



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน  
ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย  
LOGISTICS MANAGEMENT EFFECTIVENESS TO COMPETITIVE ADVANTAGE  
OF AUTO PARTS INDUSTRY IN THAILAND

นวพล เกษมธารนนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน  
ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย  
LOGISTICS MANAGEMENT EFFECTIVENESS TO COMPETITIVE ADVANTAGE  
OF AUTO PARTS INDUSTRY IN THAILAND

นवल เกษมธรรนนท์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)  
เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2561

ศาสตราจารย์ ดร.อรรถวิวัฒน์ อัครวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.วลัยลักษณ์ อัครวิวัฒน์  
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

อาจารย์ ดร.แววมยุรา คำสุข  
กรรมการ

อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สิ้นรัตน์  
กรรมการ

รองศาสตราจารย์อัสยา จันทร์วิทยานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

อาจารย์ ดร.แววมยุรา คำสุข  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ  
ประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต  
(การจัดการอุตสาหกรรม)

อาจารย์พีระพงษ์ เอื้อสุนทรวัฒนา  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

## การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

นพพล เกษมธรรณันท์ 586080

การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: แวมมยุรา คำสุข, Ph.D.

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 344 ราย ซึ่งมีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือวิศวกร โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมานประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) ค่าการทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการบริหารคลังสินค้าและปัจจัยด้านการวางแผนมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ( $\bar{X} = 4.23$ ) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ ( $\bar{X} = 4.22$ ) และปัจจัยด้านการขนส่ง ( $\bar{X} = 4.21$ ) ตามลำดับ โดยในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันมี 5 ตัวแปรคือ ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** โลจิสติกส์ ความสามารถในการแข่งขัน การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน โลจิสติกส์ย้อนกลับ

LOGISTICS MANAGEMENT EFFECTIVENESS TO COMPETITIVE ADVANTAGE  
OF AUTO PARTS INDUSTRY IN THAILAND

NAWAPON KASAMTARANAN 586080

MASTER OF MANAGEMENT (INDUSTRIAL MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: WAWMAYURA CHAMSUK, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the level of comments about factor effectiveness to competitive advantage for entrepreneur of auto parts industry in Thailand and study factor effectiveness to competitive advantage of auto parts industry in Thailand by using questionnaire for collecting data from target group of 344 people whom are a manager, supervisor and engineering. The samples are chosen by Simple Random Sampling method. Analyzing data by using describe quantitative statistics and statistics to estimate quantitative consists of frequency, percentage, mean, standard deviation, Analysis of Variance: ANOVA, t-test, and multiple regression analysis.

The study result found that the majority of respondents thought that the most important factors were warehouse management and planning ( $\bar{X} = 4.30$ ), purchasing factor ( $\bar{X} = 4.23$ ), reverse Logistics factor ( $\bar{X} = 4.22$ ) and transportation factor ( $\bar{X} = 4.21$ ). Overview of 5 factors was in highest level ( $\bar{X} = 4.25$ ). The hypothesis testing found that purchasing, transportation, warehouse management, planning and reverse logistics that were effective to competitive advantage of auto parts industry in Thailand at 0.05 in significant level.

**Keywords :** Logistics, Competitive Advantage, Purchasing, Transportation, Warehouse Management, Planning, Reverse Logistics

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจากคณาจารย์  
ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันท์ ระเบียบ ประธาน  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม อาจารย์ ดร.แววมยุรา คำสุข  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคณะกรรมการสอบทุกท่าน ที่กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา และ  
คำแนะนำ รวมทั้งให้กำลังใจจนรายงานเสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้  
 ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และครอบครัวที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจแก่ผู้ศึกษา  
ขอขอบคุณหัวหน้าที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการศึกษาต่อ ขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านใน  
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์  
เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบความสมบูรณ์ของ  
รูปเล่มวิทยานิพนธ์

และสุดท้ายขอขอบคุณรุ่นพี่ และเพื่อนสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ซึ่งได้เรียนด้วยกัน  
มาเป็นเวลา 2 ปี และให้ความช่วยเหลือรวมทั้งเป็นกำลังใจอย่างดีและร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกัน  
ตลอดมา

นวพล เกษมธารนนท์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 สมมติฐานในการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์	8
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า	15
2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดซื้อ	19
2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่ง	22
2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์ย้อนกลับ	24
2.6 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน	26
2.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน	29
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	39
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ	44

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	49
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขัน	52
4.3 การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ	58
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน	59
4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	59
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	60
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย	64
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	66
5.2 ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เอกสารรับรองคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย	71
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย	72
ภาคผนวก ค หนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถาม	75
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	76
ภาคผนวก จ ตัวอย่างแบบสอบถาม	82
ประวัติผู้เขียน	88

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิติการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนประจำปี พ.ศ. 2559	3
2	สถิติการขายรถยนต์ในประเทศ ปี พ.ศ. 2559	3
3	ตลาดส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 15 อันดับแรกของไทย พ.ศ. 2559	4
4	กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนด้านโลจิสติกส์	14
5	ผลค่า IOC แบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน	42
6	สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	43
7	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ จำแนกตามความถี่และร้อยละ	49
8	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ จำแนกตามความถี่และร้อยละ	49
9	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา จำแนกตามความถี่และร้อยละ	50
10	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงาน จำแนกตามความถี่และร้อยละ	50
11	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านแผนก/ฝ่าย จำแนกตามความถี่และร้อยละ	51
12	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน จำแนกตามความถี่และร้อยละ	51
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการจัดซื้อ	52
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการขนส่ง	53
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการบริหารคลังสินค้า	54
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการวางแผน	55
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ	56
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของความสามารถในการแข่งขัน	57
19	การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ	58
20	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษาโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน	59
21	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ	60
22	ผลการทดสอบสมมติฐานการจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	60
23	ผลการทดสอบสมมติฐานการขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	61
24	ผลการทดสอบสมมติฐานการบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	61
25	ผลการทดสอบสมมติฐานการวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	62
26	ผลการทดสอบสมมติฐานโลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	62
27	สรุปผลงานวิจัย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน	65



## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กระบวนการกิจกรรมพื้นฐานในคลังสินค้า

15



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น จึงทำให้แต่ละธุรกิจต้องแสวงหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร ด้วยกลยุทธ์การลดต้นทุน และการสร้างความแตกต่าง (Porter M. E., 2011) โดยเฉพาะการลดต้นทุนทางด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ในการดำเนินงาน ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ จึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพ การประสานความร่วมมือด้านต่าง ๆ การดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ความต้องการในรูปแบบการขนส่ง เวลา คุณภาพ และปริมาณที่ถูกต้อง และสิ่งสำคัญคือจะต้องมีต้นทุนการดำเนินงานที่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Value Added) ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรคือ ปัจจัยด้านต้นทุน เนื่องจากต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจมีกำไรหรือขาดทุนได้ ซึ่งกำไรจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับการจัดการกระบวนการภายในขององค์กร (รวมพล จันทศาสตร์ และคณะ, 2557; Wawmayura et. al., 2017) โดยต้นทุนนั้นเป็นปัจจัยภายในองค์กรที่องค์กรสามารถควบคุมได้ โดยต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดต้นทุนรวมที่สูง องค์กรจึงจำเป็นต้องนำกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics) เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมกิจกรรมตั้งแต่การขนส่ง การจัดการสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การบริหารคำสั่งซื้อ การบริหารข้อมูล การบริหารการเงิน การจัดการวัตถุดิบ การจัดซื้อ การบรรจุ และการบริหารคำสั่งความต้องการของลูกค้า ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้สินค้าหรือบริการไปถึงมือของลูกค้าได้ทันเวลา (Just in time) และลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Suwaj et. al., 2016; กานต์พิชชา สุวรรณ, 2552)

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาด้านเทคโนโลยียานยนต์ ไปจนถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่น ๆ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอย่างมาก โดยประเทศไทยมีนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 จากเป้าหมายในอดีตที่พัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในช่วงเริ่มต้น เพื่อลดการนำเข้ามาสู่ในช่วงกลาง ระหว่างปี พ.ศ. 2520 – 2540 ด้วยการส่งเสริมการลงทุน สร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ และพัฒนาความสามารถในการผลิตเพื่อส่งออก โดยประเทศไทยเริ่มมีนโยบายเปิดเสรีทางการค้า และเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) และลงนามข้อตกลง

เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) จนปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคการค้าเสรีอย่างเต็มตัว (กระทรวงอุตสาหกรรม. 2554)

จากการเติบโตและการขยายตัวของเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องของไทย และภูมิภาคเอเชีย ซึ่งประเทศไทยมีกำลังการผลิตรถยนต์ในเดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,944,417 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวของปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 1.64 โดยผลิตเพื่อการส่งออก ระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ.2559 จำนวน 1,167,574 คัน เท่ากับร้อยละ 60.05 ของยอดการผลิตทั้งหมด ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2558 ช่วงเวลาเดียวกัน ร้อยละ 2.78 และผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ ระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม 2559 ผลิตได้ 776,843 คัน เท่ากับร้อยละ 39.95 ของยอดการผลิตทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 9.1 สำหรับยอดขายรถยนต์ภายในประเทศของเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 86,858 คัน ลดลงจากเดือนเดียวกันในปีก่อน ร้อยละ 14.4 เนื่องจากปลายปี พ.ศ. 2558 ประชาชนเร่งซื้อรถยนต์จำนวนมากก่อนการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต โดยสรุปตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2559 รถยนต์มียอดขาย 768,788 คัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 6.0 (สภาอุตสาหกรรม. 2560)

ตารางที่ 1 พบว่าสถิติการส่งออกรถยนต์ตลอดปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่าการส่งออก 891,797.63 ล้านบาท ซึ่งสามารถส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปได้ 1,188,515 คัน คิดเป็นมูลค่า 631,846.78 ล้านบาท กลุ่มเครื่องยนต์ (Engine Value) จำนวน 43,717.87 ล้านบาท กลุ่มอะไหล่ (Spare Parts) จำนวน 29,316.06 ล้านบาท กลุ่มอุปกรณ์กำหนดตำแหน่งการทำงานของชิ้นงาน (JIG & DIE) จำนวน 1,634.20 ล้านบาท กลุ่มตัวถัง (Body Part) จำนวน 106,366.01 ล้านบาท และกลุ่มชิ้นส่วนประกอบ (Components Part) จำนวน 76,114.70 ล้านบาท (สภาอุตสาหกรรม. 2560)

### ตารางที่ 1 สถิติการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนประจำปี พ.ศ. 2560

Value : Million baht

MONTH	TOTAL VALUE	CBU		ENGINE VALUE	SPARE PARTS VALUE	JIG & DIE		OEM PART		OTHERS VALUE
		UNITS	VALUE			UNITS	VALUE	BODY PART	COMPO PART	
JANUARY	69,149.01	93,714	50,582.23	3,577.50	1,598.54	54	113.56	8,002.59	5,214.90	59.68
FEBRUARY	76,402.23	104,712	55,635.40	3,774.01	1,975.71	20	67.96	8,885.18	5,961.10	102.87
MARCH	80,060.00	109,334	57,335.79	4,072.68	2,474.37	31	342.36	9,221.43	6,528.12	85.25
APRIL	63,406.06	80,491	43,084.55	3,966.31	1,991.70	0	198.90	8,612.46	5,494.31	57.83
MAY	78,733.87	99,547	54,990.82	4,809.95	2,577.23	0	116.30	10,348.36	5,809.55	81.66
JUNE	79,079.26	107,025	57,461.93	3,701.89	3,191.04	0	117.11	9,029.06	5,507.95	70.25
JULY	74,717.41	99,155	51,530.09	4,260.26	2,810.32	12	104.02	9,353.09	6,619.61	40.02
AUGUST	71,389.01	94,183	51,047.30	3,299.87	2,768.75	40	204.95	8,048.92	5,943.64	75.57
SEPTEMBER	81,048.25	112,565	58,763.90	2,855.55	2,223.89	14	125.90	9,659.37	7,315.83	103.81
OCTOBER	77,538.95	103,192	53,934.64	3,559.54	2,579.11	35	100.86	10,186.26	7,136.22	42.34
NOVEMBER	73,004.73	98,477	51,111.85	3,109.22	2,550.42	8	40.02	8,739.47	7,421.59	32.15
DECEMBER	67,268.86	86,120	46,368.25	2,731.09	2,574.98	4	102.27	8,279.81	7,161.88	50.58
TOTAL	891,797.64	1,188,515	631,846.75	43,717.87	29,316.06	218	1,634.21	108,366.00	76,114.70	802.01

ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2560

แนวโน้มสภาพตลาดรถยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 มีโอกาสทำยอดขายได้สูงขึ้นประมาณร้อยละ 2 ถึง 7 หรือคิดเป็นจำนวนรถยนต์ 785,000 ถึง 825,000 คัน ขณะที่ตลาดส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 1 ถึง 6 หรือคิดเป็นจำนวนรถยนต์ส่งออก 1,200,000 ถึง 1,260,000 คัน ส่งผลทำให้การผลิตรถยนต์ในประเทศ ขยับขึ้นมามากขึ้นที่ระดับ 1,970,000 ถึง 2,040,000 คัน ซึ่งทิศทางดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความต้องการชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ และบริการจากภาคธุรกิจต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559)

### ตารางที่ 2 สถิติการขายรถยนต์ในประเทศ ปี พ.ศ. 2560

BY UNIT

MONTH	TOTAL PASSENGER AND COMMERCIAL	PASSENGER CAR	COMMERCIAL VEHICLE							
			TOTAL	VAN	1 - TON	2-4 TONS	TRUCK OVER	FOUR WHEEL	LESS THAN	OTHER SALES
			COMMERCIAL VEHICLE	MICROBUS	PICK UP	TRUCK	4 TONS AND BUS	DRIVE	1 TON	(P/U 1.6 TONS)
JANUARY	51,821	16,384	35,437	1,063	29,000	797	996	3,198	346	37
FEBRUARY	57,093	17,826	39,267	923	31,398	782	1,266	4,410	432	56
MARCH	72,646	23,763	48,883	752	38,915	990	2,106	5,759	320	41
APRIL	54,986	20,687	34,299	822	27,628	875	1,092	3,528	325	29
MAY	66,035	25,050	40,985	938	33,549	832	1,087	4,226	325	28
JUNE	66,049	25,460	40,589	944	32,056	1,148	1,462	4,455	478	46
JULY	60,635	24,358	36,277	1,038	29,177	787	1,148	3,785	321	21
AUGUST	63,619	24,768	38,851	1,220	30,325	1,153	1,490	4,050	584	29
SEPTEMBER	63,641	25,641	38,000	1,235	30,671	844	1,442	3,511	258	39
OCTOBER	60,634	23,117	37,517	1,151	30,527	1,012	1,396	3,005	397	29
NOVEMBER	64,771	23,306	41,465	1,360	34,345	1,089	1,394	2,956	299	22
DECEMBER	86,858	29,467	57,391	1,875	46,536	1,195	1,919	5,386	451	29
TOTAL	768,788	279,827	488,961	13,321	394,127	11,504	16,798	48,269	4,536	406

ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2560

ตารางที่ 2 พบว่า ยอดขายรถยนต์กลุ่มรถยนต์ส่วนตัวและกลุ่มรถยนต์เชิงพาณิชย์ (Passenger and Commercial) มีมูลค่า 768,788 คัน แบ่งเป็นรถยนต์ส่วนตัว (Passenger Car) จำนวน 279,827 คัน กลุ่มรถยนต์เชิงพาณิชย์ (Commercial Vehicle Car) จำนวน 488,961 คัน

กลุ่มรถตู้ : รถโดยสารขนาดเล็ก (Van : Micro Bus) มียอดขายจำนวน 13,321 คัน กลุ่มรถยนต์ 1 ตัน มียอดขายจำนวน 394,127 คัน กลุ่มรถบรรทุก 2-4 ตัน มียอดขายจำนวน 11,504 คัน กลุ่มรถบรรทุกมากกว่า 4 ตัน และรถบัส มียอดขายจำนวน 16,798 คัน กลุ่มรถยนต์ขับเคลื่อน 4 ล้อ มียอดขายจำนวน 48,269 คัน กลุ่มรถยนต์ต่ำกว่า 1 ตัน มียอดขายจำนวน 4,536 คัน และกลุ่มอื่น ๆ จำนวน 406 คัน (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2560)

ตารางที่ 3 ตลาดส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 15 อันดับแรกของไทย พ.ศ. 2560

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว (%)					อัตราส่วน				
	2557	2558	2559	2559 (ม.ค.-พ.ค.)	2560 (ม.ค.-พ.ค.)	2557	2558	2559	2559 (ม.ค.-พ.ค.)	2560 (ม.ค.-พ.ค.)	2557	2558	2559	2559 (ม.ค.-พ.ค.)	2560 (ม.ค.-พ.ค.)
1. ออสเตรเลีย	127,594.12	158,381.07	183,129.58	70,964.58	78,598.78	-4.53	24.13	15.63	13.44	10.76	16.17	18.33	19.89	19.25	21.80
2. ญี่ปุ่น	49,528.25	70,186.05	81,787.52	33,829.36	30,575.66	35.33	41.71	16.53	46.30	-9.62	6.28	8.12	8.88	9.18	8.48
3. อินโดนีเซีย	64,533.76	50,266.97	53,074.36	22,789.01	23,606.95	-12.98	-22.11	5.58	2.65	3.59	8.18	5.82	5.76	6.18	6.55
4. ยุโรป	42,224.29	43,454.96	45,449.49	17,816.55	17,022.56	4.20	2.91	4.59	-0.83	-4.46	5.35	5.03	4.94	4.83	4.72
5. มาเลเซีย	51,062.92	49,409.47	44,582.87	19,224.75	16,000.91	10.59	-3.24	-9.77	-15.09	-16.77	6.47	5.72	4.84	5.22	4.44
6. จีน	6,490.68	10,988.09	26,394.73	5,680.83	14,313.88	17.59	69.29	140.21	68.10	151.97	0.82	1.27	2.87	1.54	3.97
7. เม็กซิโก	13,195.10	26,864.04	32,994.74	8,728.60	13,358.80	34.05	103.59	22.82	13.50	53.05	1.67	3.11	3.58	2.37	3.70
8. เวียดนาม	16,776.53	25,216.37	34,257.43	12,311.22	13,285.56	46.13	50.31	35.85	49.93	7.91	2.13	2.92	3.72	3.34	3.68
9. นิวซีแลนด์	16,747.70	22,620.83	27,143.04	9,151.49	12,699.32	17.92	35.07	19.99	3.62	38.77	2.12	2.62	2.95	2.48	3.52
10. แอฟริกาใต้	21,756.59	23,696.38	21,176.09	9,447.72	11,301.61	-11.63	8.92	-10.64	-1.12	19.62	2.76	2.74	2.30	2.56	3.13
11. สหรัฐอเมริกา	20,216.30	22,677.78	31,091.09	12,254.34	10,529.73	52.71	12.18	37.10	33.23	-14.07	2.56	2.63	3.38	3.32	2.93
12. ซาอุดีอาระเบีย	51,769.56	51,094.53	39,894.95	20,931.77	7,745.89	12.65	-1.36	-21.92	6.87	-62.99	6.56	5.91	4.33	5.68	2.15
13. สหราชอาณาจักร	11,916.89	18,961.66	20,349.24	6,980.27	7,669.34	50.54	59.12	7.32	-2.45	9.87	1.50	2.20	2.21	1.89	2.13
14. รัสเซีย	15,008.07	14,686.52	12,165.73	4,324.14	7,157.15	11.03	-2.14	-17.16	-31.95	65.52	1.90	1.71	1.32	1.17	1.98
15. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	25,148.98	22,958.46	21,034.83	9,641.15	5,671.07	4.11	-8.71	-8.38	15.25	-41.18	3.19	2.66	2.28	2.63	1.57
รวม 15 รายการ	533,969.74	611,463.18	674,525.69	264,075.78	269,537.21	6.47	14.51	10.31	11.51	2.07	67.66	70.79	73.25	71.64	74.75
รวมอื่นๆ	255,238.00	252,365.20	246,345.60	104,557.30	91,045.50	7.90	-1.13	-2.39	3.89	-12.92	32.34	29.21	26.75	28.36	25.25
รวมทุกประเทศ	789,207.74	863,828.38	920,871.29	368,633.08	360,582.71	6.93	9.45	6.60	9.24	-2.18	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. 2560

การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยไปยังต่างประเทศ ต้องเผชิญกับภาวะหดตัวประมาณร้อยละ 2 หรือคิดเป็นมูลค่าส่งออกชิ้นส่วนประมาณ 255,000 ล้านบาท เนื่องจากการส่งออกที่ลดลงในกลุ่มชิ้นส่วน OEM (Original Equipment Manufacturer) และลดลงในกลุ่มชิ้นส่วน REM (Replacement Equipment Manufacturer) โดยในส่วนของชิ้นส่วน OEM คาดว่าต้องเผชิญกับการนำเข้าที่ลดลงจากประเทศผู้นำเข้าหลักเดิม เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และแอฟริกาใต้ เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีนักลงทุนจากต่างประเทศทยอยเข้าไปลงทุนเพื่อผลิตชิ้นส่วนในประเทศเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เม็กซิโกซึ่งเป็นตลาดนำเข้าชิ้นส่วนหลักอีกแห่งของประเทศไทย ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการกำลังการผลิตที่ลดลงจากผลของนโยบายประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ ด้วย ด้านตลาดชิ้นส่วน REM แม้ว่าจะได้ปัจจัยบวกจากการนำเข้าชิ้นส่วนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่นำเข้ารถยนต์จากประเทศไทยมากขึ้น เช่น เวียดนาม เป็นต้น แต่ก็ยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงเมื่อการส่งออกไปสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดชิ้นส่วน REM หลักอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย ต้องเจอกับกฎหมาย/นโยบายกีดกันการค้าจากสหรัฐฯ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2560)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2556 – 2560 โดยมีเป้าหมาย 3 เป้าหมาย คือ 1) ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ประเทศไทยควรวางบทบาทเป็นศูนย์กลางธุรกรรม การค้าและบริการของกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงและเป็นประตูการค้าสู่ตลาดเอเชีย (Trade and Service Hub of GMS and Gateway to Asia) เพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพและหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และนำไปสู่ความร่วมมือและการเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกันในภูมิภาค 2) เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการตอบสนองลูกค้าของระบบโลจิสติกส์ (Logistics Efficiency and Responsiveness) ทั้งในระดับสถานประกอบการ ระดับกลไกและกระบวนการอำนวยความสะดวกทางการค้าของประเทศ การสร้างความเข้มแข็งและมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจไทยโซ่อุปทาน (Value Creation) และการเติบโตที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค (Regional Inclusive Growth) 3) ผลสัมฤทธิ์สุดท้าย การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจและการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกันบนพื้นฐานของการมีภาคธุรกิจที่เข้มแข็งมีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ รวมถึงการคำนึงถึงคุณค่าที่สังคมต้องการเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงาน การมีชีวิตอย่างมีคุณภาพ และการให้คุณค่าความเป็นมนุษย์กับคนทุกระดับ

ปัจจุบันการแข่งขันในกระบวนการจัดการโลจิสติกส์ มีผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ ดังนั้นเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน จึงได้เกิดแนวคิดในการปรับปรุงกระบวนการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำให้ธุรกิจเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ธุรกิจต้องทำการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่อการเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญในการสนับสนุน การขายสินค้าและบริการโดยโลจิสติกส์ กระบวนการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพต้องมีหลักและข้อปฏิบัติที่ดี และต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) การพยากรณ์ 2) การบริหารสินค้าคงคลัง 3) การจัดซื้อ 4) การติดต่อสื่อสารทางโลจิสติกส์ 5) การขนส่ง 6) การบริหารคลังสินค้า (วาสนา จรุงศรีโชติกาจร, 2550) อย่างไรก็ตามผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์กำลังเผชิญกับปัญหาในการแข่งขันหลาย ๆ ด้าน การจัดการโลจิสติกส์จึงเป็นเครื่องมือในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นปัจจัยในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีดังต่อไปนี้ 1) การให้บริการแก่ลูกค้าและกิจกรรมสนับสนุน 2) การจัดซื้อจัดหา 3) การสื่อสารด้านโลจิสติกส์และกระบวนการสั่งซื้อ 4) การขนส่งชิ้นส่วนยานยนต์ 5) การเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า 6) การวางแผนและการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า 7) การบริหารสินค้าคงคลัง 8) การจัดการเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ และการบรรจุหีบห่อในการจัดส่งชิ้นส่วนยานยนต์

9) โลจิสติกส์ย้อนกลับ (การจัดการสินค้าส่งคืน) 10) การลดต้นทุนโลจิสติกส์ (ธนรัตน์ คุรุวรรณเจริญ. 2555)

ภายใต้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน ทำให้ทุกองค์กรต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยองค์กรธุรกิจต่างๆต้องเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน อาทิเช่น โครงสร้างองค์กร กระบวนการวิธีการทำงาน เครื่องมือในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ฯลฯ องค์กรต่างๆ ในปัจจุบัน กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจด้วยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ซึ่งจะเน้นประสิทธิภาพในการการผลิตไปพร้อม ๆ กับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อสร้างผลประกอบการและผลตอบแทนให้กับผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร

จากปัญหาและเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ทำให้ได้ปัจจัยที่ต้องการศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย และได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ซึ่งมีตัวแปรที่สนใจในการศึกษาตั้งแต่การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่  
พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือพื้นที่หรือที่ตั้งของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านเวลา  
การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560
3. ขอบเขตด้านประชากร  
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน 2,409 ราย (สภาอุตสาหกรรม. 2560)

#### 4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน และทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยศึกษาเกี่ยวกับด้านการจัดการโลจิสติกส์ซึ่งประกอบไปด้วย การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

3. ทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

4. แนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

#### 1.5 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การจัดซื้อส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การขนส่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การบริหารคลังสินค้าส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การวางแผนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

#### 1.6 นิยามศัพท์

**โลจิสติกส์** หมายถึง กระบวนการจัดการการเคลื่อนย้าย จัดเก็บและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับพัสดุ ชิ้นส่วน และสินค้าสำเร็จรูปในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปชิ้นส่วนยานยนต์



ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ กล่าวคือ ตั้งแต่การจัดหา ไปจนถึงการกระจายชิ้นส่วนยานยนต์สู่ลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อการทำกำไรสูงสุดและมีต้นทุนต่ำที่สุด

**ความสามารถในการแข่งขัน** หมายถึง กระบวนการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายใดรายหนึ่ง ใช้ความพยายามที่จะเข้าไปเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในด้านการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ตามที่ลูกค้าต้องการภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาและต้นทุน อีกทั้งเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด ซึ่งความสามารถในการแข่งขันวัดได้จากผลประกอบและส่วนแบ่งการตลาด

**คุณภาพ** หมายถึง คุณสมบัติของชิ้นส่วนยานยนต์ที่สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี มีสภาพที่ดี และมีความคงทน เมื่อนำไปประกอบรวมกับชิ้นส่วนอื่นสามารถเข้ากันได้และใช้งานได้ดี มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพกระบวนการผลิตเพื่อให้มีคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้สั่งผลิตได้และเป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนด

**การจัดซื้อ** หมายถึง กระบวนการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ตามความต้องการของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และเป็นกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ ในโซ่อุปทาน (Supplier Chain) และทำหน้าที่ในการประสานงานในด้านการไหลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้ขายวัตถุดิบ เนื่องจากการมีวัตถุดิบพร้อมเป็นปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และการบริการเพื่อนำส่งให้แก่ลูกค้าในเวลาที่กำหนด

**การขนส่ง** หมายถึง การเคลื่อนย้ายชิ้นส่วนยานยนต์จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีเป้าหมายหลักคือ เพื่อลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การลดระยะเวลา การสร้างรายได้เพิ่ม การเพิ่มกำไร เป็นต้น

**การบริหารคลังสินค้า** หมายถึง การจัดการในการรับ การจัดเก็บ การจัดส่งชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อกิจกรรมการขาย โดยมีเป้าหมายหลักในการบริหาร ดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้า เพื่อให้เกิดการดำเนินการเป็นระบบ ให้คุ้มกับการลงทุน การควบคุมคุณภาพของชิ้นส่วนยานยนต์ การจัดเก็บ การหยิบสินค้า การป้องกัน ลดการสูญเสียจากการดำเนินงาน เพื่อให้ต้นทุนการดำเนินงานต่ำที่สุด และการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

**การวางแผน** หมายถึง กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการว่าจะทำอย่างไรให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ การวางแผนเป็นกระบวนการในการเผชิญกับความไม่แน่นอนโดยการกำหนดการกระทำล่วงหน้าเพื่อให้ได้ผลตามที่กำหนด

**โลจิสติกส์ย้อนกลับ** หมายถึง กระบวนการวางแผน ปฏิบัติ และควบคุมการเคลื่อนย้ายชิ้นส่วนยานยนต์และข้อมูลข่าวสาร จากปลายทางซึ่งก็คือผู้บริโภค ย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพหรือนำไปสร้างมูลค่าแทนที่จะต้องทิ้งหรือสูญเปล่าไป

ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ซึ่งก็คือ ยอดขายชิ้นส่วนยานยนต์



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ได้มีการทบทวนทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดซื้อ
- 2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่ง
- 2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์ย้อนกลับ
- 2.6 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน
- 2.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management)

ความหมายของการจัดการโลจิสติกส์ Stock และ Lambert (2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า  
การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการทั้งภาคการผลิตและภาค  
บริการในส่วนภาค บริการนั้น ได้แก่ ส่วนงานของภาครัฐ โรงพยาบาล ธนาคาร การค้าส่งและการค้า  
ปลีกนอกจากนี้ยังต้องพิจารณาการจัดการขั้นสุดท้าย การจัดการแปรสภาพ เนื่องจากโลจิสติกส์มี  
ขอบข่ายความรับผิดชอบสูงขึ้นซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตเท่านั้น แต่กิจกรรมโลจิสติกส์  
เกี่ยวเนื่องไปในทุกกิจกรรม

กฤษณ์ ฉันทจิรพร (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการ  
ของโซ่อุปทานประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินการการควบคุม การไหลเวียน การจัดเก็บสินค้า  
การบริการและสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพจากจุดแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบ ถึงจุดที่มีบริโภคหรือ  
จุดที่มีการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าหรือผู้บริโภค

อรุณ บริรักษ์ (2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง ระบบที่เกี่ยวข้อง  
กับช่องทางการจำหน่ายสินค้า หรือบริการซึ่งเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ  
จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบและการเก็บสินค้าคงคลัง กิจกรรมเหล่านี้มีผลต่อ  
การเพิ่มกำไรหากสามารถลดต้นทุนเพิ่มระดับการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภค ได้รับความพึงพอใจ  
เพิ่มขึ้น

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง ส่วนหนึ่งของกระบวนการโซ่อุปทาน เพื่อช่วยในการวางแผนการสนับสนุนการควบคุม การไหลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล และเก็บรักษาสินค้าบริการกับสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง การบริหารกระบวนการไหลของสินค้า บริการหรือวัตถุดิบ จากจุดเริ่มต้น (Points of Origin) ไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าหรือวัตถุดิบนั้น ๆ จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผนการปฏิบัติการและการควบคุมการเคลื่อนย้าย และการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมหลักของการจัดการโลจิสติกส์ Stock และ Lambert (2001) ได้แบ่งกิจกรรมของกระบวนการจัดการโลจิสติกส์ออกเป็น 13 กิจกรรม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การบริการลูกค้า (Customer Service) ประกอบด้วยกิจกรรมที่ต้องติดต่อหรือประสานงานโดยตรงกับลูกค้า โดยกิจกรรมการให้บริการลูกค้านี้ได้ถูกวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะต้องทำเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ภายใต้ระดับการให้บริการ และ ต้นทุนของการให้บริการที่เหมาะสม

2. การจัดเตรียมอะไหล่และงานบริการหลังการขาย (Part and Service Support) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงบริการหลังการขาย โดยเป็นกิจกรรมของการซ่อมแซมและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ได้ขายไป เช่น การมีอะไหล่ทดแทนในขณะที่ลูกค้าต้องการ การให้คำแนะนำ การบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมนี้มีส่วนในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และจะส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อในอนาคต สามารถสร้างความภักดีต่อตราสินค้า รวมถึงการบอกต่อไปยังลูกค้ารายใหม่ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวอีกด้วย

3. กระบวนการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) เป็นกิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มของกระบวนการด้านโลจิสติกส์ และการปฏิบัติงานที่รวดเร็วเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า กิจกรรมนี้อาจแบ่งเป็น 3 ส่วนย่อยได้ดังนี้

- 3.1 ส่วนการปฏิบัติงานได้แก่ งานด้านการรับคำสั่งซื้อเข้ามาในระบบ การจัดตารางการส่งสินค้า และการทำใบกำกับสินค้า (Invoice)

- 3.2 ส่วนการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การปรับเปลี่ยน/ แก้ไขคำสั่งซื้อ การสอบถามสถานะของคำสั่งซื้อ การสอบกลับและเร่งงานที่เร่งด่วน

- 3.3 ส่วนการให้เครดิตและการเรียกเก็บค่าสินค้า ซึ่งทำหน้าที่ในการตรวจสอบเครดิตที่ให้ไว้และการเรียกเก็บและรวบรวมค่าสินค้า ทั้งนี้การดำเนินงานตามคำสั่งซื้อนั้นความรวดเร็วในการ

ดำเนินงานและความถูกต้องเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถในการบริการลูกค้า เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นส่วนงานที่ต้องมีการพบปะกันระหว่าง ลูกค้ากับบริษัท ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และเข้าใจในการบริการลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจลูกค้าด้วย

4. การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting) เป็นกิจกรรมที่มีการพิจารณาถึงความต้องการในผลิตภัณฑ์หรือบริการในอนาคตของลูกค้า ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กร เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายคลังสินค้า โดยต้องทราบทั้ง ช่วงเวลาในการส่งเสริมการขาย การตั้งราคา ปริมาณสินค้าคงคลัง จำนวนแรงงาน ตารางการผลิต เป็นต้น

5. การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญ เนื่องจาก ปริมาณสินค้าคงคลังที่องค์กรมีอยู่นั้นจะกระทบถึงสถานะการเงิน การจัดหาวัสดุให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการวางแผนในการผลิต ทั้งนี้การที่องค์กรมีปริมาณสินค้าคงคลังที่สูงย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ขณะเดียวกันทำให้องค์กรเกิดค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าคงคลัง ค่าใช้จ่ายด้านคลังสินค้า รวมถึงค่าเสียโอกาสในการนำเงินทุนไปหมุนเวียน เพื่อใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ ดังนั้นในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่องค์กรจึงควรคำนึงถึงระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อที่จะสามารถลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการจัดการสินค้าคงคลัง

6. การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ (Warehouse and Storage) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุม ถึงการจัดการพื้นที่ที่ใช้ในการจัดเก็บหรือดูแลสินค้าคงคลัง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงานในคลังสินค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ในการจัดเก็บ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการสร้างคลังสินค้าเองหรือเช่าคลังสินค้า การออกแบบแผนผังของสิ่งอำนวยความสะดวกในคลังสินค้า ทั้งนี้ปัจจุบันการจัดการคลังสินค้าเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้าได้อีกทางหนึ่ง

7. กิจกรรมการขนส่ง (Traffic and Transportation) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการจัดการ การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ การเลือกวิธีการในการขนส่งสินค้า เช่น ทางเรือ รถบรรทุก รถไฟ เครื่องบิน หรือการขนส่งหลายรูปแบบ นอกจากนี้ยังครอบคลุมในส่วนของการเลือกเส้นทางขนส่งโดยกิจกรรมนี้เป็นส่วนประกอบหลักในกระบวนการโลจิสติกส์ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าจาก แหล่งกำเนิดสู่จุดที่มีการบริโภค รวมทั้งการนำสินค้ากลับคืน

8. การจัดซื้อจัดหา (Procurement) กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่มีการใช้จ่ายถึง 40 ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ของบริษัท โดยเป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้มาซึ่งวัสดุหรือบริการเพื่อให้กระบวนการผลิตของบริษัทยังคงมีประสิทธิภาพ โดยรวมถึงกิจกรรมการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบ การจัดหาวัสดุให้ได้ตามความต้องการของผู้ใช้ทั้งในด้านเวลา ราคา ปริมาณ และคุณภาพ รวมทั้งการ สร้างความสัมพันธ์กับผู้ขาย (Suppliers)

9. กระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เป็นกิจกรรมที่ดูแลหรือจัดการกับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนมายังบริษัท นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการกำจัดและควบคุมวัสดุที่เป็นเศษเหลือจากกระบวนการผลิต การกระจายสินค้าหรือการบรรจุ ซึ่งกิจกรรมนี้มีส่วนสำคัญมากขึ้น เนื่องจากความต้องการความยืดหยุ่นในการสั่งซื้อสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น นโยบายที่มีการผ่อนผันในการคืนสินค้า และนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

10. การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection) เป็น กิจกรรมที่มีส่วนสำคัญทั้งในการพิจารณาการสร้างหรือเช่าคลังสินค้าหรือโรงงาน ช่วยให้ระดับการตอบสนองต่อลูกค้าสูงขึ้น ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงระยะทางใกล้ ไกลของแหล่งวัตถุดิบและลูกค้า นอกจากนี้การคัดเลือกที่ตั้งที่เหมาะสมยังช่วยให้ประหยัดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนย้ายจากโรงงานไปคลังสินค้า จากโรงงานสู่โรงงาน หรือจะเป็นจากคลังสินค้าไปสู่ลูกค้า

11. กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการวัสดุต่าง ๆ (Material Handling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายหรือการไหลของวัตถุดิบ วัสดุที่อยู่ระหว่างการผลิต และผลิตภัณฑ์สุดท้ายภายใน โรงงานหรือคลังสินค้า เพื่อลดขั้นตอนในการเคลื่อนย้าย ลดระยะทางในการเคลื่อนย้ายให้เหลือน้อยที่สุด ลดงานระหว่างการผลิต จัดการใหม่ ความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายไม่ให้เกิดการหยุดชะงัก และลดการสูญเสียจากการแตกหัก ขยะ การเน่าเสีย หรือการลักขโมย ซึ่งการที่มีการจัดการหรือเคลื่อนย้ายวัสดุต่าง ๆ นั้นจะทำให้มีต้นทุนเกิดขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นที่จะต้องลดการจัดการให้น้อยที่สุดโดยการวิเคราะห์ถึงการไหลของวัสดุต่าง ๆ เพื่อที่จะช่วยลดต้นทุนในกิจกรรมนี้

12. บรรจุภัณฑ์และการบรรจุ (Packaging) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุ และบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีบทบาทใน 2 มุมมอง คือ 1) มุมมองทางด้านการตลาดที่มุ่งเน้นให้มีรูปแบบที่ดึงดูดลูกค้า 2) มุมมองทางด้านโลจิสติกส์ คือให้มีบทบาทในการปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายจากการจัดเก็บและการขนส่ง และสามารถช่วยให้การจัดเก็บและเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์เป็นไปได้อย่างสะดวก

