งที่มีคุณภาพรวดเร็ว มีสินค้าที่เสียหายน้อยที่สุด ทำให้จัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย วัตถุดิบต่างๆที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า โรงงานจะเป็นฝ่ายติดกับต้นทาง และจัดส่งไปที่โรงงานโดยไม่ต้องผ่านบริษัท หลังจากนั้นบริษัทจึงส่งรถไปรับสินค้า ซึ่งเป็นรถขนส่งเอกชนจากบริษัทที่ไว้วางใจ และเคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน โดยในช่วงแรก จะนั้รับสินค้าคนละครั้งทางกับโรงงาน แต่ในระยะหลังบริษัทขนส่งสามารถเข้ารับสินค้าที่โรงงานได้เลย ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายได้ รวมถึงการเลือกใช้การขนส่งที่รัดกุม ปลอดภัยตรงเวลา และส่งของให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดูจากชื่อเสียงของบริษัทขนส่ง และเงื่อนไขการรับประกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น มีตัวเลือกให้ลูกค้าได้สามารถเลือกให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเอง แต่ในส่วนของการขนส่งสินค้าจากโรงงานมายังคลังสินค้า โรงงานจะเป็นฝ่ายติดต่อประสานงาน โดยเลือกจากความคุ้มค่าด้านการเงิน เวลา

8. การจัดซื้อ/จัดหา

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในส่วนของกิจกรรมการจัดซื้อเป็นกิจกรรมในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบรวมถึง การบริหารอุปทานโดยรวมตั้งแต่ การคัดเลือกผู้ขาย การเจรจาต่อรองราคาหรือเงื่อนไขปริมาณใน การสั่งซื้อ และการประเมินคุณภาพของผู้ขายสินค้า และวัตถุดิบนั้น ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการไปใช้ในการปฏิบัติงานของแบรนด์ตามส่วนงานต่าง ๆ ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด ทั้งในตัวสินค้าหรือวัตถุดิบเอง และกระบวนการจัดซื้อ เช่น การผูกขาดกับโรงงานผลิตสินค้า และมีข้อตกลงในการส่ง เคลมสินค้าหากเกิดความเสียหายจากขั้นตอนการผลิต หรืออาจจะไม่ได้กำหนดว่าจะต้องจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าจากเจ้าใดเจ้าหนึ่งเป็นพิเศษ แต่ประเมินจากความต้องการ และความคุ้มค่าทางการผลิตในขณะนั้น นอกจากนี้ยังประเมินจากการดูแล และการบริการลูกค้าของแหล่งวัตถุดิบด้วยการจัดหาจัดหาวัตถุดิบด้วยตัวเองก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยดูจากผลการวิจัย ความน่าเชื่อถือ ผลการทดสอบความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เลือกจากแหล่งวัตถุดิบที่มีเอกสารรับรอง

แล้วจึงให้โรงงานประสานงานอีกครั้งในเรื่องของการขนส่งวัตถุดิบที่จะใช้ผลิตสินค้า แต่หากว่าเป็นธุรกิจซื้อมาขายไปเสียส่วนใหญ่ก็จะมีการติดต่อซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ซึ่งผู้ผลิตก็จะมีการรับประกันสินค้าให้ทุกแบรนด์ ส่วนการจัดซื้ออุปกรณ์ วัสดุในการแพ็คสินค้า ซื้อจากแหล่งจำหน่ายขายส่ง เพื่อให้ได้ราคาที่ถูกที่สุด สำหรับในส่วนที่แบรนด์เป็นผู้ผลิตเอง บริษัทจะแจ้งโรงงานเพื่อขอรายละเอียดแหล่งวัตถุดิบที่น่าเชื่อถือ และเป็นคู่ค้าของโรงงานอยู่แล้ว เพื่อลดขั้นตอน และมีความน่าไว้วางใจจากแหล่งผลิตโดยตรง

9. กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ

กระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน จากสินค้าเสียหายหรือหมดอายุการใช้งาน ผู้ประกอบการควรวางนโยบายที่จะรองรับสินค้าที่ถูกส่งคืน เพื่อให้เกิดต้นทุนน้อยที่สุด บางครั้งสินค้าเหล่านี้อาจนำกลับมาสร้างประโยชน์โดยการนำผ่านกระบวนการ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งจะช่วยให้เรื่องของต้นทุนได้เป็นอย่างดี แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าอันตรายมีผลต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีกฎระเบียบที่เคร่งครัดสำหรับเรื่องการทำลายสินค้าให้เหมาะสม เช่น มีการทำข้อตกลงกับลูกค้าตั้งแต่ต้นหากสินค้าตีกลับจะต้อง รับผิดชอบในส่วนของการขนส่งครั้งนั้นๆ มีการประสานงานกับบริษัทขนส่งโดยตรงทางบริษัทจะทราบล่วงหน้าหากมีสินค้ากำลังถูกตีกลับ เพื่อสามารถติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง ควบคุมวัสดุที่เป็นเศษเหลือจากกระบวนการ ผลิต การกระจายสินค้า หรือการบรรจุ โดยหากเป็นสินค้าจะนำมาจัดโปรโมชั่นส่วนลดหรือของแถมให้ กับลูกค้า ส่วนอื่นๆจะพิจารณาตามความเหมาะสมกรณีที่มีลูกค้าปฏิเสธการรับสินค้า ทางร้านก็จะนำมาตรวจสอบความเสียหายทันที หากสินค้าไม่เสียหาย ทางร้านก็จะนำมาจำหน่ายต่อ แต่ถ้าสินค้ามีความเสียหาย ก็จะทำสินค้าไปทิ้งทันที

10. การเลือกที่โรงงานและคลังสินค้า

ในการทำธุรกิจเครื่องสำอางกิจการรวมการเลือกที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้าจะต้องเลือกตามเหมาะสม เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงและระยะทางการขนส่ง ให้เพิ่มระดับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น มีหลักในการเลือกโรงงานและคลังสินค้าอยู่ว่า ทำเลควรอยู่ใกล้ซัพพลายเออร์ ผู้ผลิต และลูกค้า ทำเลที่ตั้งโรงงาน โกดังและคลังสินค้าต้องมีการคมนาคมที่มีความสะดวกสบาย เดินทางได้หลายเส้นทางและสามารถเชื่อมโยงไปยังสถานที่สำคัญหรือภูมิภาคต่างๆได้โดยง่าย เลือกทำเลที่อยู่ใกล้กับบริการสาธารณะ เช่น สถานีตำรวจ สถานีดับเพลิง สถานีราชการ หรือ โรงพยาบาล เป็นต้น ก็เพื่อความสะดวกสบายในการใช้บริการเหล่านั้นในเวลาที่เป็น เป็นต้น อีกทั้งเลือกให้อยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ แหล่งหมุนเวียน หรือแหล่งกระจายสินค้า แหล่งสินค้าเป็นได้ทั้งโรงงานผลิตสินค้า การเดินทางของสินค้าจากโรงงานผลิตสินค้าเพื่อขนส่งมายังโกดังหรือคลังสินค้าของเรา ไปจนถึงการขนส่งสินค้าจากโกดังออกไปเพื่อส่งออก ส่งถึงลูกค้า หรือเพื่อการจำหน่ายจึงช่วยประหยัดในส่วนของการเดินทาง ช่วยเพิ่มความความสะดวกสบายในด้านโลจิสติกส์ ตลอดจนเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน โกดัง และคลังสินค้าที่ดีมีอากาศดี การระบายอากาศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ น้ำและการระบายน้ำต้องมีคุณภาพ ไม่รบกวนธรรมชาติหรือชุมชน รวมถึงมีแสง เสียง และอุณหภูมิที่เหมาะสมมากที่สุด เพราะการผลิตเครื่องสำอางเป็นเรื่องของสุขอนามัย และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์ การควบคุมคุณภาพในลักษณะที่กล่าวมาเป็นสิ่งที่เราให้ความสำคัญ และเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเลือกโรงงานและคลังสินค้า

11. กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่างๆ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิต และสินค้าสำเร็จรูปภายในโรงงานหรือคลังสินค้า ลดระยะทางในการเคลื่อนย้ายจำนวนครั้งในการเคลื่อนย้ายรวมถึงปริมาณของวัตถุที่เคลื่อนย้าย เพื่อให้

