



โลจิสติกส์ในยุคแห่งดิจิทัลสู่ความสำเร็จในอุตสาหกรรมผู้ค้าปลีก  
Digital Logistics as a Path to Success in the Retail Industry

พรทิพย์ แสงจันทร์,<sup>1</sup> พิชญ์ณัฐภัค ยงยุทธ,<sup>2</sup> จริญญา แจ่มจำรัส<sup>3</sup> ทศย์ทิพย์กันสีเวียง<sup>4</sup>  
และ นฤมลศิริระพัฒน์เกียรติ



อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี

**บทคัดย่อ**

อุตสาหกรรมค้าปลีกในยุคดิจิทัลกำลังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกจำเป็นต้องปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับระบบโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และยกระดับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด บทบาท ความสำคัญ และแนวทางการประยุกต์ใช้โล

จิสติกส์ดิจิทัลในอุตสาหกรรมค้าปลีก ผ่านการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิทั้งในและต่างประเทศ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาโลจิสติกส์ในธุรกิจค้าปลีก ได้แก่ ระบบสารสนเทศโลจิสติกส์ เช่น ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร ระบบการจัดการคลังสินค้า และระบบการจัดการการขนส่ง เทคโนโลยีอัตโนมัติ เช่น RFID และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง รวมถึงเทคโนโลยีอัจฉริยะและหุ่นยนต์ ซึ่งช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ความแม่นยำ และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกในระยะยาว

**บทนำ**

อุตสาหกรรมค้าปลีกเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการกระจายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ในบริบทของประเทศไทย อุตสาหกรรมค้าปลีกมีมูลค่าทางเศรษฐกิจในสัดส่วนที่สูงและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคธุรกิจดังกล่าวต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบกับการขยายตัวของตลาดอีคอมเมิร์ซ ได้ส่งผลให้พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็ว ความหลากหลายของช่องทางการซื้อสินค้า และประสบการณ์การซื้อที่เชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ภายใต้สภาพการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ธุรกิจค้าปลีกจึงจำเป็นต้องปรับรูปแบบการดำเนินงานและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การศึกษาแนวคิด บทบาท และแนวทางการประยุกต์ใช้โลจิสติกส์ดิจิทัลในอุตสาหกรรมค้าปลีกจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ บทความนี้มุ่งนำเสนอภาพรวมของโลจิสติกส์ดิจิทัล ตลอดจนวิเคราะห์ศักยภาพและประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในระบบโลจิสติกส์ของธุรกิจค้าปลีก เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมค้าปลีกในยุคดิจิทัล



**วิธีดำเนินการวิจัย**

บทความนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทความวิชาการ งานวิจัย หนังสือ ตำรา รายงานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนบทความและข่าวสารจากสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ดิจิทัลและอุตสาหกรรมค้าปลีก

ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นสำคัญ ได้แก่ แนวคิดและความสำคัญของโลจิสติกส์ดิจิทัล ประเภทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำมาใช้ในระบบโลจิสติกส์ ผลกระทบและประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อธุรกิจค้าปลีก รวมถึงกรณีศึกษาและตัวอย่างความสำเร็จ จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์มาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เชิงระบบ และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ

**อภิปรายผลและสรุปผล**

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด บทบาท ความสำคัญ และแนวทางการประยุกต์ใช้โลจิสติกส์ดิจิทัลในอุตสาหกรรมค้าปลีก ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา พบว่า โลจิสติกส์ดิจิทัลเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในระบบโลจิสติกส์ เช่น ระบบสารสนเทศโลจิสติกส์ ได้แก่ ERP, WMS และ TMS เทคโนโลยีอัตโนมัติ เช่น RFID และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง เทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีด้านหุ่นยนต์ สามารถช่วยบูรณาการข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการดำเนินงาน ลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพการบริการลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยสรุป โลจิสติกส์ดิจิทัลไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมค้าปลีกในระยะยาว ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนและการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

**ข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการนำโลจิสติกส์ดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมค้าปลีก ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการนำโลจิสติกส์ดิจิทัล
2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรได้รับการส่งเสริมควบคู่ไปกับการลงทุนด้านเทคโนโลยี โดยองค์กรควรพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลให้แก่บุคลากร เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์ดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. การบูรณาการข้อมูลและระบบงาน ธุรกิจค้าปลีกควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบและแบบเรียลไทม์ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการตัดสินใจและลดความซ้ำซ้อนของกระบวนการทำงาน
4. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาโลจิสติกส์ดิจิทัลในภาคธุรกิจค้าปลีก เช่น การจัดทำมาตรการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี

**เอกสารอ้างอิง**

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2565). ปรับโฉมโลจิสติกส์ไทยหลังโควิด-19 ด้วยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศฉบับใหม่. Office of the National Economic and Social Development Council. [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=11611](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11611)

เศรษฐกิจ ภาชากร. (2558). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ Industrial Technology Review. <http://thailandindustry.com/onlinemag/view2php?id=110&section=5&issues=10>