13. การสื่อสารในงานด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications) เป็นกิจกรรมที่มีส่วนสนับสนุนงานด้านโลจิสติกส์และความสำเร็จขององค์กร โดยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยให้มีการตัดสินใจและดำเนินงานที่รวดเร็ว ลดปัญหาความล่าช้าระหว่างแผนก สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ทั้งนี้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพควรเป็นการสื่อสารในลักษณะบูรณาการ ได้แก่ 1) การสื่อสารระหว่างองค์กร เช่น บริษัทของผู้ขายและลูกค้า 2) การสื่อสารระหว่างหน่วยงานหลักภายในองค์กร เช่น ฝ่ายการตลาด วิศวกรรม บัญชี และฝ่ายผลิต 3) การสื่อสารในแต่ละกิจกรรมของงานด้านโลจิสติกส์ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น 4) การสื่อสารในระหว่างหน่วยงานย่อยในแต่ละกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และ 5) การสื่อสารระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทาน ซึ่งอาจไม่ได้ติดต่อกับบริษัทโดยตรง

**ตารางที่ 4** กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนด้านโลจิสติกส์

กิจกรรมหลักขององค์กร	กิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริการลูกค้า (Customer Service)</li> <li>- กระบวนการสั่งซื้อสินค้า (Order Processing)</li> <li>- การพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting)</li> <li>- การจัดซื้อ (Purchasing)</li> <li>- การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)</li> <li>- การขนส่ง (Transportation)</li> <li>- การบริหารคลังสินค้า (Warehouse and Storage)</li> <li>- การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสนับสนุนด้านอะไหล่และบริการ (Parts and Service Support)</li> <li>- การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)</li> <li>- การขนถ่ายวัสดุดิบ (Material Handling)</li> <li>- การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)</li> <li>- การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication)</li> </ul>

ที่มา : พชรพร เศรษฐยานนท์. 2554

ขณะเดียวกัน Ballou (2004) ได้แบ่งกิจกรรมโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนเช่นเดียวกัน ซึ่งกิจกรรมหลักได้แก่ งานด้านบริการลูกค้า การขนส่งสินค้า การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการไหลของข้อมูลและกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ ส่วนกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ งานบริหารคลังสินค้า การจัดการเคลื่อนย้ายวัสดุและผลิตภัณฑ์ (Material Handling) การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ การร่วมมือกับฝ่ายผลิต การดูแลควบคุมระบบฐานข้อมูล และ วิเคราะห์ข้อมูล โดยได้ให้เหตุผลในการจัดกลุ่มกิจกรรมหลักและสนับสนุนดังนี้ กิจกรรมหลักนั้นจะเกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของกิจกรรมโลจิสติกส์ ในขณะที่กิจกรรมสนับสนุนนั้นจะเกิดขึ้นตามสถานการณ์ของแต่ละบริษัท กิจกรรมหลักจะมีผลต่อต้นทุนโดยรวมและมีส่วนสำคัญในการประสานงานให้เกิดความร่วมมือทางด้านโลจิสติกส์ให้ประสบความสำเร็จ เช่น กิจกรรมการบริการลูกค้า ยังมีการตั้งระดับความสามารถในการให้บริการไว้สูงก็จำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนที่สูงขึ้นตามด้วย หรือในกิจกรรมการขนส่งซึ่งมีส่วนสำคัญในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค หากเกิดการนัดหยุดงานกันของบริษัทขนส่งก็จะส่งผลกระทบต่อตลาดโดยรวมและกระทบการเสื่อมเสียหรือหมดอายุของผลิตภัณฑ์ และแม้ว่ากิจกรรมสนับสนุนอาจจะมีความสำคัญเท่า ๆ กับกิจกรรมหลัก แต่ในบางบริษัทบางกิจกรรมเป็นเพียงกิจกรรมสนับสนุน เช่น ถ่านหิน แร่เหล็ก ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีการดูแลหรือ ควบคุมสถานะให้เหมาะสม จึงไม่มีการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมของคลังสินค้านัก แต่ยังคงมีการบริหารในส่วนสินค้าคงคลังอยู่

## 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management)

คลังสินค้า (Warehouse) หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการเก็บรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพดี และมีคุณสมบัติที่พร้อมจะส่งมอบ ทาหน้าที่เป็นสถานที่พักและเก็บสินค้าหรือวัตถุดิบหรือวัสดุสิ่งของต่าง ๆ จนกว่าจะมีการเคลื่อนย้าย ส่งมอบไปสู่ผู้ที่มีความต้องการ ซึ่งสินค้าที่เก็บในคลังสินค้า (Warehouse) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- วัตถุดิบ (Raw Material) ซึ่งอยู่ในรูป วัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่าง ๆ
- งานระหว่างทำ (Work-in-process) เป็นวัสดุคงคลังที่อยู่ในกระบวนการหรือ รอการผลิตให้เป็นสินค้า
- สินค้าสำเร็จรูปหรือสินค้า (Finish Goods) เป็นสินค้าที่ผ่านกระบวนการผลิตและจัดเก็บไว้เพื่อรอการจัดจำหน่าย หรือจัดส่งให้ลูกค้า

การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) เป็นการจัดการในการรับ การจัดเก็บ หมายถึง การจัดส่งสินค้าให้ผู้รับเพื่อกิจกรรมการขาย เป้าหมายหลักในการบริหารดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้าก็เพื่อให้เกิดการดำเนินการเป็นระบบให้คุ้มกับการลงทุน การควบคุมคุณภาพของการเก็บ การหยิบสินค้า การป้องกัน ลดการสูญเสียจากการดำเนินงาน เพื่อให้ต้นทุนการดำเนินงานต่ำที่สุด และการใช้พื้นที่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### กระบวนการที่สำคัญในการจัดการคลังสินค้า

กระบวนการพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารคลังสินค้า ประกอบด้วย 3 กระบวนการได้แก่ การรับสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการกระจายสินค้า

ภาพที่ 1 กระบวนการกิจกรรมพื้นฐานในคลังสินค้า



1. การรับสินค้า ประกอบด้วยกิจกรรม เช่น การขนถ่ายสินค้าจากพาหนะที่นำเข้ามาคลังสินค้า การตรวจนับสินค้าให้ตรงกับจำนวนที่สั่งซื้อ รวมทั้งการรับสินค้าคืนจากลูกค้า เป็นต้น การรับสินค้าจึงเป็นกิจกรรมพื้นฐานของทุกคลังสินค้าสำหรับการเป็นสถานที่พักสินค้า ถ้ามีการบริหารจัดการการรับสินค้าที่ดี องค์กรจะมั่นใจได้ว่า มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ส่วนใดของโซ่อุปทานก็ตาม

2. การจัดเก็บสินค้า กิจกรรมในการจัดเก็บสินค้า เช่น การวางแผนการเก็บรักษาสินค้าให้มีประสิทธิภาพ การรวบรวมสินค้า การแยกประเภทสินค้า เป็นต้น การจัดการการจัดเก็บสินค้าที่ดีจะสามารถลดต้นทุนการจัดเก็บ (storage cost) ซึ่งจะลดต้นทุนขององค์กรได้



3. การกระจายสินค้า เป็นกิจกรรมที่ต้องวางแผนเพื่อให้การกระจายสินค้าตรงตามคุณภาพ (right quality) ตรงตามจำนวน (right quantity) ตรงตามเวลา (right time) ตรงตามสถานที่ (right place) และตรงตามเงื่อนไข (right condition) ที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งจะทำให้ได้ระดับการบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ โดยการกระจายสินค้ามีกิจกรรมที่สำคัญ เช่น การส่งสินค้าให้ผู้ขาย การโอนสินค้าจากคลังสินค้าหนึ่งไปยังอีกคลังสินค้าหนึ่งภายในองค์กรเดียวกัน เป็นต้น การกระจายสินค้ายังมีความสัมพันธ์กับงานด้านอื่น ๆ อีกด้วย เช่น ด้านการขนส่ง (transportation) ด้านสินค้าคงคลัง (inventory management) เป็นต้น

เนื่องจากปัจจุบันได้มีแนวคิดการจัดการแบบทันเวลาพอดี (Just-in-Time : JIT) ทำให้มีการพัฒนารูปแบบการถือครองสินค้าในคลังสินค้า โดยลดขั้นตอนในกระบวนการของการเก็บรักษา กล่าวคือ แทนที่ที่รับสินค้าเข้ามาในคลังสินค้า จะมีการจัดการให้สินค้าเหล่านั้นผ่านไปสู่กระบวนการที่จุดจ่ายสินค้าออกจากคลังสินค้าอัตโนมัติ โดยไม่ต้องนำไปเก็บที่ชั้นวางสินค้า ซึ่งสามารถแสดงดังภาพที่ 1 โดยเส้นทางจะเริ่มจากการรับสินค้า และไปสิ้นสุดที่กระบวนการจ่ายสินค้า การจัดการลักษณะนี้เรียกว่า Cross-Docking ซึ่งทำให้กิจการสามารถลดต้นทุนการจัดเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้าได้ดีขึ้น กิจกรรมคลังสินค้าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน และต้นทุนคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง นับว่าเป็นต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่อยู่ในอันดับ 2 ซึ่งมักจะถูกมองข้ามจากผู้ประกอบการ และปัญหาที่พบบ่อยเสมอคือ สินค้าที่ขายดีมักจะมีขาดมือ ไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย แต่สินค้าที่ขายไม่ค่อยได้กลับมีอยู่เต็มคลัง หรือตอนที่ต้องการจะใช้หาไม่เคยพบ แต่เมื่อไม่ต้องการก็หาเจอทุกครั้ง หรือขยายคลังสินค้าเท่าไรก็ไม่เพียงพอต่อการเก็บสิ่งของ/สินค้า เป็นต้น ด้วยเหตุผลดังกล่าว หากมีการจัดการสินค้าคงคลังที่ดีจะสามารถช่วยในเรื่องของการประหยัดค่าใช้จ่ายในการลดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ รวมถึงก่อให้เกิดสภาพคล่อง และผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) อีกด้วย

#### **สำหรับบทบาทหน้าที่ของคลังสินค้าจะประกอบไปด้วยดังนี้**

1. การรับสินค้า (Receiving) เป็นการตรวจสอบจำนวน คุณลักษณะ แยกแยะ จัดเก็บเป็นหมวดหมู่ ระบบการตรวจสอบ และตรวจนับความถูกต้องที่เกี่ยวข้องกับปริมาณ จำนวน สภาพ และคุณภาพ โดยคลังสินค้าทุกประเภทจะทำหน้าที่ในฐานะผู้ทรงสิทธิในความเป็นเจ้าของสินค้าชั่วคราว ซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบที่จะมีต่อตัวสินค้า

2. การควบคุมและรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดเก็บอยู่ในคลัง (Storage & Responsibility) ซึ่งต้องอาศัยการบริหารจัดการทั้งการใช้เทคนิค เทคโนโลยีในการเก็บเพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้า รวมถึงการจัดเตรียมเครื่องมือ และเครื่องทุ่นแรงประเภทต่าง ๆ เช่น รถยก ชั้นหรือหิ้ง เป็นต้น สำหรับวางสินค้า การควบคุมบรรยากาศ อุณหภูมิ และสภาพแวดล้อมในคลังให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท รวมถึงมีการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นระบบ Automated Robot

System ระบบ Bar Code หรือ RFID และระบบการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกิจกรรมในการควบคุมสินค้านี้จะเกี่ยวข้องกับการคัดแยกสินค้า การบรรจุ การแบ่งบรรจุ การคัดเลือก การติดป้าย และที่สำคัญหัวใจของคลังสินค้า คือ การควบคุมทางด้านเอกสาร ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว การรับและการเบิกจ่าย ที่เรียกว่าการควบคุมทางบัญชี

3. การส่งมอบและแจกจ่ายสินค้า (Delivery & Distribution) เป็นการส่งมอบสินค้าให้กับฝ่ายผลิตหรือลูกค้า หรือผู้มาเบิกตามคำสั่งของผู้ฝากสินค้า ซึ่งจะต้องส่งมอบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้รับทั้ง จำนวน สภาพ สถานที่และเวลา โดยมีกระบวนการคัดเลือกสินค้าและระบบการจัดส่งให้กับลูกค้าด้วย หน้าที่นี้ทำในคลังสินค้า สามารถแยกออกตามลักษณะของภารกิจ ได้แก่ คลังสินค้าเพื่อการจัดเก็บ คลังสินค้าสำหรับจำหน่าย ศูนย์ขนส่งสินค้า คลังสินค้าทัณฑ์บน ศูนย์เปลี่ยนถ่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า

4. ความรับผิดชอบทางกฎหมายในการชดใช้ความเสียหาย (Liability Responsibility) หน้าที่ในการชดใช้ค่าเสียหาย อันเกิดจากการกระทำใด ๆ ทำให้ผู้ฝากสินค้าหรือเจ้าของสินค้าเสียหาย ทั้งจากการเสียหายโดยตรง จากการเก็บรักษา การสูญหาย การเสื่อมสภาพ หรือเสื่อมราคา ซึ่งเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้รับฝากสินค้า ความรับผิดชอบนี้ครอบคลุมถึงผู้รับผิดชอบดูแลคลังสินค้าในฐานะนายคลัง และผู้ให้บริการภายนอก

นอกจากนี้ บทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งของคลังสินค้าจะเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความคล่องตัว (Agility Responsiveness) เป็นการสนองตอบในภาคของอุปสงค์ ในลักษณะที่เป็นการประหยัดต่อขนาดในการสั่งซื้อ การขนส่งครั้งละจำนวนมาก ซึ่งได้อำนาจในการต่อรองด้านราคาและส่วนลดตามปริมาณที่สั่งซื้อ และยังส่งผลต่อต้นทุนค่าขนส่งสินค้าต่อหน่วยที่ลดลง อย่างไรก็ตาม การที่จะให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้น จึงเป็นเรื่องที่จะต้องมีการจัดการให้เกิดความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าคงคลังว่าควรจะมีจำนวนเท่าไรจึงจะเป็นปริมาณที่พอเหมาะต่อการประหยัดต่อขนาด และการประหยัดต่อความเร็ว คลังสินค้าเปรียบเสมือนกันชนในระบบโซ่อุปทาน โดยเฉพาะที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างกัน แต่แต่ละฝ่ายจึงจำเป็นต้องมีคลังสินค้า ยิ่งระยะทางห่างกันเพียงใด ก็จะมีความสัมพันธ์กับปริมาณของสต็อกส่วนเกินและต้นทุนที่เกี่ยวกับสินค้าคงคลังจะสูงขึ้น

### **หลักการเกี่ยวกับการจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)**

การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เกี่ยวข้องกับการควบคุมวัสดุ สิ่งของ สินค้าและวัตถุดิบให้มีการไหลเวียน การรับ การเก็บรักษา และการส่งมอบ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กรในโซ่อุปทานโลจิสติกส์

สินค้าคงคลัง (Inventory) หรือบางครั้งเรียกว่า สต็อก (Stock) หมายถึง สิ่งของต่าง ๆ ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่เคลื่อนที่ได้มีมูลค่าและผู้ถือครองหรือผู้รับฝาก มีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของตามกฎหมาย

ทั้งโดยนิติกรรม นิติสัมพันธ์ และโดยพฤตินัย ความหมายอีกนัยหนึ่งของสินค้าคงคลัง ได้แก่ สินค้าต่าง ๆ ที่เก็บไว้ในคลังสินค้า เช่น สินค้าสำเร็จรูป สินค้าระหว่างการผลิต วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง ทรัพย์สินสิ่งของ ซึ่งทั้งหมดจะต้องมีลักษณะที่เป็นของที่สามารถโยกย้ายได้ที่เรียกว่าเป็นสังหาริมทรัพย์ ซึ่งถือเป็นของมีมูลค่าอันอาจถือกรรมสิทธิ์ถือครองและเปลี่ยนมือความเป็นเจ้าของได้ โดยสินค้าคงคลังจะต้องคู่กับคลังสินค้าและเป็นส่วนสำคัญที่สุดของระบบโลจิสติกส์ เพราะพันธกิจหลักของโลจิสติกส์คือ การเคลื่อนย้ายส่งมอบสินค้าและต้องเป็นสินค้าที่จับต้องได้ (Physical Goods) ซึ่งสินค้าที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ก็จะต้องมีการเคลื่อนย้ายผ่าน Media ไม่ว่าจะเป็น Internet, Server หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการจะเป็นส่วนควบที่ติดไปกับตัวสินค้า วัตถุประสงค์หลักของการจัดการโลจิสติกส์ คือ การสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า (Efficient Consumers Response: ECR) โดยมีต้นทุนในการดำเนินงานในระดับ Economic of Scale การกำหนดระดับสินค้าคงคลังในระดับที่มากจนเกินพอดี อาจจุดปลอดภัยแต่ก็จะส่งผลให้ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนสูงเช่นกัน จึงต้องมีการจัดการสินค้าคงคลังให้เหมาะสม

ลักษณะสินค้าคงคลังจัดแบ่งตามภารกิจ ประกอบด้วย

สินค้าคงคลังหรือสินค้าหมุนเวียน (Current Stock) เป็นการสำรองสินค้า เพื่อให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการทั้งเพื่อการผลิตและเพื่อการส่งมอบให้กับลูกค้า รวมถึงสินค้าที่ผลิตได้บางฤดูกาลเท่านั้น จึงต้องมีการผลิตและเก็บรักษาไว้จำหน่ายตลอดปี

สินค้าที่อยู่ระหว่างกระบวนการผลิตภายในกระบวนการผลิตโรงงาน (Work-in-process Stock)

สินค้าระหว่างทางขนส่ง (In-Transit) ซึ่งอยู่ในระหว่างเส้นทางการขนส่ง จากโรงงานของผู้ขายมายังโรงงานผลิต เช่น การขนส่งทางเรือ ซึ่งใช้เวลาขนส่งจากผู้ผลิตไปสู่ลูกค้า ซึ่งอยู่คนละส่วนของทวีป หรือเก็บรักษาไว้ ณ คลังสินค้า หรือศูนย์กระจายสินค้า การขนส่งจากโรงงานไปยังลูกค้า

สินค้าคงคลังสำรอง (Reserve Inventory) เป็นสินค้าคงคลังสำรองที่ผู้ขายสินค้าได้เก็บสำรองไว้ให้กับผู้ผลิต (ลูกค้า) เพื่อป้องกันความแปรผันของ Order ฉุกเฉินหรือป้องกันการผลิตที่ไม่ทันหรือป้องกันการจัดส่งไม่ทัน ซึ่งถือเป็นต้นทุนของผู้ขาย (Supplier) โดยธรรมชาติก็จะมีการบวกเข้าไปในต้นทุนสินค้า ซึ่งก็จะกลายเป็นต้นทุนของผู้ซื้อในที่สุด

สำหรับบทบาทของการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่เป็นทรัพย์สินเคลื่อนที่ได้ประเภทสังหาริมทรัพย์ จัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน ที่เรียกว่า “สต็อกสินค้า” (Current Asset) ซึ่งกิจกรรมหลักของการจัดการสินค้าคงคลังจะเกี่ยวข้องกับ การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการปฏิบัติการด้านการรับ จัดเก็บ และการส่งมอบสินค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานควบคุมและดำเนินการต่าง ๆ เช่น งานด้านเอกสาร การควบคุมสินค้าที่จัดเก็บ การจัดสรรพื้นที่ (Space Utilize) ในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

การบริหารต้นทุนสินค้าคงคลัง (Inventory Carrying Cost) เป็นการบริหารจัดการ เพื่อให้มีการถือครองสินค้าคงคลังน้อยที่สุด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เพื่อประสิทธิภาพของการบริหารสินค้าคงคลังให้ต่ำสุด