มีต้นทุนในการจัดการที่ต่ำที่สุดเพราะการเคลื่อนย้ายทุกครั้งก่อให้เกิดต้นทุนทั้งสิ้น เช่น จัดหาด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์ และพิจารณาจากต้นทุน ประกอบกับค่าขนส่ง ทำการจัดเก็บสินค้าที่คลังสินค้าหลังร้าน เพื่อให้ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายสินค้ามาจำหน่าย ทำให้ไม่มีสินค้าเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้าย รวมถึงวัตถุดิบต่างๆที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า อาจจะทำให้โรงงานจะเป็นฝ่ายดีกับต้นทุน และจัดส่งไปที่โรงงานโดยไม่ต้องผ่านบริษัท หลังจากนั้นบริษัทจึงส่งรถไปรับสินค้า ซึ่งเป็นรถขนส่งเอกชนจากบริษัทที่ไว้ไว้ และเคยทำธุรกิจร่วมกันมาก่อน โดยในช่วงแรก จะนัดรับสินค้าคนละครั้งทางกับโรงงาน แต่ในระยะหลังบริษัทขนส่งสามารถเข้ารับสินค้าที่โรงงานได้เลย ลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายได้

12. บรรจุกฎเกณฑ์และการบรรจุ

ในการดำเนินธุรกิจเครื่องสำอางนั้น มีการให้ความสำคัญกับบรรจุกฎเกณฑ์และหีบห่อตามหลักการโลจิสติกส์ เพราะบรรจุกฎเกณฑ์และหีบห่อนั้น มีไว้เพื่อป้องกันตัวสินค้าจากความเสียหาย และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บ การออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์หรือหีบห่อมีความเหมาะสมกับอุปกรณ์การขนย้ายและคลังสินค้า ช่วยในการลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ เช่น บรรจุกฎเกณฑ์ชั้นนอกหรือบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อการขนส่ง ควรออกแบบเป็นบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อใช้ในการบรรจุสินค้า ให้สามารถจัดเรียงหรือวางให้สามารถใช้พื้นที่ได้น้อยที่สุด เพื่อใช้ในการขนส่ง รวมถึง มีการออกแบบแพคเกจจิ้งเหล่านี้ให้มีสภาพแข็งแรงในการป้องกันการกระแทกหรือป้องกันละอองน้ำหรือน้ำไม่ให้สินค้าได้รับความเสียหายในระหว่างการเคลื่อนย้ายหรือขนส่ง เช่น ลังไม้ หรือที่บรรจุในพาเลท บรรจุกฎเกณฑ์เพื่อการขายปลีกเลือกที่ออกแบบไว้เพื่อความสะดวกต่อการส่งมอบให้กับผู้บริโภคโดยตรง ดีไซน์มีความสะอาดตาและเป็นสื่อโฆษณาภายในตัวเอง นอกจากนี้ ทำหน้าที่ในการปกป้องสินค้า รวมถึง มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การใช้งาน และมีการออกแบบทางเชิงส่งเสริมการตลาดด้วย ในส่วนของบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อการขายส่ง เป็นบรรจุกฎเกณฑ์ที่ใช้เป็นชุดเพื่อสะดวกในการจัดจำหน่าย เช่น 6 ชั้น 12 ชั้น หรือ 24 ชั้น หลักๆคือการป้องกันรักษาไม่ให้สินค้าเสียหายในระหว่างการเก็บรักษาในคลังสินค้าหรือจากการขนส่งและให้มีความสะดวกต่อการส่งมอบสินค้าไปสู่ผู้ขายปลีกหรือขายส่ง ซึ่งบรรจุกฎเกณฑ์ตรงนี้จะมีส่วนสำคัญต่อกระบวนการกระจายสินค้าเป็นอย่างมาก วัสดุในการแพ็คสินค้า ซื่อจากแหล่งจำหน่ายขายส่ง เพื่อให้ได้ราคาที่ถูกที่สุดและในการบรรจุจะใช้พนักงานที่มีความชำนาญเพื่อลดข้อผิดพลาดในการแพ็คสินค้าและผูกขาดกับโรงงานที่ผลิต เพื่อเป็นการลดขั้นตอนการประสานงาน

13. การสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์

การทำธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คำนึงถึงข้อมูลจากการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการทางธุรกิจทำให้เกิดกระบวนการทางโลจิสติกส์ การสื่อสารทั้งภายนอก ได้แก่ การสื่อสารกับลูกค้าหรือกับผู้ขาย และการสื่อสารภายในที่ เพื่อให้มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานทางด้านโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการตระหนักดีว่าการสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดต้นทุนขึ้นได้ เช่น การรับข้อมูลและส่งต่อข้อมูลผิดพลาด ทำให้ฝ่ายผลิตหรือจัดส่งนำส่งสินค้าผิดรายการมีผลต่อการให้บริการหรือความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น การติดต่อสื่อสารที่ดีส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะทำให้เกิดการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง เช่น เจ้าของแบรนด์จะเป็นคนติดต่อกับผู้ผลิตเองโดยตรง แต่ก็จะมีแอดมินช่วยประสานงานติดต่อกับลูกค้า แต่ถ้าเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่มีความสำคัญเจ้าของร้านก็จะทำการติดต่อเอง การสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญ มีการสื่อสารระหว่างองค์กร ซัพพลายเออร์ และลูกค้า และการสื่อสารภายในบริษัท โดยเฉพาะฝ่ายการบัญชี การตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายขายกับฝ่ายบริการลูกค้า เป็นต้น รวมถึงการมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อให้การติดต่อสื่อสารไม่สะดุด มีไลน์กลุ่มของพนักงานในแต่ละฝ่าย ไลน์กลุ่มตัวแทนจำหน่าย แบ่งเป็นทีม และไลน์กลุ่มลูกค้ารายย่อยในกรณี