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนหลักของการจัดการโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับสินค้าคงคลังที่เรียกว่า “Inventory หรือ Stock” ประกอบด้วยต้นทุนหลักได้แก่ ต้นทุนที่เกี่ยวกับคลังสินค้า (Warehouse Cost) และค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า (Inventory Carrying Cost) โดยต้นทุนทั้งสองค่อนข้างมีตัวเลขที่ใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ต้นทุนที่เกี่ยวกับสินค้าคงคลังสูงก็จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการจัดการคลังสินค้า (Warehouse) ก็จะสูงตามไปด้วย โดยปัจจัยทั้งสองมีความหมายที่ใกล้เคียงกันแต่มีความต่างกัน โดยการจัดการสินค้าคงคลังเป็นการจัดการเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของสินค้าและวัตถุดิบ ให้มีปริมาณภายใต้ความสมดุลทั้งอุปสงค์และอุปทาน สามารถสนองต่อการผลิตอย่างต่อเนื่อง สนองต่อกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งมอบสินค้าตามเงื่อนไขทั้งเวลาและปริมาณ (Time & Quantity Utility) ภายใต้ต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

### 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดซื้อ (Purchasing)

ความหมายของการจัดซื้อ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของการจัดซื้อ โดยสรุปได้ดังนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544 : 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดซื้อ หมายถึง เป็นกระบวนการที่บริษัทต่าง ๆ ทำสัญญากับบุคคลฝ่ายที่สามเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจ อย่างมีจังหวะเวลาและมีต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธ กัยวรรณ (2543 : 311) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดซื้อ หมายถึง การดำเนินงานตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุ และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็น โดยมีคุณสมบัติ ปริมาณ ราคา ช่วงเวลาแหล่งขาย และการนำส่ง ณ สถานที่ถูกต้อง

รุธิร์ พนมยงค์ (2547 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดซื้อ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบและบริการทั้งในส่วนของการเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ กำหนดช่วงเวลาและปริมาณในการสั่งซื้อ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดซื้อ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบวัสดุ และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็น โดยมีคุณสมบัติ ปริมาณ ราคา ช่วงเวลาแหล่งขาย และการนำส่ง ณ สถานที่ถูกต้อง และมีต้นทุน ที่มีประสิทธิภาพ

### ความสำคัญของการจัดซื้อ

- 1) เพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำ หากได้ซื้อวัตถุดิบในราคาที่ถูก จะช่วยให้การผลิตและการจำหน่ายสินค้าได้ผลดี คือ มีกำไรสูง
- 2) ประสิทธิภาพในการซื้อของแผนกซื้อ สามารถหาวัตถุดิบมาป้อนโรงงานได้ทันตามความต้องการ

### วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการจัดซื้อไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. จัดหาสินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพตามที่ต้องการ
2. จัดหาสินค้าและบริการโดยมีต้นทุนต่ำสุด
3. ทำให้เกิดความแน่นอนว่าจะได้บริการที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมีการจัดส่งให้โดยทันทีทันใดจากผู้ขายพัสดุ
4. พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายพัสดุ และพัฒนาผู้ขายพัสดุจากผู้ที่มีศักยภาพว่าจะเป็นไปได้ดีให้มาเป็นผู้ขายพัสดุให้แก่บริษัท

ยุทธ กัยวรรณ (2543) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ในการจัดซื้อไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. เพื่อให้วัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ ในการผลิตอย่างเพียงพอ
2. เพื่อรักษาคุณสมบัติของวัตถุดิบที่จัดซื้อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน
3. เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียหาย และความล่าช้าของวัตถุดิบ
4. เพื่อให้กิจการมีกำไร มีต้นทุนในการจัดซื้อต่ำวัตถุดิบที่ใช้เพียงพอ
5. หลีกเลี่ยงปัญหาวัสดุซ้ำกัน

วัตถุประสงค์ในการจัดซื้อ มี 2 ระดับ ดังนี้

1. ระดับบริหารโดยทั่วไป ความคาดหวังของฝ่ายบริหารที่หวังจากการจัดซื้อ คือ การจัดซื้อพัสดุที่มีคุณภาพ ในจำนวนที่ถูกต้อง ใช้ช่วงเวลาที่ต้องการในราคาที่ถูกต้อง จากแหล่งขายที่ต้องการ ซึ่งสามารถอธิบายด้วยหลักการของความถูกต้อง 5 ประการ คือ 1) การซื้อให้ได้คุณภาพที่ถูกต้อง (Right Quality) 2) การซื้อให้ได้จำนวนที่ถูกต้อง (Right Quantity) 3) การซื้อจากผู้ขายที่ถูกต้อง (Right Source of Supply) 4) การซื้อในราคาที่ถูกต้อง (Right Price) 5) การซื้อในจังหวะที่ถูกต้อง (Right Time)

2. ระดับปฏิบัติการ เป็นระดับปฏิบัติการที่จำเป็นต้องจัดทำข้อความขึ้นมาเพื่อเป็นเป้าหมายสำหรับการตัดสินใจปฏิบัติ ข้อความดังกล่าวเป็นวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการจัดซื้อและบริหารพัสดุ 7 ประการ ดังนี้

- 1) เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของบริษัทด้วยการมีพัสดุและบริการไหลต่อเนื่องกันอย่างไม่ขาดสาย ซึ่งถือเป็นวัตถุประสงค์หลักในการจัดซื้อ

- 2) ทำการซื้อขายในสภาวะการแข่งขัน เกี่ยวข้องกับพลังของอุปทาน และอุปสงค์ที่กำหนดราคาและการมีพัสดุในตลาดรวมทั้งการต่อราคาและบริการ
- 3) ทำการซื้อขายอย่างฉลาด หมายถึง การเสาะแสวงหาคุณค่าที่ดีกว่าซึ่งทำให้มวลรวมของราคาคุณภาพและบริการสอดคล้องกับความต้องการ
- 4) ทำให้การลงทุนในพัสดुकงคลังและพัสดุสูญเสียน้อยอยู่ในระดับการบริหารพัสดุก็คือจะต้องทำให้เกิดความสมดุลระหว่างระดับพัสดुकงคลังที่ต้องมีเพื่อสนับสนุนปฏิบัติการผลิตกับต้นทุนในการถือครองพัสดุกการหีบห่อดีและการเก็บรักษาที่ดีตรงกับวัตถุประสงค์ของฝ่ายจัดซื้อที่จะลดความสูญเสียนันเกิดจากความเสื่อมสภาพ ความล้าสมัย โจรกรรม และอื่น ๆ ได้
- 5) พัฒนาแหล่งขายที่เหมาะสมและเชื่อถือได้ ผู้ขายที่มีความร่วมมือดีมักเต็มใจจะติดต่อกับผู้ซื้อเพื่อช่วยแก้ปัญหาของบริษัทผู้ซื้อได้
- 6) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขาย
- 7) มีความผูกพันกับแผนกอื่นของบริษัท

#### กลยุทธ์การจัดซื้อ

ในการจัดซื้อวัสดุนั้น บริษัทเป็นฝ่ายผู้ซื้อ เจ้าของแหล่งวัสดุเป็นฝ่ายผู้ขาย ฝ่ายใดมีอำนาจการต่อรองสูงฝ่ายนั้นจะเป็นฝ่ายได้เปรียบเพื่อป้องกันมิให้เสียเปรียบบริษัท จึงต้องรักษาคุณภาพของอำนาจในการต่อรองเอาไว้ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธี (สุปัญญา ไชยชาญ. 2545 : 143-146) ดังนี้

- 1) การกระจายการจัดซื้อ วิธีหนึ่งในการป้องกันมิให้อำนาจการต่อรองต่ำกว่าผู้ขายได้แก่การกระจายการซื้อไปยังผู้ขายที่ผ่านการคัดเลือกแล้วหลาย ๆ ราย โดยปริมาณการสั่งซื้อที่กระจายให้แก่ผู้ขายแต่ละรายต้องมากพอที่จะทำให้เห็นคุณค่าของบริษัท
- 2) การสร้างแหล่งซื้อเพิ่มเติม วิธีนี้เมื่อบริษัททำการประเมินบริษัทต่าง ๆ แล้วปรากฏว่ามีผู้ขายผ่านเกณฑ์การประเมินได้จำนวนน้อย การใช้กลยุทธ์การกระจายการซื้อไม่ให้ความมั่นใจเท่าที่ควรจึงจำเป็นต้องสร้างแหล่งซื้อเพิ่มเติมขึ้น
- 3) การหลีกเลี่ยงต้นทุนการเปลี่ยนแหล่งซื้อ ผู้ขายหลายรายใช้วิธีให้ความช่วยเหลือทางด้านวิศวกรรม เครื่องจักร หรือทางด้านอื่น ๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ฝ่ายผู้ซื้อต้องซื้อวัสดุเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ จากผู้ให้ความช่วยเหลือนั่นเอง
- 4) การกำหนดมาตรฐานวัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นมาตรฐานเดียวกันจะมีเกณฑ์กำหนดตรงกันเสมอ สามารถใช้แทนกันได้ ถ้าผู้ประกอบการทุกรายที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเสมอ กำหนดมาตรฐานวัสดุร่วมกันออกมาได้ จะทำให้อำนาจต่อรองของฝ่ายผู้ขายแต่ละรายลดลงมาในระดับหนึ่ง เพราะทางฝ่ายผู้ซื้อจะซื้อจากผู้ขายรายใดก็ได้ เนื่องจากวัสดุใช้แทนกันได้ อีกทั้งต้นทุนการเปลี่ยนแหล่งซื้อไม่มี

5) การรวมตัวย้อนหลัง เป็นลักษณะของการขยายธุรกิจแบบหนึ่งวิธีการคือก้าวจากการเป็นผู้ผลิตอยู่เดิมไปเป็นเจ้าของแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอีกธุรกิจหนึ่ง วิธีนี้ยอมทำให้อำนาจต่อรองของฝ่ายผู้ขายลดลงเพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มแหล่งซื้อของฝ่ายผู้ซื้อแล้วยังเป็นการเพิ่มคู่แข่งชั้นแก่ฝ่ายผู้ขาย

6) การเร่งรัดการจัดซื้อ เป็นการแสดงให้เห็นว่าฝ่ายผู้ซื้อได้ติดตามตรวจสอบและประเมินการดำเนินงานของฝ่ายผู้ขายอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา ทำให้ฝ่ายผู้ขายไม่กล้าบิดพลิ้ว

### อิทธิพลของระบบทันเวลาที่มีต่อการสั่งซื้อ

การจัดซื้อที่มีบทบาทสำคัญมากในการดำเนินการแบบทันเวลา ระบบการผลิตแบบทันเวลาจะให้ได้ผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าการจัดซื้อดำเนินการได้ดีเพียงใดในการเลือกและจัดการกับผู้ขาย เป็นที่แน่นอนว่าเราไม่สามารถจัดหาพัสดุทั้งหมดทุกอย่างโดยใช้หลักแบบทันเวลาคงจะซื้อด้วยแบบทันเวลาเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งก็ทำให้งานของฝ่ายบริหารสามารถดำเนินไปได้ด้วยดีส่วนหนึ่ง การหาผู้ขายที่เชื่อถือได้ ที่เต็มใจจะปฏิบัติตามความต้องการอันเข้มงวดของผู้ซื้อที่ใช้ระบบทันเวลาไม่ใช่เป็นเรื่องง่าย ระบบทันเวลา (Just in Time : JIT) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อวัตถุดิบประสงค์ของระบบทันเวลาก็คือ พักสต็อกคลังเป็นศูนย์แต่มีคุณภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งก็หมายความว่าพัสดุมายังถึงโรงงานของลูกค้า ณ เวลาที่โรงงานต้องการ วิธีนี้ไม่ได้หมายความว่าลูกค้าผลกระทบพัสดुकคลังให้แก่ผู้ขายเพื่อลดต้นทุนลง แต่ต้องมีความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างผู้ขายกับตารางการผลิตของลูกค้า เพื่อที่ว่าการสต็อกพัสดुकคลังจะเป็นสิ่งไม่จำเป็น การใช้ระบบทันเวลาให้ได้ผลจะต้องลดพัสดुकคลังและระยะเวลาการสั่งของและเพิ่มคุณภาพ ความสามารถในการผลิตและความสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2544)

## 2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่ง (Transportation)

ความหมายของการขนส่ง จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของการขนส่ง โดยสรุปได้ดังนี้

อรุณ บริรักษ์ (2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขนส่ง หมายถึง กิจกรรมที่มีความจำเป็นและเป็นต้นทุนส่วนที่สำคัญที่สุด ซึ่งกิจกรรมด้านการขนส่งที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึง ได้แก่ การเลือกวิธีการขนส่ง การรวบรวมสินค้าก่อนทำการขนส่ง การกำหนดเส้นทางการขนส่ง การวางแผนด้านเวลาที่ใช้ในการขนส่ง การเลือกเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการขนส่ง

รุธิร์ พนมยงค์ (2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขนส่ง หมายถึง โดยการขนส่งจะครอบคลุมถึงทุกกิจกรรมที่เป็น การเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีการบริโภคให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดโดยจะต้องจัดส่งสินค้าถูกต้องครบจำนวนในสภาพที่สมบูรณ์และตรงตามเวลาที่กำหนด ทั้งนี้

อาจกล่าวได้ว่าในมุมมองของคนทั่วไปมักเห็นว่าการขนส่งเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีบทบาทชัดเจนที่สุดในโลจิสติกส์

คานาย อภิปรัชญาสกุล (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคล สัตว์หรือสิ่งของต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามความประสงค์และเกิดอรรถประโยชน์ตามต้องการ จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การขนส่ง หมายถึง เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งจากแหล่งผลิต ไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้ายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยต้องขนส่งสินค้าในปริมาณที่ถูกต้องตามที่กำหนด และมีสภาพสมบูรณ์พร้อมทั้งต้องตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

โครงสร้างของระบบขนส่ง โครงสร้างของระบบการขนส่ง เมื่อพิจารณาในมุมมองของกิจการผลิตหนึ่ง ๆ สามารถแยกออกได้ 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1) การขนส่งขาเข้า (Inbound Transportation) คือ เป็นการขนส่งสินค้าเข้าสู่โรงงานผลิตสินค้าที่ขนส่งเข้ามามักเป็นวัตถุดิบ ส่วนประกอบ และวัสดุประกอบการผลิต (MRO)

2) การขนส่งขาออก (Outbound Transportation) เป็นการขนส่งสินค้าออกจากโรงงานผลิต เมื่อโรงงานทำการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจัดจำหน่ายแล้ว จะต้องขนส่งไปยังลูกค้าซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคโดยตรง ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้ผลิตในขั้นตอนต่อไป

3) การขนส่งระหว่างประเทศ (International Transportation) เป็นระบบของการขนส่งสินค้านานาชาติ ระหว่างภูมิภาคของโลก ระหว่างทวีป หรือระหว่างเขตเศรษฐกิจต่าง ๆ ระบบการขนส่งแบบนี้เป็นการขนส่งที่เป็นการขนส่งในระยะทางไกล ๆ โดยจะอาศัยผู้ให้บริการในระดับสากล

รูปแบบการขนส่ง ในทางกายภาพ (Physical View) สามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) เป็นการขนส่งทางเครื่องบินทั้งผู้โดยสารและสินค้าใช้ในการขนส่งในระยะทางไกล เป็นการขนส่งที่เร็วที่สุดโดยมีราคาสูงที่สุด

2) การขนส่งทางรถยนต์ (Motor Transportation) ใช้รถยนต์บรรทุกสินค้า และขนส่งระหว่างตำแหน่งต่าง ๆ ที่มีแผ่นดินเชื่อมต่อกัน

3) การขนส่งทางราง (Rail Transportation) เป็นการขนส่งผ่านระบบรางที่มีอุปกรณ์หลักคือ ขบวนรถไฟ ระบบนี้ข้อจำกัดในด้านสถานที่ตั้งของตำแหน่งสถานีที่มีเฉพาะเท่าที่ภาครัฐของประเทศนั้น ๆ สร้างไว้เท่านั้น นิยมใช้กับสินค้าประเภทปูนซีเมนต์ ปิโตรเคมี หรือสินค้าทั่วไปที่ขนส่งทางไกล และเป็นสินค้าที่ไม่ต้องการความเร็วในการขนส่ง

4) การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) การขนส่งทางท่อซึ่งใช้กับของเหลว และมีการกำหนดที่ตั้งของสถานีที่ส่งและรับแน่นอน ใช้ในการขนส่งปิโตรเลียม น้ำประปา น้ำทิ้ง ก๊าซธรรมชาติ หรือการขนส่งที่สร้างขึ้นเฉพาะเท่านั้น ระบบการขนส่งแบบนี้ จึงไม่ถูกนำมาศึกษากันมากนักในสาขาการจัดการโลจิสติกส์



5) ขนส่งทางน้ำ (Water Transportation) เป็นการขนส่งที่ประหยัดที่สุดและเป็นวิธีการขนส่งหลักในการขนส่งระหว่างประเทศ

ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) การพัฒนาการขนส่งนั้นที่จะพัฒนาให้การส่งมีคุณภาพมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่งแล้ว ถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2546)

1) ความรวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วง และทันต่อความต้องการ มีความสดและมีคุณภาพเหมือนกันกับสินค้าและบริการที่แหล่งผลิต

2) การประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำให้เกิดการประหยัดในต้นทุนการขนส่ง และประหยัดในราคาค่าบริการ

3) ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยของผู้โดยสาร ความปลอดภัยจากการสูญเสียวินหรือเสียหายของสินค้า ตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย

4) ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบายของผู้โดยสาร หรือความสะดวกสบายในการขนส่งสินค้า และบริการก็ตาม

5) ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) การขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะต้องมีการกำหนดเวลาในการเดินทางที่แน่นอน เชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา มีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง เวลาที่จะออกเดินทางจากต้นทาง เวลาที่จะเดินทางถึงปลายทางระยะเวลาในการเดินทาง เวลาที่จะผ่านจุดที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งจะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ จึงจะถือว่ามีความมีประสิทธิภาพ

## 2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)

โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เป็นกิจกรรมหนึ่งของโซ่อุปทาน ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจและแพร่หลายในการนำแนวคิดมาใช้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งโลจิสติกส์ย้อนกลับ คือ กระบวนการในการนำสินค้าที่ด้อยคุณภาพ หรือผ่านการใช้งานแล้วจากผู้บริโภค กลับคืนสู่ผู้ผลิต โดยอาศัยระบบการจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นลักษณะของการมองย้อนกลับไปใช้ในกระบวนการของโลจิสติกส์ทั่วไป ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ คือ จากแหล่งวัตถุดิบผ่านกระบวนการลำเลียง ขึ้นรูป แปรรูปต่าง ๆ จนกระทั่งกระจายสินค้าหรือบริการนั้นถึงมือผู้บริโภค แต่ในโลจิสติกส์ย้อนกลับนี้จะทำการพิจารณาในทางกลับกัน กล่าวคือ การพิจารณาถึงกระบวนการต่าง ๆ ในการนำผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค กลับคืนมายังผู้ผลิต หรือจากแหล่งวัตถุดิบต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อตรวจสอบถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ซึ่งในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตนั้นมีข้อบกพร่องหรือชำรุดเสียหายในระยะเวลาของการประกันสินค้า หรือเพื่อนำเอาชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบดังกล่าวจากผลิตภัณฑ์นั้นมีข้อบกพร่องหรือ