เจ้าของแบรนด์จำเป็นต้องให้รายละเอียดที่ลูกค้าต้องการหากตัวแทนไม่สามารถทำได้ ทั้งนี้ยังสามารถโทรศัพท์ ส่ง อีเมล หรือแชทในช่องทางที่จัดจำหน่ายสินค้าได้อย่างสะดวก

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการได้มีการดำเนินงานตามการจัดการทางโลจิสติกส์ทั้งหมด 13 ด้าน ได้แก่ การบริการลูกค้า การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ การขนส่ง การจัดซื้อ/จัดหา กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ การเลือกที่โรงงานและคลังสินค้า กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่างๆ บรรจุภัณฑ์และการบรรจุ และการสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์ สอดคล้องกับ ชลลดา พุ่มกะเนาว์, 2558 ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอาหารเสริม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทริไลท์ โดยผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับ กระบวนการจัดการทางโลจิสติกส์ที่ดี และยังสอดคล้องกับฤดี นิยมรัตน์, 2563 ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า การจัดการโลจิสติกส์ของ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางจังหวัดสมุทรสงคราม สถานประกอบการมีกิจกรรมการบริการลูกค้า การวางแผน เกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งของอาคารโรงงาน มีกิจกรรมการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการจัดส่ง โลจิสติกส์ย้อนกลับ การกระจายสินค้า การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และกิจกรรม การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ส่วนกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สถานประกอบการมีการดำเนินการน้อยได้แก่ กิจกรรม คลังสินค้าและการเก็บสินค้าเข้าคลัง และการพยากรณ์และวางแผนอุปสงค์ รวมถึงชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์, 2561 ที่ศึกษาเรื่องการจัดการระบบโลจิสติกส์ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตภาคกลางของ ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ต้องปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดหา ปัจจัยการผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพ การขาดสถานที่เหมาะสมและเพียงพอในการจัดเก็บสินค้า และยัง สอดคล้องกับ ชยุต แก้วมหา, 2561 ที่วิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาในการจัดการคลังสินค้าของธุรกิจเครื่องสำอางใน เขตภาคเหนือ ปัญหาที่พบในการจัดการคลังสินค้าของธุรกิจเครื่องสำอางในเขตภาคเหนือคือการป้อนข้อมูลการรับ สินค้าจากใบกำกับสินค้าไม่ตรงกันสินค้าที่ส่งมาบางประเภทเสื่อมสภาพพนักงานที่รับสินค้าไม่รู้จักสินค้าและสินค้า ที่ส่งบางตัวชำรุดแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาควรให้พนักงานเพิ่มความระมัดระวังในการตรวจสอบเอกสาร ให้ตรงกับความเป็นจริงหากไม่ถูกต้องให้แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการประสานงานความร่วมมือกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เมื่อพบปัญหาและควรดำเนินการตรวจเช็คอย่างละเอียดทุกครั้งก่อนรับสินค้าทั้งนี้ควรจัดฝึกอบรมพนักงานจัดทำ คู่มือการรับ-จ่ายสินค้าให้พนักงานถือปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัดในการนับสินค้าก่อนเข้าร้านควรมีการจัดแยกสินค้า ดีและสินค้าชำรุดให้ชัดเจนถ้าจำเป็นต้องรับไว้ให้กำหนดเลขที่ของพื้นที่ในการจัดเก็บ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ พรเทพ ผดุงถิ่น, 2562 ที่วิจัยเรื่องการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีพบว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับที่ยังต้องพัฒนาอยู่ 8 ด้าน ได้แก่การขนส่งสินค้าเที่ยวไปและเที่ยวกลับ การขนส่งเต็มคันรถต้นทุนขนส่งต่อรายได้ อัตราการเติบโตของกำไร อัตราการเติบโตของส่วนแบ่งตลาดแนวโน้มของจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นต้นทุนสินค้าคงคลังต่อรายได้และต้นทุนการบริหารต่อรายได้ และดำรงค์ งามประเสริฐ, 2560 ที่ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การบริหารโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของ

บริษัทเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จเกิดจากการใช้กลยุทธ์ทางด้านภาษีและโซ่อุปทานเกิดจากการนำเข้าวัตถุดิบซึ่งมีกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เช่นเดียวกับศุภกานต์ หอมคำพัต, 2563 ที่ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการโลจิสติกส์เครื่องสำอางนำเข้างานวิจัยนี้เสนอวิธีการแก้ปัญหาการวางแผนการส่งสินค้าโดยการขนส่งแบบเต็มคันรถและแบบไม่เต็มคันรถเพื่อกำหนดปริมาณการส่งสินค้าและการวางแผนการขนส่งที่เหมาะสม เพื่อให้ต้นทุนรวมต่ำที่สุดรวมถึงพิจารณาค่าใช้จ่าย 3 ด้านคือค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาคลังเครื่องสำอางค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและค่าใช้จ่ายในการผลิต

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. **การบริการลูกค้า** ควรมีการเก็บบันทึกถึงปิดแบ็คที่ลูกค้าสะท้อนกลับมาให้เพื่อใช้ปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานในอนาคต
2. **การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย** ควรมีการสำรวจความต้องการใช้อะไหล่ หรือเก็บข้อมูลความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเอาไว้ เพื่อทำการจัดเตรียม และสั่งซื้ออะไหล่ในการบริการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที
3. **กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า** กิจกรรมนี้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างองค์กรกับลูกค้า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่าย โดยจะใช้เวลาในกระบวนการนี้ให้สั้นและหลีกเลี่ยงความผิดพลาดให้มากที่สุด โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ หรือโปรแกรมสำเร็จรูปเข้ามาเป็นตัวช่วยลดความบกพร่องของมนุษย์
4. **การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า** ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า อิงจากภาวะเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ด้านการตลาด และเศรษฐศาสตร์ร่วมด้วย
5. **การจัดการสินค้าคงคลัง** ควรมีระบบดูแลสินค้าคงคลังที่สามารถดำเนินการได้อย่างสิ้นไหล ไม่ติดขัดแม่นยำ สามารถตรวจสอบความผิดพลาดย้อนหลังได้
6. **การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ** ในกรณีที่มีผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน รูปแบบการบริหารคลังอาจมีความแตกต่างกันตามแต่ละผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาจุดร่วมในการจัดการคลังและการจัดเก็บสินค้าแต่ละชนิด เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้าไปเก็บในหลายๆ คลังสินค้า
7. **กิจกรรมการขนส่ง** ทั้งนี้การวางแผนการจัดการเส้นทางอาจจะมีการนำเอาเทคนิคทางโลจิสติกส์อื่นๆ มาใช้ร่วมด้วย เช่น GIS
8. **การจัดซื้อ/จัดหา** ควรคำนึงถึงและมีการวางแผนในกิจกรรมดังกล่าวอย่างรอบคอบและรัดกุม เพราะกิจกรรมนี้ส่งผลต่อผลกำไรขาดทุน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการธุรกิจในทุกๆ วัฏจักร
9. **กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ** ควรเลือกแหล่งผลิตที่สามารถควบคุมปัจจัยดังกล่าวให้อยู่ในปริมาณน้อยที่สุด หรือมีแผนรองรับกับสินค้าหรือวัตถุดิบที่ถูกส่งกลับ เพื่อเป็นการลดต้นทุนเสียเปล่า หรือในทางกลับอาจจะสามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นได้
10. **การเลือกที่โรงงานและคลังสินค้า** กิจกรรมที่มีส่วนสำคัญทั้งในการพิจารณาการสร้างหรือเช่าคลังสินค้าหรือโรงงาน ในการทำธุรกิจเครื่องสำอางการเลือกโรงงานและคลังสินค้าก็เป็นสิ่งที่สำคัญมากไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีผลต่อการควบคุมคุณภาพสินค้าจากการผลิต รวมไปถึงสินค้าที่จะต้องจัดเก็บในคลังควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น ฯลฯ เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายกับสินค้าที่ผู้บริโภคนำมาใช้กับร่างกายโดยตรง

11. กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่างๆ ในการทำธุรกิจเครื่องสำอางเป็นที่จะต้องลดการจัดการให้น้อยที่สุดโดยการวิเคราะห์ถึงการไหลของวัสดุต่างๆ เพื่อที่จะช่วยลดต้นทุนในกิจกรรมนี้

12. บรรจุกฎเกณฑ์และการบรรจุ ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจในการเลือกลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อเสริมความน่าดึงดูดใจของสินค้า รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนปกป้องสินค้ามาให้เกิดความเสียหายในทุกๆ ขั้นตอนการเคลื่อนย้ายสินค้า

13. การสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพควรเป็นการสื่อสารในลักษณะบูรณาการได้แก่ การสื่อสารระหว่างองค์กร เช่น บริษัทของผู้ขายและลูกค้า การสื่อสารระหว่างหน่วยงานหลักภายในองค์กร เช่น ฝ่ายการตลาด วิศวกรรม บัญชี และฝ่ายผลิต การสื่อสารในแต่ละกิจกรรมของงานด้านโลจิสติกส์ตั้งที่ได้กล่าวมาข้างต้น การสื่อสารในระหว่างหน่วยงานย่อยในแต่ละกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และการสื่อสารระหว่างสมาชิกในสายโซ่อุปทานซึ่งอาจไม่ได้ติดต่อกับบริษัทโดยตรง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสำรวจสภาพปัญหาของการจัดการทางโลจิสติกส์ให้มีความลุ่มลึกมากขึ้น เพื่อจะได้ตอบประเด็นดังกล่าวและสามารถแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาแก่ผู้ประกอบการได้อย่างตรงประเด็น อาจจะเป็นวิจัยเชิงสำรวจก็ได้ เพื่อให้มีผลอ้างอิงทางสถิติ
2. ควรมีการทำวิจัยแยกย่อยแต่ละกิจกรรมทั้ง 13 กิจกรรมที่ได้เกิดขึ้นในกระบวนการทางโลจิสติกส์ เพื่อจะได้ลงลึกถึงรายละเอียดแต่ละกิจกรรมได้อย่างละเอียด
3. ควรมีการสำรวจความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจของแต่ละสถานประกอบการ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้า หรือตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะเจาะจงในการพัฒนาระบบการจัดการทางโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง
4. งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจและปรับปรุงกิจกรรมทางโลจิสติกส์ให้องค์กรอื่นๆ โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจขายเครื่องสำอางในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจและปรับปรุงกิจกรรมทางโลจิสติกส์เพื่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจได้

แหล่งอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี. (2563). *แผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 2565) ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : ส่วนแผนงานโครงการและงบประมาณ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2565). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. (2566-2570) สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2565 เข้าถึงได้จาก <https://mocplan.ops.moc.go.th/th/content/category/detail/id/94/iid/6024>*
- ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์. (2561). *การจัดการระบบโลจิสติกส์ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตภาคกลางของประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 38 ฉบับที่ 2 มีนาคม - เมษายน 2562.*

- ชลลดา พุ่มกะเนาว์. (2558). *ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอาหารเสริม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทริไลท์*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชยุต แก้วมหา. (2561). *การศึกษาปัญหาในการจัดการคลังสินค้าของธุรกิจเครื่องสำอางในเขตภาคเหนือ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร:กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ ศิลป์ จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พรเทพ ผดุงถิ่น. (2562). *การวิเคราะห์แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี*. วารสารสักทอง ปีที่ : 25 ฉบับที่ : 3 ช่วงเดือน : กรกฎาคม-กันยายนปี พ.ศ. : 2562.
- กานต์ หอมคำพัด. (2563). *การบริหารจัดการโลจิสติกส์เครื่องสำอางนำเข้า*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *แผนอุดมศึกษาระยะยาว20 ปี พ.ศ.2561-2580*. กรุงเทพฯ: บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2560-2564)*. มปท.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติทางโลจิสติกส์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2558). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ฯ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580). (2561). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 132 ตอนที่ 82.
- ฤดี นิยมรัตน์. (2563). *การจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางจังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ สังคมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรทราวโรจน์ประสารมิตร.
- Marshall, C. and Rossman, G. (2013) *Designing Qualitative Research*. 6th Edition, SAGE, Thousand Oaks.
- ดำรงค์ งามประเสริฐ. (2560). *กลยุทธ์การบริหารโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของบริษัทเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ลงชื่อ

(อาจารย์ ดร.วรรณวิษณีย์ ทองอินทรา)