ชำรุดเสียหายในระยะเวลาของการประกันสินค้า หรือเพื่อนำเอาชิ้นส่วน หรือวัตถุดิบดังกล่าวจากผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมาหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อีกทั้งยังเป็นการแก้ปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งสืบเนื่องจากการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม และการพัฒนาที่ขาดความสมดุล อีกทั้งยังเป็นการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ ให้อยู่ในการควบคุมที่สามารถจัดการได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งที่มีชีวิต เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ แบตเตอรี่ หรืออุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่า มีการนำผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบบางอย่างหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เหล็ก กระจก ขวดแก้วต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพื่อจะนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นง่ายในการจัดเก็บและตัดแยกที่จะนำกลับมาใช้ใหม่ อีกทั้งกระบวนการในการนำกลับมาใช้ใหม่ก็สิ้นและใช้ต้นทุนในการดำเนินการในกระบวนการต่าง ๆ ต่ำ แต่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อชีวิตอย่างเช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ หรือพลาสติกที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากการย่อยสลายยาก ยังมีแนวคิดหรือการนำกลับมาใช้ใหม่อย่างเป็นรูปธรรมในสัดส่วนที่น้อยมาก ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากขาดกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ที่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นแนวคิดของกระบวนการโลจิสติกส์ย้อนกลับนั้นเป็นอีกแนวทางหนึ่ง ที่จะ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โลจิสติกส์ย้อนกลับจะเชื่อมโยงกันอยู่อย่างเป็นระบบที่มีความใกล้เคียงกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างไม่หมดสิ้น โดยหลักแล้วก็อาศัยพื้นฐานแนวคิดของระบบ แต่ระบบโลจิสติกส์ย้อนกลับนั้นอาจต้องมีกิจกรรมบางอย่าง หรือขั้นตอนที่เพิ่มขึ้นเพื่อจัดเก็บ รวบรวม ตัดแยก ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งนี้การกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ นั้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับ การที่จะนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกลับมาสู่กระบวนการในรูปแบบหรือลักษณะใด อย่างไรก็ตามเราอาจมองระบบโลจิสติกส์ย้อนกลับว่าเริ่มต้นตั้งแต่การที่อายุของผลิตภัณฑ์นั้นสิ้นสุดลงแล้วจากผู้บริโภค จนกระทั่งเข้าสู่กระบวนการของการนำกลับเข้ามาสู่การเป็นวัตถุดิบเพื่อทำการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการกำจัดทิ้ง (Samir, 2008) ซึ่งจะถูกส่งย้อนกลับเมื่อผู้บริโภคเลิกใช้หรือหมดอายุการใช้งานแล้ว โดยจะถูกทดสอบว่านำมาใช้ได้หรือไม่ โดยการซ่อมแซมหรือทำการตกแต่งใหม่ หรือในบางกรณี อาจนำชิ้นส่วนกลับมาเป็นอะไหล่ได้อีก กรณีที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้ก็อาจนำไปผลิตซ้ำ หรือนำกลับไปหลอมละลายเป็นวัตถุดิบ (Raw Material) ส่วนที่ไม่สามารถใช้ได้เลยก็จะนำไปกำจัดทิ้ง ซึ่งในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานได้ หรือบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ก็จะถูกนำกลับเข้าสู่ระบบควบคู่กันไปด้วย

แนวคิดของโลจิสติกส์ย้อนกลับ นอกจากการนำไปใช้เพื่อการนำผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่แล้ว ยังสามารถนำมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อแก้ปัญหาในกระบวนการส่งกลับของผลิตภัณฑ์ที่บกพร่องจากขั้นตอนการผลิต หรือจากความผิดพลาดของกระบวนการแปรรูปต่าง ๆ

ในสายการผลิตเพื่อลดขั้นตอนในการผลิต เวลา ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการขนส่ง หรือส่งมอบต่าง ๆ ภายในระบบการผลิตได้เป็นอย่างดี ซึ่งเรียกว่า ระบบการผลิตซ้ำ (Remanufacturing System) ซึ่งจะเชื่อมต่อระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ย้อนกลับจากลูกค้าไปแหล่งผลิตเพื่อส่งออกไปยังผู้ขายอีกครั้งหนึ่ง

## 2.6 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน (Planning)

การวางแผน หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการทำงานในอนาคตพร้อมทั้งกำหนดแนวทางการกระทำในทางปฏิบัติจริงเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดแผน

1. อนาคต เป็นการกำหนดวิธีการที่จะปฏิบัติในอนาคต
2. การปฏิบัติ ระเบียบวิธีปฏิบัติ
3. บุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นการกำหนดตัวบุคคล
4. การแก้ปัญหาขัดแย้ง ต้องมีการกำหนดวิธีแก้ปัญหาเอาไว้
5. มาตรฐาน กำหนดมาตรฐานหรือเป้าหมายที่ต้องการ
6. ความประหยัด ต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุด

### ประโยชน์ของการวางแผน

1. การวางแผนทำให้ทุกคนทุกฝ่ายทราบทิศทางขององค์กร
2. การวางแผนเป็นการกำหนดเป้าหมาย
3. การวางแผนช่วยให้เกิดการประสานของแต่ละบุคคลแต่ละฝ่าย
4. การวางแผนเอื้ออำนวยให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ
5. การวางแผนมีผลต่อประสิทธิภาพของนักการบริหารโดยตรง
6. การวางแผนช่วยให้การทำงานของทุกฝ่ายเป็นไปอย่างมีระบบระเบียบ

### ความสำคัญของการบริหาร

1. ช่วยให้ผู้สามารถระบุเป้าหมายผลสำเร็จอย่างชัดเจน
2. ช่วยให้การกำหนดและระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบ
3. ช่วยให้กิจการมีนโยบายที่ชัดเจน
4. ช่วยให้มีการคาดคะเนปัญหาล่วงหน้า
5. ช่วยให้ผู้บริหารสามารถใช้วิธีการควบคุมที่คล่องตัวและเหมาะสม

### ปรัชญาของการวางแผน

Russell L. Ackoff ได้แบ่งปรัชญาการวางแผนออกเป็น 3 แบบ

1. ทำเท่าที่พอใจ (Satisficing) นิยมใช้มาก
2. ทำให้ได้ประโยชน์สูงสุด (Optimizing)

3. ดัดแปลงทำให้เหมาะกับสภาพแวดล้อม (Adaptivizing) หรือแบบนวัตกรรม เป็นแบบที่ใช้น้อยที่สุด

**แผน (Plan)** เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผน

1. ต้องทำอะไร (What)
2. ทำไปทำไม (Why)
3. ทำเมื่อไร (When)
4. ใครทำ (Who)
5. ทำอย่างไร (How)

**ประเภทของแผน** แบ่งเป็น 5 ประเภท

1. แผนที่แบ่งตามระยะเวลาและวัตถุประสงค์ของแผนมี 3 ประเภท
  - 1.1 แผนระยะสั้น ตั้งแต่ 1 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี
  - 1.2 แผนระยะกลาง ช่วง 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี
  - 1.3 แผนระยะยาว ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังผลสำเร็จสูงแต่จะมีผลสำเร็จต่ำกว่าระยะอื่น มักเรียกว่า แผนกลยุทธ์
2. แผนที่แบ่งตามระดับของผู้บริหาร มี 3 ประเภท
  - 2.1 แผนกลยุทธ์หรือแผนนโยบาย จัดเป็นแผนระยะยาวเป็นของผู้บริหารระดับสูง
  - 2.2 แผนยุทธวิธีหรือแผนปฏิบัติการ เป็นหน้าที่ในการจัดทำของผู้บริหารระดับกลางเป็นแผนการกระจายและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่
  - 2.3 แผนดำเนินงานเป็นการวางแผนการทำงานประจำวัน ประจำสัปดาห์ ประจำเดือน และประจำปีของผู้บริหารระดับต้น
3. แผนแบ่งตามความถี่ของการใช้แผน มี 2 ประเภท
  - 3.1 แผนถาวรหรือแผนใช้ประจำ เป็นแผนที่ใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำ
  - 3.2 แผนชั่วคราวหรือแผนใช้ครั้งเดียว เหมาะที่จะใช้กับงานโครงการที่มีระยะเริ่มต้นและสิ้นสุดในระยะเวลาสั้น
4. แผนที่แบ่งตามลักษณะกิจกรรมแต่ละด้านในองค์การ คือแผนของแต่ละฝ่ายงานในองค์การ
5. แผนที่แบ่งตามวิธีการกำหนดแผน มี 2 ประเภท
  - 5.1 แผนที่กำหนดจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง เกิดจากผู้บริหารระดับสูงกำหนดกลยุทธ์แล้วส่งต่อให้ผู้บริหารระดับกลางและระดับต้นดูแล
  - 5.2 แผนที่กำหนดจากเบื้องล่างขึ้นไปเบื้องบน เกิดจากหน่วยงานระดับล่างวางแผนส่งไปยังผู้บริหารระดับกลาง ขึ้นไปสู่ผู้บริหารระดับสูงพิจารณา

### กระบวนการวางแผน (Planning process) สิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผน

1. วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมายในการทำงาน
2. การคาดการณ์ (Forecast) ทำนายสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อจะได้เตรียมทางออกที่ดีไว้ล่วงหน้า

3. กิจกรรม (Activity) การปฏิบัติงาน
4. เวลา (Time) ระยะเวลาของกิจกรรม
5. แผนการใช้เงิน (Budget) การประมาณการค่าใช้จ่าย
6. คณะทำงาน (Organization) การระบุผู้รับผิดชอบ กำหนดตำแหน่งหน้าที่ ลักษณะงานที่

#### ต้องรับผิดชอบ

7. นโยบาย (Policy) เป็นหลักให้ทุกคนทุกฝ่ายถือปฏิบัติ
8. มาตรฐานผลงาน (Standard) ระดับผลงานที่ถูกคาดหวังว่าต้องการระดับใด จึงจะถือว่า

#### ประสบผลสำเร็จ

##### ขั้นตอนในการวางแผน

- ขั้นที่ 1 รวบรวมข้อมูล สภาพปัญหา
- ขั้นที่ 2 ระบุปัญหา ความต้องการ
- ขั้นที่ 3 กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย
- ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ทางเลือก เพื่อกำหนดวิธีดำเนินการ
- ขั้นที่ 5 จัดทำแผนงานประเภทต่าง ๆ
- ขั้นที่ 6 นำแผนไปปฏิบัติ

##### ข้อจำกัดและอุปสรรคของการวางแผน

1. ผู้วางแผนขาดความรู้ความเข้าใจ ขาดประสบการณ์
2. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม สถานการณ์ สภาพเศรษฐกิจ
3. ปัญหาด้านเทคนิค
4. ปัญหาการนำแผนไปปฏิบัติ

##### การวางแผนกับการนำแผนไปปฏิบัติ

การวางแผน คือ การมุ่งไปสู่อนาคตที่คาดหวังคือการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น การนำแผนไปปฏิบัติ คือ การบริหารให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่คาดหวังด้วยกลวิธีที่กำหนดขึ้น

##### ขั้นตอน 7 ขั้นตอนที่ผู้บริหารจะต้องผลักดัน

- ขั้นตอนที่ 1 สร้างแรงผลักดัน แรงผลักดันที่ช่วยให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลง จัดเป็น
- 2 จำพวก คือ แรงผลักดันภายใน และแรงผลักดันภายนอก

ขั้นตอนที่ 2 การยอมรับความต้องการการเปลี่ยนแปลง สิ่งที่กระตุ้นความต้องการการเปลี่ยนแปลง คือ ข่าวสารข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลภายในองค์กร

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัญหา จะต้องวิเคราะห์มูลเหตุของปัญหาและทำความเข้าใจกับปัญหาโดยละเอียด

ขั้นตอนที่ 4 ทางเลือกเทคนิคการเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และข้อสรุปของปัญหา และสาเหตุของปัญหาที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 3

ขั้นตอนที่ 5 ข้อจำกัดของการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ ดังนี้

- 1 ภาวะผู้นำภายในองค์กร
- 2 โครงสร้างการจัดองค์กร
- 3 วัฒนธรรมและประเพณีขององค์กร

ขั้นตอนที่ 6 กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง เป็นขั้นตอนที่สำคัญผู้บริหารจะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ สามารถจำแนกกลยุทธ์ได้ 3 กลุ่ม

1. สั่งการเบ็ดเสร็จ
2. ทุกคนมีส่วนร่วม
3. มอบหมายอำนาจ

ขั้นตอนที่ 7 การลงมือปฏิบัติ และการประเมินผล การกำหนดทางเลือกที่นำไปปฏิบัติมีสิ่งที่จะพิจารณาได้ 2 กรณี คือ เวลา และขอบเขต ส่วนการประเมินผลนั้นเพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงและคุณภาพของการบริหาร

## 2.7 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสรุปได้ดังนี้

ความได้เปรียบทางการแข่งขันหมายถึง สิ่งที่ทำให้องค์กรมีความแตกต่างจากผู้อื่น นั่นคือข้อได้เปรียบที่เด่นชัด โดยข้อได้เปรียบในที่นี้อาจอยู่ในรูปของขีดความสามารถของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถทำได้ในขณะที่ผู้อื่นทำไม่ได้ หรือบริษัทสามารถทำได้ดีกว่า

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสัมพันธ์และวิธีการแสวงหาเป้าหมายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มากกว่าคู่แข่งธุรกิจองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค (2548 : 193-195) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) นั้นประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านต้นทุน (Cost Advantage) ธุรกิจจะมุ่งเน้นผลิตสินค้าและบริการให้อยู่ในช่วงของระดับคุณภาพที่ตลาดยอมรับได้ขณะเดียวกันให้มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าคู่แข่งขั้นให้มากที่สุดเพื่อเพิ่มกำไรและช่วยในการขยายขอบเขตของตลาด

2. ด้านความแตกต่าง (Differentiation Advantage) ธุรกิจจะมุ่งเน้นที่คุณลักษณะที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้า โดยจะพัฒนาเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตให้เหนือกว่าคู่แข่ง

3. ด้านการมุ่งเน้นบางส่วนของตลาด (Market Focus) จะมุ่งเน้นที่บางส่วนของตลาดและตอบสนองเฉพาะตลาดส่วนที่ตนเองเล็งเห็นว่าเหมาะสมกับตนและมีศักยภาพในการเติบโตเท่านั้น

### ความสามารถในการแข่งขัน

ในปัจจุบันทุกประเทศในโลกต่างแข่งขันกันทางเศรษฐกิจ ประเทศที่เข้มแข็ง มีวิทยาการหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีศักยภาพในการแข่งขันมากกว่าชาติอื่น ๆ ย่อมใช้ความเหนือกว่าช่วงชิงแสวงหาอำนาจในรูปแบบของการสร้างกำไรและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความรุ่งเรืองและมั่งคั่งให้แก่ประเทศของตนจนทำให้เกิดช่องว่างของความแตกต่างที่ขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีของตะวันตก ประเทศต่าง ๆ ในโลกปัจจุบันจึงต้องหาช่องทางในการอยู่รอดด้วยการพยายามสร้างศักยภาพในการแข่งขันของประเทศและพัฒนาเศรษฐกิจของตนเองให้มีความเจริญทัดเทียมกับประเทศอื่นเพื่อให้สามารถดำรงอยู่และแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้

ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศเป็นที่มาของแสนยานุภาพทางเศรษฐกิจ เป็นเสมือนป้อมปราการและเป็นภูมิคุ้มกันของประเทศในประชาคมโลก ความสามารถในการแข่งขันเป็นกุญแจเปิดสู่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและการเติบโตที่ยั่งยืน กรอบแนวคิดของความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ P. Shurchuluu มีลักษณะเป็นพลวัตโดยต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างความสามารถในการจัดการสินทรัพย์และกระบวนการเข้ากับตลาดเป้าหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุนและการเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่อง

ความสามารถในการแข่งขันเป็นกระบวนการที่หน่วยงานหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคล องค์กร หรือระดับประเทศได้ใช้ความพยายามที่จะเข้าไปยืนเหนือหน่วยงานอื่น ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือการเอาชนะ การที่จะสามารถแข่งขันได้นั้นต้องอาศัยหลายปัจจัยทั้งในด้านของความสามารถ และทะเยอทะยานที่จะเอาชนะ ความมุ่งมั่นสร้างทรัพยากรสำคัญที่มีอยู่เป็นตัวบังคับและส่งเสริมกระบวนการนี้ สำหรับองค์กร ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง การผลิตหรือการจัดการผลิตภัณฑ์และบริการภายใต้การจัดการทางด้านต้นทุนและเวลาเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคได้ ในขณะที่ความหมายระดับมหภาค ความสามารถในการแข่งขันสะท้อนให้เห็นถึงมาตรฐานในการดำรงชีวิตของบุคคลและยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบุคคลและองค์กรที่เป็นระดับรากหญ้าด้วย สิ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของความสามารถในการแข่งขันมีดังนี้

1. การลงทุน (Investment) เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จและยังเป็นฐานสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

2. ผลิตภาพ (Productivity) สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ ผลิตผลที่สูงย่อมส่งผลให้องค์การนั้นอยู่เหนือคู่แข่งในยามแข่งขัน นอกจากนี้ยังช่วยปรับปรุงราคาต้นทุนและผลกำไรให้ดีขึ้น

3. การค้า (Trade) เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาด ปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคการค้าเสรีและการรวมกลุ่มความร่วมมือทางการค้ามากขึ้นหลายกลุ่ม เช่นสหภาพยุโรป (Europe Union EU) กลุ่มสนธิสัญญาทางการค้าเสรีของอเมริกาเหนือ (North America Free Trade Agreement: NAFTA) กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Asia Pacific Economic cooperation: APEC) และกลุ่มความร่วมมือในประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeastern Asia Nation: ASEAN) แต่ละกลุ่มดังกล่าวจะมีเป้าหมายของตนเองในการส่งเสริมกิจกรรมทางการค้ากันภายในกลุ่มของตนที่ส่งผลต่อเอกภาพตามข้อตกลงทั่วไปที่ว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement on Tariffs and Trade: GATT) องค์การการค้าโลก (WTO) จึงถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อแสดงบทบาทสำคัญในการรักษาเสถียรภาพนี้ไว้และจากการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มทางการค้าและการแข่งขันของโลกพบว่า มีความต้องการที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยทางการค้าที่มีต่อการแข่งขันหรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการใดไม่ได้เข้าสู่ตลาดโลกเสรี ย่อมจะไม่ทำให้เกิดการรอกงวมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการปรับปรุงมาตรฐานของชีวิตให้ดีขึ้นได้ด้วย

4. มาตรฐานการดำรงชีวิต (Standard of Living) โดยปกติแล้วมาตรฐานการดำรงชีวิตสามารถวัดได้จากอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในรูปของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) และผลิตภัณฑ์มวลรวมของประชาชาติ (Gross National Product: GNP) และค่าที่ได้นี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นตัวกำหนดสถานะการแข่งขันของชาติได้อีกด้วย

นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถบ่งชี้ความมั่นคงของชาติที่สะท้อนมาตรฐานความเป็นอยู่ของชีวิตได้เช่นเดียวกัน ประเทศที่มีมาตรฐานการดำรงชีพ เช่นสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ล้วนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการดำเนินธุรกิจในอนาคต ผู้บริหารต่างตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันซึ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ประเด็นที่ผู้บริหารธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญมีดังนี้

1. การแข่งขันระดับโลก (Global Competition) ในอนาคตเป็นที่คาดหมายว่าบรรยากาศของการการแข่งขันในการผลิตสินค้าและบริการจะทวีความรุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะการแข่งขันระดับโลก การประสบความสำเร็จในตลาดโลกไม่ใช่สิ่งที่ทำได้ง่าย ผู้ผลิตจะต้องใช้กลยุทธ์ การดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน กิจกรรมต่าง ๆ



ในการดำเนินงานจะต้องสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทั่วโลก เช่น การออกแบบสินค้าและบริการ กระบวนการผลิต แหล่งของทรัพยากรในการผลิต ท่าเลที่ตั้ง เทคโนโลยี

2. กลยุทธ์การดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable Operations Strategy) องค์การจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานอย่างเหมาะสม รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ในการดำเนินงาน เช่น การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการผลิต การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันระดับโลกได้อย่างยั่งยืน

3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) ความสำเร็จในตลาดโลกต้องเกิดจากความสามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุดและสามารถเสนอสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้การผลิตสำหรับลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์มีช่วงสั้นลงกว่าในอดีต และทำให้นวัตกรรมของสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

4. การเน้นด้านบริการเพิ่มขึ้น (Emphasis more on Services) ในอดีต ผู้บริหารไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องการให้บริการลูกค้ามากเท่าใดนัก โดยส่วนใหญ่เน้นไปที่การผลิตสินค้ามากกว่า ต่อมาเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น ทำให้การแข่งขันกันเพียงแค่การผลิตสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป จึงจำเป็นต้องมีการแข่งขันด้านบริการเพิ่มขึ้น ดังนั้นการจัดการดำเนินงานในปัจจุบันและอนาคต ควรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนา ทั้งด้านการผลิตสินค้าและการให้บริการควบคู่กันไป

5. การปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement) ในปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น การผลิตสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพจึงเป็นอาวุธสำคัญที่องค์การควรจะนำมาใช้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน การผลิตสินค้าหรือบริการควรจะมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

6. ความยืดหยุ่น (Flexibility) ในอนาคต ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคจะมีความหลากหลายมากขึ้น ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้จะต้องเป็นธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น คำว่า “ความยืดหยุ่น” ในที่นี้หมายถึงความสามารถในการปรับกระบวนการผลิตเพื่อให้รองรับกับความต้องการของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งความยืดหยุ่นด้านปริมาณ ด้านการออกแบบ

7. กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี (Technology Strategy) ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีโอกาสใหม่ ๆ ในการผลิตและทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นเช่น การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิตและออกแบบ การใช้หุ่นยนต์ช่วยในการผลิต ระบบการผลิตแบบยืดหยุ่น

8. การมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Involvement) องค์การที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขันต้อง มีการกระจายอำนาจในการบริหารงานเพื่อให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม จะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ

9. การแข่งขันด้านเวลา (Time-based Competition) ในปัจจุบัน การแข่งขันในเรื่องเวลา ได้ทวีความรุนแรงมากกว่าในอดีต ความรวดเร็วในการส่งสินค้าให้ลูกค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการที่องค์กรจะนำมาใช้ในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

10. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม (Environmental and Ethical Concerns) ผู้ผลิตสินค้าและบริการควรมีจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจและควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ในการจัดการดำเนินงานอยู่เสมอ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม การกำจัดของเสียจากกระบวนการผลิตโดยไม่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะ

11. การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน บรูซ เฮนเดอร์สัน (Bruce Henderson) ได้ศึกษาการสร้างศักยภาพในการแข่งขันตั้งแต่ช่วงปี 1980 ต่อมา Michael E. Porter ได้พัฒนาความคิดนี้มาเป็นหลักการและทฤษฎีที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ในปัจจุบันสถาบันการจัดการนานาชาติ (IMD) ได้นิยามความหมายของศักยภาพในการแข่งขันของประเทศว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดนโยบายต่าง ๆ ของประเทศในเชิงเศรษฐศาสตร์เพื่อสร้างและรักษาความสามารถในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผู้ประกอบการของประเทศ ทำให้เกิดรายได้และผลกำไรเข้าสู่ประเทศ และส่งผลถึงความเจริญเติบโต ความมั่งคั่งและการกินดีอยู่ดีของประชากรของประเทศ โดยมีแนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันตามระดับการพัฒนาของสามกลุ่มประเทศ สามขั้นตอนนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง ความพยายามลดต้นทุนการผลิต (Input Cost Reduction) ประเทศในกลุ่มนี้ใช้ค่าแรงที่มีราคาต่ำ ใช้วัตถุดิบธรรมชาติและผลผลิตทางการเกษตรในประเทศที่มีราคาถูก โดยอาศัยเทคโนโลยีจากต่างประเทศหรือการลงทุนจากต่างประเทศเป็นหลักเพื่อผลิตเป็นสินค้าราคาสินค้าถูกเป็นหลัก ประเทศในกลุ่มนี้เรียกว่า Factor – Driven Economy ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มนี้ที่พยายามพัฒนาประเทศมาตลอด

ขั้นที่สอง การปรับปรุงผลิตภาพ (Improve Productivity) ประเทศที่พัฒนามาอยู่ในกลุ่มนี้เริ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าให้ได้ มาตรฐานและการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศให้สามารถตอบสนองและรองรับการขยายตัวและความต้องการในการผลิตของภาคอุตสาหกรรมและบริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังต้องมีการลงทุนจากต่างประเทศและเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ ในขณะที่ต้องพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้สามารถคิดค้นแนวทางใหม่ ๆ และการลงทุนภายในประเทศควบคู่กันไปด้วย

ขั้นที่สาม การพัฒนาสินค้าที่มีความพิเศษด้วยการคิดค้นและสร้างนวัตกรรมใหม่ ประเทศที่พัฒนามาอยู่ในขั้นนี้ต้องมีวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในระดับสูงขั้นแนวหน้าของโลก

โดยมีการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อทำกิจกรรมและธุรกิจร่วมกันเป็นคลัสเตอร์ ในการผลิตสินค้าและบริการออกแข่งขันในตลาดโลก ประเทศในกลุ่มนี้เรียกว่า Innovation-Driven Economy

แนวทางการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศว่าประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ ได้แก่

#### 1. สถานภาพในส่วนที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของประเทศที่มีอยู่ อาทิ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในมิติของคุณภาพและมิติด้านปริมาณ สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างให้ประเทศเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ ดังนั้น ระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ อุตสาหกรรมหรือสินค้าจึงขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและปัจจัยพื้นฐานที่มีอยู่ของแต่ละประเทศ

#### 2. สถานภาพในส่วนของการต้องการของลูกค้านำหรือตลาด

สาเหตุสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเกิดจากความต้องการของลูกค้าที่สร้างแรงกดดันทำให้ผู้ผลิตต้องแข่งขันกันพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูง ราคาถูกหรือผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าหรือตลาดอยู่ตลอดเวลา

#### 3. การเกิดขึ้นและการร่วมมือของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้องต่าง ๆ

ปัจจุบันการผลิตสินค้าในแต่ละชนิดมีความซับซ้อนต้องอาศัยเทคโนโลยีและชิ้นส่วนต่าง ๆ มาประกอบกันเป็นตัวสินค้าที่ต้องอาศัยความชำนาญเป็นพิเศษจากแต่ละหน่วยผลิตมากขึ้นกว่าเดิม อุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องรวมกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร ภายในประเทศเพื่อใช้ศักยภาพของกลุ่มจากการพึ่งพาอาศัยกันอย่างใกล้ชิดและเป็นระบบ ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมของประเทศแข็งแกร่งขึ้นและต้องมีอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างให้เกิดระบบของการบริหารการผลิตที่ต่อเนื่องครบวงจรอยู่ ภายในประเทศ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งระหว่างประเทศ รวมทั้งทำให้การบริหารจัดการ การส่งมอบสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

#### 4. โครงสร้างยุทธศาสตร์ขององค์กรและการแข่งขันกับคู่แข่ง

ความสามารถในการแข่งขันขึ้นอยู่กับกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กรหรือประเทศที่ถูกต้องและมีการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งนี้ต้องมีการเทียบเคียง (Benchmark) กับคู่แข่งด้วยโดยเฉพาะข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของประเทศทั้งของสถาบันการจัดการนานาชาติ (IMD) และ World Economic Forum เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของประเทศ ตามหลักคิดของโลกตะวันตกที่ว่าองค์กรหรือประเทศที่มีโครงสร้างหรือนโยบายการแข่งขันเสรีเป็นระบบเปิดที่สนับสนุนให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการภายในต้องแข่งขันกันและพัฒนาตนเอง ซึ่งมีผลให้อุตสาหกรรมของประเทศ โดยรวมมีความเข้มแข็งในที่สุด

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนรัตน์ คุรุวรรณเจริญ (2555) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพการแข่งขันและปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย และนำไปสร้างแนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ดำเนินการวิจัยโดยการวิเคราะห์ข้อมูลอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 ถึง พ.ศ. 2554 เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย 9 ประเทศ ร่วมกับการศึกษาหลักการบริหารการผลิตแบบลีนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 120 บริษัทซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 9 คน จากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 5 บริษัท ประมวลผลด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปร และวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย 9 ประเทศ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยประสบปัญหาด้านความสามารถและทักษะของแรงงาน เทคโนโลยีการผลิต ต้นทุนการผลิต ระบบโลจิสติกส์ นโยบายของภาครัฐ และด้านการวิจัยและพัฒนา จากการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมทั้ง 6 ปัจจัย พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพ ต้นทุนการผลิต โลจิสติกส์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดผลิตภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายอิทธิพลของการเกิดเหตุการณ์ได้อย่างน้อยร้อยละ 85.4 ปัจจัยด้านผลิตภาพ คุณภาพและต้นทุนการผลิต มีอิทธิพลอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างน้อยร้อยละ 84.3 ผลจากการศึกษาแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างยังพบว่าปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงโครงสร้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 91 และเมื่อนำระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing System) ซึ่งประกอบด้วยเทคนิคไคเซน การผลิตแบบทันเวลาพอดี กิจกรรมกลุ่มคุณภาพ และการซ่อมบำรุงแบบทวิผล มาใช้กำจัดความสูญเปล่า ปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการปฏิบัติงาน จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งมอบของระบบโลจิสติกส์ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นแนวทางที่ใช้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้

กานต์พิชชา สุวรรณ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการระบบโลจิสติกส์ของผู้บริหารในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการจัดการระบบโลจิสติกส์อย่างแท้จริง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการช่วยลดต้นทุน และสามารถเตรียมพร้อม ปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่น ตลอดจนสามารถเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยให้สามารถยืนหยัดและ

เติบโตก้าวหน้าต่อไปในอนาคต โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลร่วมกันระหว่างประเภทของผลิตภัณฑ์และขนาดของอุตสาหกรรมกับระดับความคิดเห็นของผู้บริหารที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการระบบโลจิสติกส์ต่อปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการวางแผนและควบคุมการผลิต
- 2) ด้านการจัดการและควบคุมต้นทุนระบบการขนส่ง
- 3) ด้านการจัดการและควบคุมระบบคลังสินค้า
- 4) ด้านการจัดการและควบคุมระบบคุณภาพในการผลิต
- 5) ด้านการจัดการและควบคุมกระบวนการสั่งซื้อ

โดยการนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริหารในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออก โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for windows

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริหารที่มีขนาดอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการและควบคุมต้นทุนระบบการขนส่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่พบความแตกต่างในด้าน การวางแผนและควบคุมการผลิต การจัดการระบบคลังสินค้า การจัดการและควบคุมระบบคุณภาพในการผลิต และการจัดการและควบคุมกระบวนการสั่งซื้อ โดยการนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าประเภทของผลิตภัณฑ์และขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน ทั้งนี้ความคิดเห็นของผู้บริหารที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

สถาบันยานยนต์ (Thailand Automotive Institute) (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โอกาสการเป็นฐานการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่ของประเทศไทยจากความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายฐานการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่ของไทย โดยมีตลาดอาเซียนเป็นตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐในการส่งเสริมการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่และเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการสำหรับการลงทุนผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่เพื่อการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน การศึกษานี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารเผยแพร่ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถบรรทุกขนาดใหญ่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือของอาเซียนและหน่วยงานภาครัฐของประเทศสมาชิกอาเซียนรวมทั้งรายงานการศึกษาวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง แล้วใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อพิจารณาปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทาน รวมทั้ง

นโยบายของภาครัฐ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของการเป็นฐานการผลิตรถบรรทุกขนาดใหญ่ของไทย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ผลิตรถบรรทุก 5 ราย 7 ตราสินค้า มีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 70,000 คันต่อปี ทั้งหมดเป็นผู้ผลิตจากต่างชาติโดยมีผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นสองราย คือ Hino และ Isuzu เป็นผู้ครองตลาดในขณะที่ผู้ผลิตรายอื่น ๆ ต้องนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการผลิตรถบรรทุกไทยยังมีผู้ประกอบการต่อตัวถังอีกประมาณ 100 รายโดยเกือบทั้งหมดเป็นผู้ประกอบการสัญชาติไทยและเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ผลิตโดยใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมเน้นใช้แรงงานคนเป็นหลัก (Manual) ไม่มีเครื่องทุ่นแรงหรือเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาช่วยผลิตมากนัก ซึ่งปัจจุบันกำลังการผลิตของผู้ประกอบการต่อตัวถังยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในประเทศ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตรถบรรทุกในไทยมีปริมาณการผลิตปีละประมาณ 35,000 คันโดยผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศเป็นหลัก มีการส่งออกร้อยละ 20 ของปริมาณผลิตทั้งหมดและปริมาณการส่งออกกว่าร้อยละ 95 เป็นการส่งออกไปกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งส่งออกไปประเทศลาวมากที่สุด รองลงมาคือ เมียนมาร์ในขณะที่การส่งออกไปกัมพูชามีเพียงร้อยละ 1 ส่วนเวียดนามไม่มีการนำเข้ารถบรรทุกจากไทยเลย

สรียา ชัยรัตนานนท์ และคณะ (2551) ทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบศักยภาพทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศไทยและเวียดนามในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นคู่ค้าและคู่แข่งทางการค้าของอุตสาหกรรมยานยนต์ในเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศเวียดนามกับประเทศไทย และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยภายหลังจากที่ประเทศเวียดนามเข้าเป็นสมาชิก WTO ในปี 2550 ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษามาใช้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อรักษาความได้เปรียบของไทยต่อเวียดนาม และเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการในเวทีการค้าโลก

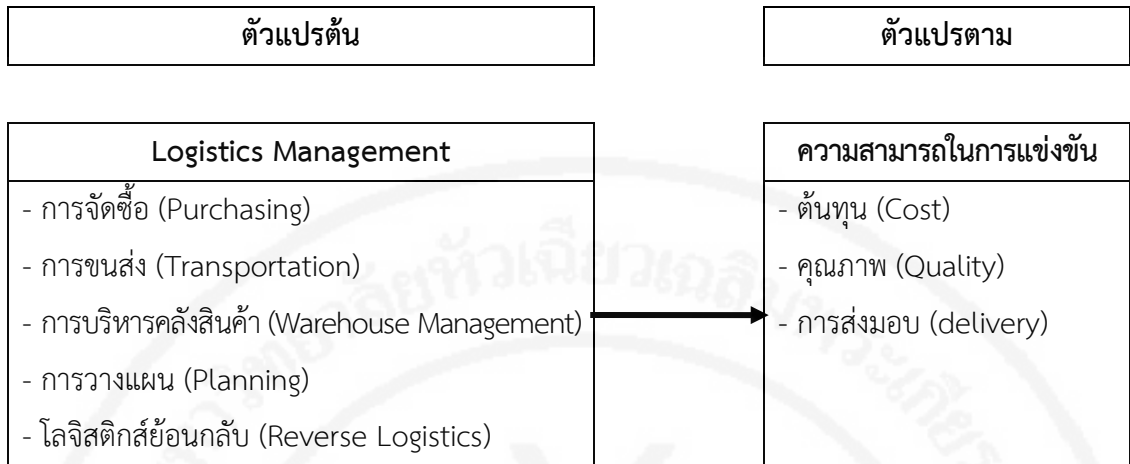
จากการศึกษาสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ของเวียดนามในปัจจุบัน อยู่ในฐานะคู่ค้ากับประเทศไทยมากกว่าการเป็นคู่แข่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์มีฐานอุตสาหกรรมใหญ่ และไม่ได้สร้างขึ้นได้โดยง่ายอีกทั้งจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลา และด้วยเหตุผลของระดับการพัฒนาของอุตสาหกรรมความสามารถในการแข่งขันส่วนแบ่งการตลาด ศักยภาพการส่งออก และจุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหา และอุปสรรคของอุตสาหกรรม และจากข้อจำกัดทางด้านเทคนิค และคุณภาพของแรงงานในอุตสาหกรรม ทำให้เวียดนามยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนจากประเทศไทยอยู่ และแม้ว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบันจะมีความรู้หน้ากว่าเวียดนามอยู่มากก็ตาม ประเทศไทยก็ไม่ควรนิ่งนอนใจ และสิ่งที่อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยควรเร่งดำเนินการ คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอย่างแท้จริง นอกจากการเป็นแค่เพียงศูนย์รวมธุรกิจยานยนต์ศูนย์การผลิต และศูนย์กลางทางการตลาด เช่นในปัจจุบัน และผล

การศึกษาวิจัยชี้ให้เห็นว่าในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยเพื่อให้เป็นศูนย์กลางการผลิตอย่างแท้จริงสิ่งสำคัญ คือ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ควรดำเนินการมีอยู่หลายด้าน ทั้งด้านการวิจัย และพัฒนาความสามารถในการออกแบบทางวิศวกรรม การสร้างนวัตกรรม ด้านการยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ในทุกระดับ ทั้งระดับบริหารระดับวิศวกรโดยเฉพาะวิศวกรด้านเทคโนโลยียานยนต์ระดับช่างเทคนิค ไปจนถึงระดับแรงงานที่มีทักษะฝีมืออย่างต่อเนื่อง ด้านการเสริมสร้างความพร้อมของกระบวนการทดสอบคุณภาพมาตรฐานยานยนต์ และชิ้นส่วนโดยเร่งจัดตั้งศูนย์ทดสอบคุณภาพสินค้า และผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์เนื่องจากประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทย ทั้งประเทศจีน อินเดีย และมาเลเซีย ต่างมีการพัฒนาด้านมาตรฐานการผลิตที่รุดหน้าไปมาก และด้วยเหตุที่อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนมีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมหลายสาขา จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ และเทคโนโลยีวัสดุไทยที่ยังคงมีขีดจำกัดอยู่มาก รวมถึงการพัฒนากระบวนการข้อมูลความต้องการ และความสามารถในการจัดทำมาตรฐานระบบการจัดการ การได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ตลอดจนฐานข้อมูลทางด้านเทคนิค เพื่อให้ได้ระบบฐานข้อมูลที่มีความครบถ้วนทันสมัย และตรงกับความต้องการใช้ประโยชน์ของภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด

ธัญดาใจใหม่คร้าม (2559) ทำการศึกษา การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า พบว่าแนวทางที่ใช้ในการศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาคัดการจัดการคลังสินค้า โดยใช้แผนภูมิการไหลของงาน ซึ่งพิจารณาขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความซ้ำซ้อนและไม่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งการนำระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนามาใช้ในการปฏิบัติงาน การลดขั้นตอนในบางกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ รวมไปถึงการออกแบบแผนผังคลังสินค้าใหม่ เพื่อให้การจัดวางตำแหน่งสินค้ามีความเหมาะสมกับขนาดของคลังสินค้าและง่ายต่อการเบิกจ่ายสินค้า

พีรฉัตร คุณาทรัพย์ (2558) ทำการศึกษาสายโซ่อุปทานยานยนต์ พบว่า แนวทางในการพัฒนาสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มี 4 ประเด็น คือ การพัฒนาการวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบรถยนต์ การพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลเครือข่าย การพัฒนาระบบขนส่งแบบมิลค์รันสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และการพัฒนาระบบมิลค์รันสำหรับผู้ให้บริการขนส่งแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบรถยนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย





### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละสถานประกอบการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อยืนยันความสอดคล้องของข้อมูลเชิงปริมาณโดยมีระเบียบวิธีการศึกษาตามรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ โรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 2,409 ราย (สภาอุตสาหกรรม. 2560) โดยเลือกโรงงานที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ หรืออะไหล่ หรือจำหน่าย นำเข้าส่งออก และเป็นโรงงานที่มีจำนวนพนักงาน 200 คน ขึ้นไป (พระราชบัญญัติโรงงาน. 2535)

2. กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวอย่าง คือ พนักงานในสถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยจำนวน 344 บริษัท โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบคลัสเตอร์ (Cluster sampling) ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง
เมื่อ	N	=	2,409
	e	=	0.05

เมื่อแทนค่า จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{2409}{1 + 2409(0.05)^2} = 343.04$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 344 บริษัท โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานระดับผู้จัดการ หรือระดับหัวหน้างานที่มีอายุงานตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม
2. รวบรวมแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร แล้วนำมาพัฒนาเป็นโครงสร้างของแบบสอบถาม
3. จัดทำแบบสอบถามตามโครงสร้างที่ได้ทำการศึกษามา โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านที่เกี่ยวข้องทั้งจากนักวิชาการ ผู้บริหารในโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามที่ได้จัดทำขึ้นมาเทียบกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับปัญหาของการศึกษา การหาคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจำเป็นต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อน เพื่อให้แน่ใจว่ามีคุณภาพสูง คุณภาพของเครื่องมือจะต้องมีการตรวจวัดความเที่ยงตรง พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ศึกษา รวมถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการทดสอบก่อนลงสนามจริง โดยมีรายละเอียดการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำการศึกษาดังนี้ การทดสอบความเที่ยงตรงเมื่อสร้างแบบสอบถามพร้อมนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไข และแนะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยกำหนดให้มีแบบคำตอบดังนี้ ไม่สำคัญ หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ -1 ไม่แน่ใจ หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ 0 สำคัญ หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ +1 เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านดังนี้

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1) ผศ.ดร.ชุตีระ ระบอบ     | ประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ       |
| 2) ดร.พิชญ วรณกุล         | อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 3) ดร.ศิโรรัตน์ เตียงธวัช | กรรมการผู้จัดการ บริษัท LM International Engineering จำกัด  |

4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้ทำการประเมินแล้ว ผู้ศึกษาได้หาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index of Consistency: IOC) ในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร โดยใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย	IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์
	$\sum R$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไปจึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 จึงต้องถูกตัดทิ้งหรือนำไปปรับปรุงคำถามใหม่

**ตารางที่ 5** ผลค่า IOC แบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ผลค่า IOC
- การจัดซื้อ	5	0.93
- การขนส่ง	5	1.00
- การบริหารคลังสินค้า	5	1.00
- การวางแผน	5	0.93
- โลจิสติกส์ย้อนกลับ	5	1.00
- ความสามารถในการแข่งขัน	6	0.94

5. วิเคราะห์ผลที่ได้จากการให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการประเมินแบบสอบถามต้องมีผลค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและนำแบบสอบถามที่ได้จากการประเมินไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้แบบสอบถามฉบับจริงที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

6. หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's) ผู้ศึกษาจะหาค่าความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient;  $\alpha$ ) ซึ่งการประเมินความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือที่มีค่ามากกว่า 0.7 ถือว่าใช้ได้ ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือมีค่าความเชื่อมั่นค่อนข้างสูงและแบบสอบถามนั้นมีความเที่ยงตรง อย่างไรก็ตามได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2550)

**ตารางที่ 6** สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ )	การแปลความหมายระดับความเชื่อมั่น
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

ที่มา : ศิริชัย กาญจนวาสี. 2550

### 3.2.2 โครงสร้างของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการจัดการโลจิสติกส์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความสามารถในการแข่งขัน

ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า มี 5 ระดับ ได้แก่ (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. 2543)

5 เท่ากับ เห็นด้วยมากที่สุด

4 เท่ากับ เห็นด้วยมาก

3 เท่ากับ เห็นด้วยปานกลาง

2 เท่ากับ เห็นด้วยน้อย

1 เท่ากับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.1 แบบสอบถาม

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามในโรงงานผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1) รวบรวมรายชื่อสถานประกอบการ จากรายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามกฎกระทรวง (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

2) ส่งแบบสอบถามทั้งหมด 344 ชุดเพื่อให้ครอบคลุมกับจำนวนตัวอย่าง โดยแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกส่งไปยังโรงงาน 344 โรงงานจนครบ ระยะเวลาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา และ นำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์

#### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ในการศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน และระดับของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ระดับของตัวแปร ด้านการจัดซื้อ ด้านการขนส่ง ด้านการบริหารคลังสินค้า ด้านการวางแผนและด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งช่วงระดับความสำคัญด้วยวิธีการหาความกว้างอันตรภาคชั้น โดยสูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (ประคอง กรรณสูต. 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการพิจารณาดังกล่าวข้างต้น จึงกำหนดให้แบ่งช่วงระดับความสำคัญโดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวควรเป็นอิสระจากกันไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยการดูค่า Variance inflation factor (VIF) ตัวแปรพยากรณ์จะทำให้เกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ก็ต่อเมื่อ ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 10 ขึ้นไป และค่า tolerance มีค่ามากกว่า 0.5 ถึง 1 แสดงว่าเกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ถ้าค่า tolerance มีค่าน้อยกว่า 0.5 ถึง 0 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ตัวแปรเป็นอิสระจากกัน (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษาโดยสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เกณฑ์การแปลผลความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

มีการกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย 5 ระดับ ดังนี้ (พงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540)

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.81 ขึ้นไป มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.61 - 0.80 มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.41 – 0.60 มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
  - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.20 – 0.41 มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ
  - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ต่ำกว่า 0.20 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
- โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันดังนี้

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X
$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน	ผลรวมระหว่างผลคูณชุด X กับ Y
n	แทน	จำนวนคู่ของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยวิธีการนี้จะเป็นการคัดเลือกเฉพาะตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เท่านั้น

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้นจะต้องหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นจำนวนทั้ง 5 ตัวกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จะต้องหาสมการถดถอยเพื่อใช้ในการพยากรณ์ของตัวแปรตาม (Y) และหาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เป็นไปได้สูงสุดระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม สมการดังนี้ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. 2554)

$$Y = a + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6$$

#### 6. การตั้งสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การจัดซื้อส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การจัดซื้อไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การจัดซื้อส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การขนส่งไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การบริหารคลังสินค้าไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การวางแผนไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : โลจิสติกส์ย้อนกลับไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขัน
- 4.3 การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity)
- 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนพนักงานในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
S.E.	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Beta	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าการแจกแจงแบบ F (F-distribution)
t	แทน	ค่าการแจกแจงแบบ t (t-distribution)
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคูณ
$R^2$	แทน	กำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคูณหรือร้อยละของค่าความแปรผันร่วมกันของตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์
Y	แทน	คะแนนที่ได้จากสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Z	แทน	คะแนนได้จากสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
$X_1$	แทน	ด้านการจัดซื้อ (ตัวแปรต้น)
$X_2$	แทน	ด้านการขนส่ง (ตัวแปรต้น)
$X_3$	แทน	ด้านการบริหารคลังสินค้า (ตัวแปรต้น)

X <sub>4</sub>	แทน	ด้านการวางแผน (ตัวแปรต้น)
X <sub>5</sub>	แทน	ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ ตัวแปรต้น)
Y	แทน	ความสามารถในการแข่งขัน (ตัวแปรตาม)

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานในสถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายถึงคุณลักษณะทั่วไปของพนักงานในสถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานปัจจุบัน แผนก/ฝ่าย และอายุงาน

##### ตารางที่ 7 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	223	64.83
หญิง	121	35.17
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 64.83 และผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 35.17 ตามลำดับ

##### ตารางที่ 8 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	174	50.58
30-40 ปี	96	27.91
41-50 ปี	74	21.51
สูงกว่า 50 ปี	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 50.58 รองลงมาคือ อายุ 30-40 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.91 และลำดับสุดท้ายคือ อายุ 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.51 ซึ่งผู้ที่มีอายุสูงกว่า 50 ปี ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	266	77.33
ปริญญาโท	67	19.48
ปริญญาเอก	1	0.29
อื่น ๆ	10	2.91
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 77.33 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.48 ระดับการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ปวช. และ ปวส. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 และระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ช่วยผู้จัดการ	157	45.64
ผู้จัดการ	148	43.02
ผู้อำนวยการ	10	2.91
อื่น ๆ	29	8.43
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนใหญ่ตำแหน่งงานผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 45.64 รองลงมาคือ ผู้จัดการ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 43.02 ผู้อำนวยการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.91 และตำแหน่งงานอื่น ๆ เช่น Engineer, Sale จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามแผนก/ฝ่าย

แผนก/ฝ่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แผนกโลจิสติกส์	82	23.84
แผนกคลังสินค้า	41	11.92
แผนกจัดซื้อ	50	14.53
แผนกวางแผน	60	17.44
แผนกประกันคุณภาพ	60	17.44
แผนกผลิต	30	8.72
อื่น ๆ	21	6.10
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ส่วนใหญ่แผนกโลจิสติกส์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 23.84 แผนกวางแผนและแผนกประกันคุณภาพ แผนกละจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.44 แผนกจัดซื้อ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.53 แผนกคลังสินค้า จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.92 แผนกผลิต จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.72 และแผนกอื่น ๆ เช่น แผนก Engineer, แผนกการตลาด/ขาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ปี	253	73.55
10 ปีขึ้นไป	83	24.13
ไม่ระบุอายุงาน	8	2.32
<b>รวม</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 73.55 อายุงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 24.13 และไม่ระบุอายุงาน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการจัดซื้อ (n = 344)

การจัดซื้อ	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทมีการวางแผนคำสั่งซื้อที่เหมาะสม	112	158	74	0	0	4.11	0.728	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บริษัทติดตามการรับคำสั่งซื้อและการส่งมอบที่ชัดเจนจากผู้ขาย (Supplier)	143	166	35	0	0	4.31	0.648	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทมีการประเมินภาพรวมการส่งมอบ การกำหนดเวลาที่ชัดเจน	150	159	30	5	0	4.32	0.693	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีการสั่งซื้อตามจุดคุ้มทุน (EOQ)	117	178	49	0	0	4.20	0.667	เห็นด้วยมากที่สุด
5. การกำหนดมาตรฐานการจัดซื้อวัตถุดิบทำให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ	118	181	35	10	0	4.18	0.727	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.23</b>	<b>0.693</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการจัดซื้อ มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ ) โดยมีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความคิดเห็น คือ บริษัทมีการประเมินภาพรวมการส่งมอบ การกำหนดเวลาที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.32$ ) บริษัทติดตามการรับคำสั่งซื้อและการส่งมอบที่ชัดเจนจากผู้ขาย (Supplier) ( $\bar{X} = 4.31$ ) บริษัทมีการสั่งซื้อตามจุดคุ้มทุน (EOQ) ( $\bar{X} = 4.20$ ) การกำหนดมาตรฐานการจัดซื้อวัตถุดิบทำให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 4.18$ ) และบริษัทมีการวางแผนคำสั่งซื้อที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.11$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการขนส่ง (n = 344)

การขนส่ง	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทที่มีความรวดเร็วในการขนส่ง	92	194	58	0	0	4.10	0.654	เห็นด้วยมากที่สุด
2. การขนส่งต้องมีความต่อเนื่อง	139	167	38	0	0	4.29	0.655	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว	139	160	45	0	0	4.27	0.679	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าด้านการขนส่ง	177	103	54	10	0	4.30	0.837	เห็นด้วยมากที่สุด
5. บริษัทมีการลดต้นทุนด้านการขนส่ง	137	110	93	4	0	4.10	0.840	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.21</b>	<b>0.733</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการขนส่ง มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) โดยมีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความคิดเห็น คือ บริษัทมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าด้านการขนส่ง ( $\bar{X} = 4.30$ ) การขนส่งต้องมีความต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 4.29$ ) บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.27$ ) บริษัทมีความรวดเร็วในการขนส่งและบริษัทมีการลดต้นทุนด้านการขนส่ง ( $\bar{X} = 4.10$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการบริหารคลังสินค้า (n = 344)

การบริหารคลังสินค้า	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม	161	148	35	0	0	4.37	0.661	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บริษัทกำหนดปริมาณสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม	118	173	48	5	0	4.17	0.715	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและวัสดุก่อนการรับเข้าคลังสินค้า	171	158	15	0	0	4.45	0.580	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีพื้นที่การจัดเก็บที่เพียงพอ	124	146	69	5	0	4.12	0.825	เห็นด้วยมากที่สุด
5. คลังสินค้าควรมีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน	182	119	38	5	0	4.39	0.740	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.30</b>	<b>0.704</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการบริหารคลังสินค้า มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) โดยมีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความคิดเห็น คือ บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและวัสดุก่อนการรับเข้าคลังสินค้า ( $\bar{X} = 4.45$ ) คลังสินค้าควรมีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน ( $\bar{X} = 4.39$ ) บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.37$ ) บริษัทกำหนดปริมาณสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.17$ ) และบริษัทมีพื้นที่การจัดเก็บที่เพียงพอ ( $\bar{X} = 4.12$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการวางแผน (n = 344)

การวางแผน	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทที่มีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม	138	163	33	10	0	4.25	0.744	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บริษัทที่มีการวางแผนต้นทุนที่ชัดเจน	129	190	25	0	0	4.30	0.598	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทควรมีการติดตามการดำเนินการให้เป็นไปตามที่วางแผน	151	178	15	0	0	4.40	0.572	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน	148	177	19	0	0	4.38	0.588	เห็นด้วยมากที่สุด
5. บริษัทมีการวางแผนและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า	117	180	47	0	0	4.20	0.661	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.30</b>	<b>0.633</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการวางแผน มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) โดยมีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความคิดเห็น คือ บริษัทควรมีการติดตามการดำเนินการให้เป็นไปตามที่วางแผน ( $\bar{X} = 4.40$ ) บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.38$ ) บริษัทมีการวางแผนต้นทุนที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.30$ ) บริษัทที่มีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.25$ ) และบริษัทมีการวางแผนและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.20$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ (n = 344)

โลจิสติกส์ย้อนกลับ	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. บริษัทมีระบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ	117	194	18	15	0	4.20	0.727	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บริษัทมีการกำหนดขั้นตอนการย้อนกลับที่ชัดเจน	128	177	24	15	0	4.22	0.756	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ	99	202	43	0	0	4.16	0.622	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า	152	159	33	0	0	4.35	0.648	เห็นด้วยมากที่สุด
5. บริษัทมีการจัดการสินค้าที่ตีกลับอย่างเหมาะสม	112	179	48	5	0	4.16	0.707	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.22</b>	<b>0.692</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการจัดการโลจิสติกส์ ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) โดยมีค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความคิดเห็น คือ บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า ( $\bar{X} = 4.35$ ) บริษัทมีการกำหนดขั้นตอนการย้อนกลับที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.22$ ) บริษัทมีระบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ ( $\bar{X} = 4.20$ ) บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำและบริษัทมีการจัดการสินค้าที่ตีกลับอย่างเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.16$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของความสามารถในการแข่งขัน (n = 344)

ความสามารถในการแข่งขัน	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. บริษัทมีการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์	78	193	53	10	10	3.93	0.869	เห็นด้วยมาก
2. บริษัทมีการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดของเสียในกระบวนการผลิต	102	197	35	10	0	4.14	0.705	เห็นด้วยมากที่สุด
3. บริษัทมีการกำหนดนโยบายด้านคุณภาพที่ชัดเจน	122	197	25	0	0	4.28	0.591	เห็นด้วยมากที่สุด
4. บริษัทมีการวางแผนระบบประกันคุณภาพ	182	147	15	0	0	4.49	0.581	เห็นด้วยมากที่สุด
5. บริษัทมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	154	175	15	0	0	4.40	0.574	เห็นด้วยมากที่สุด
6. บริษัทมีการจัดการด้านระยะเวลาในการส่งมอบอย่างเหมาะสม	138	174	32	0	0	4.31	0.633	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>						<b>4.26</b>	<b>0.659</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน มีค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ ) โดยมีค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ถึง 5 โดยให้ระดับความสำคัญ คือ บริษัทมีการวางแผนระบบประกันคุณภาพ ( $\bar{X} = 4.49$ ) บริษัทมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 4.40$ ) บริษัทมีการจัดการด้านระยะเวลาในการส่งมอบอย่างเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.31$ ) บริษัทมีการกำหนดนโยบายด้านคุณภาพที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.28$ ) บริษัทมีการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดของเสียในกระบวนการผลิต ( $\bar{X} = 4.14$ ) และบริษัทมีการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ( $\bar{X} = 3.93$ ) ตามลำดับ

#### 4.3 การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity)

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวควรเป็นอิสระจากกันไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยการดูค่า Variance inflation factor (VIF) ตัวแปรพยากรณ์จะเกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ก็ต่อเมื่อค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 10 ขึ้นไป และค่า tolerance มีค่ามากกว่า 0.5 ถึง 1 แสดงว่าเกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ถ้าค่า tolerance มีค่าน้อยกว่า 0.5 ถึง 0 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ตัวแปรเป็นอิสระจากกัน

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity)

Model	Un standard	Standard	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
Constant	0.629		3.777	0.000*		
X <sub>1</sub>	0.195	0.199	3.714	0.000*	0.385	2.594
X <sub>2</sub>	-0.154	-0.177	-3.240	0.001*	0.372	2.685
X <sub>3</sub>	0.251	0.257	4.546	0.000*	0.347	2.878
X <sub>4</sub>	0.324	0.307	4.632	0.000*	0.252	3.970
X <sub>5</sub>	0.232	0.264	3.793	0.000*	0.229	4.371

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกด้าน มีค่า Variance inflation factor (VIF) น้อยกว่า 10 ทุกด้าน และมีค่า tolerance น้อยกว่า 0.5 ทุกด้าน จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาที่มีความสัมพันธ์กันเอง (multicollinearity) ตัวแปรเป็นอิสระจากกัน และพบว่า การจัดซื้อ (X<sub>1</sub>) การขนส่ง (X<sub>2</sub>) การบริหารคลังสินค้า (X<sub>3</sub>) การวางแผน (X<sub>4</sub>) และโลจิสติกส์ย้อนกลับ (X<sub>5</sub>) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับกับตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวดูทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ดังนี้

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษาโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ตัวแปร	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	Y
X <sub>1</sub>	1	0.688**	0.678**	0.642**	0.739**	0.644**
X <sub>2</sub>		1	0.682**	0.728**	0.725**	0.551**
X <sub>3</sub>			1	0.756**	0.747**	0.701**
X <sub>4</sub>				1	0.829**	0.720**
X <sub>5</sub>					1	0.730**
Y						1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 20 พบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษามีค่าอยู่ระหว่าง 0.551 – 0.829 โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ การวางแผน (X<sub>4</sub>) กับโลจิสติกส์ย้อนกลับ (X<sub>5</sub>) มีค่าความสัมพันธ์ 0.829 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และคู่ที่มีความสัมพันธ์น้อยสุดคือ การขนส่ง (X<sub>2</sub>) กับความสามารถในการแข่งขัน (Y) มีค่าความสัมพันธ์ 0.551 มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงพหุคูณ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามหนึ่งตัวกับตัวแปรอิสระอีกอย่างน้อยสองตัว โดยวิธีการนี้จะเป็นการคัดเลือกเฉพาะตัวแปรอิสระ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เท่านั้น ส่วนที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะถูกตัดออก ได้กำหนดตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดซื้อ ( $X_1$ )  
 การขนส่ง ( $X_2$ )  
 การบริหารคลังสินค้า ( $X_3$ )  
 การวางแผน ( $X_4$ )  
 โลจิสติกส์ย้อนกลับ ( $X_5$ )

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน (Y)

ตารางที่ 21 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	b	S.E.	Beta	t	Sig
X <sub>1</sub>	0.644	0.415	0.413	0.195	0.053	0.199	3.714	0.000*
X <sub>2</sub>	0.551	0.303	0.301	-0.154	0.048	-0.177	-3.240	0.001*
X <sub>3</sub>	0.701	0.492	0.490	0.251	0.055	0.257	4.546	0.000*
X <sub>4</sub>	0.720	0.758	0.517	0.324	0.070	0.307	4.632	0.000*
X <sub>5</sub>	0.730	0.533	0.531	0.232	0.061	0.264	3.793	0.000*
a = 0.629		R = 0.791		R <sup>2</sup> = 0.625		S.E. (Y) = 0.167		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย พบว่า  
 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การจัดซื้อไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบสมมติฐานการจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการโลจิสติกส์	t-test	Sig
- การจัดซื้อ (X <sub>1</sub> )	3.714	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า ในการทดสอบสมมติฐานการจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ค่าสถิติ t-test เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานจะเห็นว่ายอมรับ H1 ซึ่งหมายถึง การจัดซื้อส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การขนส่งไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

**ตารางที่ 23** ผลการทดสอบสมมติฐานการขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการโลจิสติกส์	t-test	Sig
- การขนส่ง (X <sub>2</sub> )	-3.240	0.001

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 พบว่า ในการทดสอบสมมติฐานการขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ค่าสถิติ t-test เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานจะเห็นว่ายอมรับ H1 ซึ่งหมายถึง การขนส่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การบริหารคลังสินค้าไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

**ตารางที่ 24** ผลการทดสอบสมมติฐานการบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการโลจิสติกส์	t-test	Sig
- การบริหารคลังสินค้า (X <sub>3</sub> )	4.546	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า ในการทดสอบสมมติฐานการบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ค่าสถิติ t-test เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานจะเห็นว่ายอมรับ H1 ซึ่งหมายถึง การบริหารคลังสินค้าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : การวางแผนไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : การวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

**ตารางที่ 25** ผลการทดสอบสมมติฐานการวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการโลจิสติกส์	t-test	Sig
- การวางแผน (X <sub>4</sub> )	4.632	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า ในการทดสอบสมมติฐานการวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ค่าสถิติ t-test เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานจะเห็นว่ายอมรับ H1 ซึ่งหมายถึง การวางแผนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H0 : โลจิสติกส์ย้อนกลับไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

H1 : โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

**ตารางที่ 26** ผลการทดสอบสมมติฐานโลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการโลจิสติกส์	t-test	Sig
- โลจิสติกส์ย้อนกลับ (X <sub>5</sub> )	3.793	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ในการทดสอบสมมติฐานโลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ค่าสถิติ t-test เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานจะเห็นว่ายอมรับ H1 ซึ่งหมายถึง โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อนำมาจัดเป็นรูปสมการจะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.629 + 0.195 X_1 + (-0.154) X_2 + 0.251 X_3 + 0.324 X_4 + 0.232 X_5$$

สามารถเขียนสมการถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$Z = 0.629 + 0.199 Z_1 + (-0.177) Z_2 + 0.257 Z_3 + 0.307 Z_4 + 0.264 Z_5$$

จากตารางที่ 21 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (ความสามารถในการแข่งขัน) สูงที่สุด คือ โลจิสติกส์ย้อนกลับ มีค่าความสัมพันธ์ 0.730 รองลงมา คือ การวางแผน มีค่าความสัมพันธ์ 0.720 การบริหารคลังสินค้า มีค่าความสัมพันธ์ 0.701 การจัดซื้อ มีค่าความสัมพันธ์ 0.644 และ การขนส่ง มีค่าความสัมพันธ์ 0.551 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จะเห็นว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.791 ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ด้าน มีค่าพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้ร้อยละ 62.5 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (S.E.) เท่ากับ 0.167

1. การจัดซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (b) = 0.195 อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนนของตัวแปรการจัดซื้อเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.195 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) = 0.199 กล่าวคือ เมื่อการจัดซื้อมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.199 หน่วย

2. การขนส่ง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (b) = -0.154 อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนนของตัวแปรการขนส่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง 0.154 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) = -0.177 กล่าวคือ เมื่อการขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง 0.177 หน่วย

3. การบริหารคลังสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (b) = 0.251 อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนนของตัวแปรการขนส่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.251 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) = 0.257 กล่าวคือ เมื่อการบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.257 หน่วย

4. การวางแผน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (b) = 0.324 อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนนของตัวแปรการขนส่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.324 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) = 0.307 กล่าวคือ เมื่อการวางแผนมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.307 หน่วย

5. โลจิสติกส์ย้อนกลับ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (b) = 0.232 อธิบายได้ว่า เมื่อคะแนนของตัวแปรการขนส่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.232 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่ และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) = 0.264 กล่าวคือ เมื่อโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.264 หน่วย



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เป็นการศึกษเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (F-test) การทดสอบค่าวิกฤต (t-test) การวิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) และการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 344 คน พบว่าค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ตารางที่ 27 สรุปผลงานวิจัย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน	ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
- การบริหารคลังสินค้า	4.30	เห็นด้วยมากที่สุด	1
- การวางแผน	4.30	เห็นด้วยมากที่สุด	1
- การจัดซื้อ	4.23	เห็นด้วยมากที่สุด	3
- โลจิสติกส์ย้อนกลับ	4.22	เห็นด้วยมากที่สุด	4
- การขนส่ง	4.21	เห็นด้วยมากที่สุด	5
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>	

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การจัดซื้อส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการจัดซื้อส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การขนส่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการขนส่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การบริหารคลังสินค้าส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการบริหารคลังสินค้าส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การวางแผนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการวางแผนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 โลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน เมื่อพิจารณาจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าโลจิสติกส์ย้อนกลับส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการจัดซื้อ มีระดับความสำคัญเห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริษา อาตมประสังสา (2559) ศึกษาพบว่า การจัดซื้อที่เหมาะสมสามารถลดต้นทุนและลดความสูญเสียที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง มีระดับความสำคัญ เห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พีรฉัตร คุณาทรัพย์ (2558) ศึกษาพบว่า การพัฒนาระบบขนส่งแบบมิลครันสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการบริหารคลังสินค้า มีระดับความสำคัญ เห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญดา ใจใหม่คร้าม (2559) ศึกษาพบว่า การจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการวางแผน มีระดับความสำคัญ เห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ สิริคุตจตุพร (2552) ศึกษาพบว่า การวางแผนที่มีประสิทธิภาพสามารถลดระยะเวลาการทำงานในแต่ละกระบวนการได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีระดับความสำคัญ เห็นด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐนนท นิยมญาติ (2556) ศึกษาพบว่า การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เมื่อทราบถึงปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ในด้านต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ก็จะทราบถึงแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้ โดยข้อเสนอแนะทั่วไปมีดังนี้

1. งานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กร ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งนอกเหนือจากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

2. ในด้านการนำปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีการศึกษา สามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาขององค์กร ภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต่อไป

3. องค์กรสามารถนำผลการศึกษาด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ นำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ เนื่องจากปัจจุบันโลจิสติกส์ย้อนกลับมีความสำคัญในภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

#### **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรศึกษาข้อกำหนดด้านระบบการจัดการคุณภาพ (QMS : Quality Management System) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ หรือ IATF 16949 : 2016

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอื่น ๆ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เช่น การบริการลูกค้า (Customer Service) การกระจายสินค้า (Distribution Management) การจัดการต้นทุน (Cost Management) เป็นต้น

### บรรณานุกรม

- กฤษฎ์ ฉันทจิรพร. (2550) การจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานและการบริหารสินค้าคงคลัง [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.engineeringtoday.net/magazine/articledetail.asp?arid=1384&pid=135> (15 มิถุนายน 2560)
- กานต์พิชชา สุวรรณ. (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการระบบโลจิสติกส์ในภาวะเศรษฐกิจฝืนผวนของผู้บริหารในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม) กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2553) โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชนกลยุทธ์สำหรับลดต้นทุนและเพิ่มกำไร. กรุงเทพมหานคร.
- ทิพย์สุดา ท้าววงศ์. (2550) การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย : กรณีศึกษาของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาขาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์) ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนรัตน์ คุรุวรรณเจริญ. (2555) การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. (สาขาการจัดการเทคโนโลยี) กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ธัญาดา ใจใหม่คราม. (2558) การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษาค้างสินค้า 2 ราษฎร์บูรณะกรุงเทพมหานคร องค์การคลังสินค้า. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธีรยุส วัฒนาศุภโชค. (2548) การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. (2550) ต้นทุนในการตอบสนองลูกค้าต่อกิจกรรมโลจิสติกส์กรณีศึกษารูธุรกิจการรับจัดการขนส่งสินค้า. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เพชรพร เศรษฐยานนท์. (2554) การจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ยุท กัยวรรณ. (2543) การสร้างเครื่องมือวิจัย. กรุงเทพมหานคร. : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ : 311
- รวมพล จันทศาสตร์ และ อัสริยาภรณ์ สง่าอารีย์กุล. (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์ของไทย กรณีศึกษา ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ที่จดทะเบียนกับสมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- รุธิร์ พนมยงค์. (2547) **การจัดการโลจิสติกส์ในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เวลาดี  
 ในนามบริษัทแปลนสारा จำกัด. : 15
- วัชรโรจน์ งามแสงเนตร์. (2555) **การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการระบบโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมยานยนต์จากมุมมองของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการขนส่ง**. วิทยานิพนธ์  
 วศ.ม. (สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม) กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
 ธัญบุรี.
- วาสนา จรุงศรีโชติกำจร. (2550) **ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ที่มีต่อความ  
 ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์  
 บธ.ม. มหาสารคราม : มหาวิทยาลัยมหาสารคราม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559) **SME ไทยก้าวทันกระแสยานยนต์ยุค 4.0 แล้วหรือยัง**. กรุงเทพมหานคร  
 สภาอุตสาหกรรม. (2560) **สถานะอุตสาหกรรมยานยนต์รายปีประจำปี พ.ศ.2560**.  
 กรุงเทพมหานคร : สถาบันยานยนต์
- สรียา ชัยรัตนานนท์. (2551) **การศึกษาเชิงเปรียบเทียบศักยภาพทางเศรษฐกิจและการค้าของ  
 ประเทศไทยและเวียดนาม**. กรุงเทพมหานคร : อุตสาหกรรมยานยนต์.
- สุวัจน์ ต่านสมบูรณ์ และ แวมยุรา คำสุข. (2555) **แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อ  
 ความได้เปรียบในการแข่งขันของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย**.  
 กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544) **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. : 11
- อรุณ บริรักษ์. (2545) **Logistics Case Study In Thailand**. : หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- Porter, Michael E. (1980) **Competitive Strategy : Techniques for Analyzing  
 Industries and Competitors**. New York : The Free Press.
- Suwaj Dansomboon. (2016) **Cross Cultural Logistics and Supply Chain  
 Management towards Organizational Effectiveness within The ASEAN/Thai  
 Automotive Industries : A Sem Analysis**. Thailand. King Mongkut's Institute  
 of Technology Ladkrabang.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย



เรียนผู้เกี่ยวข้อง

เอกสารรับรอง

(Certificate of Exemption)

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ 6 กรกฎาคม 2561

ชื่อเรื่อง การจัดการโตจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย/หัวหน้าโครงการ นายนพพล เกษมธรรนันท์  
คณะวิชา/หลักสูตร หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ขอรับรองว่า งานวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดยสอดคล้องกับ  
ประกาศเอลซิงกิ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ลงนาม

(รองศาสตราจารย์ ดร.จริยาวัตร คมพัยค์ม)  
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย  
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่รับรอง

วันที่ 6 กรกฎาคม 2561

เลขที่รับรอง

อ.687/2561

วันที่ให้การรับรอง: 6 กรกฎาคม 2561

วันหมดอายุใบรับรอง: 5 กรกฎาคม 2563



ภาคผนวก ข  
หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย



ตั้งอยู่ที่เลขที่ 1522

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ

โทร. 1522,1514

ที่ มอก.0103/ว.560

วันที่ 4 กรกฎาคม 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุติระ ระบุบ

ด้วย นายอรวพล เกษมฮารนนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูล เพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย" เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IM8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

OR

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)

รองคณบดี ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



เปิดรับตั้งแต่ปี 1917

## มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ โทร. 1522,1514  
 ที่ มฉก.0103/ว.560 วันที่ 4 กรกฎาคม 2561  
 เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย  
 เขียน อาจารย์ ดร.พิชญ์ วรรณกุล

ด้วย นายวพล เกษมธวานันท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย" เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IV8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)  
 รองคณบดี ปฏิบัติการแทน  
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



เว็บไซต์เพื่อจับใจสิ่งคน

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

MACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA UNIVERSITY

18/18 Debarata Road, Bldg. 18 C Bangka-Tua0 Bangkok District, Samutprakarn 10560, THAILAND

Tel. 0-2324-4300 โทรสาร 0-2324-4251 Fax. 06621 312-4300-73 Fax. 06621 312-4297

<http://www.hcu.ac.th>

มคอ.คก.016

ที่ มคอ.0103/ว.560

9 กรกฎาคม 2561

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ เตียงชวีช

กรรมการผู้จัดการ LM INTERNATIONAL ENGINEERING

ด้วย นายนพพล เกษมชารนนท์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูล เพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทย" เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IM8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการขอข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นายนพพล เกษมชารนนท์ ที่หมายเลขโทรศัพท์ 096-9864576

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ขอดนิล)

รองคณบดี ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ภาคผนวก ค  
หนังสือขออนุญาตแจกแบบสอบถาม



มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
HUACHIEW CHALABPRAGIET UNIVERSITY  
18/18 ถนนพหลโยธิน ซ.18 (หัวเฉียว) แขวงหัวเฉียว เขตปทุมธานี 12142  
18/18 Debsiraya Road, Km. 18 (Changsi-Fraai) Bangkuek District, Samutprakan 12142, THAILAND  
Tel. 0-2112-4100 โทรสาร 0-2112-4217 Tel. (662) 312-4300-73 Fax. (662) 312-4217  
http://www.hcu.ac.th

มฉก.กค.0138

ที่ มฉก.0103/ว.560

4 กรกฎาคม 2561

เรื่อง ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัย  
เรียน ผู้จัดการสถานประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ด้วย นายนพพล เกษมธรรณินท์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ยู่ระหว่างการศึกษาวิจัยเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์ มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการวิจัยดังกล่าว โดยมี อาจารย์ ดร.แววมยุรา คำสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอข้อมูล "การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย" และขออนุญาตให้ นายนพพล เกษมธรรณินท์ เข้าแจกแบบสอบถาม เพื่อใช้ประกอบการวิทยานิพนธ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการขอข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นายนพพล เกษมธรรณินท์ ที่หมายเลขโทรศัพท์ 096-9864576

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)

รองคณบดี ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

## ภาคผนวก ง

## แบบสอบถาม

เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

## คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ของนักศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับไปเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

2. เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

3. นิยามศัพท์

**การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management)** หมายถึง กระบวนการในการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งมีกิจกรรมที่ศึกษา 5 ด้าน อันได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ

**การจัดซื้อ (Procurement)** หมายถึง กระบวนการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานยนต์ ตามความต้องการของหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กรและทำหน้าที่จัดการด้านการไหลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้ขายวัตถุดิบชิ้นส่วนยานยนต์

**การขนส่ง (Transportation)** หมายถึง กระบวนการในการเคลื่อนย้ายสินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) เกี่ยวกับชิ้นส่วนยานยนต์จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนด้านการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และเพื่อลดระยะเวลาในการส่งมอบ เป็นต้น

**การบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management)** หมายถึง กระบวนการในการรับการจัดเก็บ และการจัดจ่าย ชิ้นส่วนยานยนต์ โดยกิจกรรมต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้า

**การวางแผน (Plan)** หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงาน กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้มีการวางแผนไว้

**โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)** หมายถึง กระบวนการจัดการสินค้าย้อนกลับจากลูกค้ามายังผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ อันเนื่องมาจาก สินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน สินค้าเสียหาย ชำรุด เป็นต้น

**ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)** หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 30 ปี ( ) 30 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี ( ) สูงกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา  
( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก ( ) อื่น ๆ \_\_\_\_\_
4. ตำแหน่งงาน  
( ) ผู้ช่วยผู้จัดการ ( ) ผู้จัดการ ( ) ผู้อำนวยการ ( ) อื่น ๆ \_\_\_\_\_
5. แผนก/ฝ่าย  
( ) แผนกโลจิสติกส์ ( ) แผนกคลังสินค้า ( ) แผนกจัดซื้อ ( ) แผนกวางแผน  
( ) แผนกประกันคุณภาพ ( ) แผนกผลิต ( ) อื่น ๆ \_\_\_\_\_
6. อายุงาน \_\_\_\_\_ ปี

**คำชี้แจง** ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>การจัดซื้อ</b>					
1. บริษัทมีการวางแผนคำสั่งซื้อที่เหมาะสม					
2. บริษัทติดตามการรับคำสั่งซื้อและการส่งมอบที่ชัดเจนจากผู้ขาย (Supplier)					
3. บริษัทมีการประเมินภาพรวมการส่งมอบ การกำหนดเวลาที่ชัดเจน					
4. บริษัทมีการสั่งซื้อตามจุดคุ้มทุน (EOQ)					
5. การกำหนดมาตรฐานการจัดซื้อวัตถุดิบทำให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ					
<b>การขนส่ง</b>					
1. บริษัทมีความรวดเร็วในการขนส่ง					
2. การขนส่งต้องมีความต่อเนื่อง					
3. บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว					
4. บริษัทมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าด้านการขนส่ง					
5. บริษัทมีการลดต้นทุนด้านการขนส่ง					

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>การบริหารคลังสินค้า</b>					
1. บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม					
2. บริษัทกำหนดปริมาณสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม					
3. บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและวัสดุก่อนการรับเข้าคลังสินค้า					
4. บริษัทมีพื้นที่การจัดเก็บที่เพียงพอ					
5. คลังสินค้าควรมีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน					
<b>การวางแผน</b>					
1. บริษัทมีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม					
2. บริษัทมีการวางแผนต้นทุนที่ชัดเจน					
3. บริษัทควรมีการติดตามการดำเนินการให้เป็นไปตามที่วางแผน					
4. บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน					
5. บริษัทมีการวางแผนและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า					



ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
โลจิสติกส์ย้อนกลับ					
1. บริษัทมีระบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ					
2. บริษัทมีการกำหนดขั้นตอนการย้อนกลับที่ชัดเจน					
3. บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ต้องแม่นยำ					
4. บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า					
5. บริษัทมีการจัดการสินค้าที่ตีกลับอย่างเหมาะสม					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
1. บริษัทมีการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์					
2. บริษัทมีการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดของเสียในกระบวนการผลิต					
3. บริษัทมีการกำหนดนโยบายด้านคุณภาพที่ชัดเจน					
4. บริษัทมีการวางแผนระบบประกันคุณภาพ					
5. บริษัทมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ					
6. บริษัทมีการจัดการด้านระยะเวลาในการส่งมอบอย่างเหมาะสม					

ภาคผนวก จ  
ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ของนักศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับไปเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

2. เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

3. นิยามศัพท์

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการในการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งมีกิจกรรมที่ศึกษา 5 ด้าน อันได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การบริหารคลังสินค้า การวางแผน และโลจิสติกส์ย้อนกลับ

การจัดซื้อ (Procurement) หมายถึง กระบวนการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานยนต์ ตามความต้องการของหน่วยงานต่างๆ ขององค์กรและทำหน้าที่จัดการด้านการไหลของข้อมูลระหว่างองค์กรและผู้ขายวัตถุดิบชิ้นส่วนยานยนต์

การขนส่ง (Transportation) หมายถึง กระบวนการในการเคลื่อนย้ายสินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) เกี่ยวกับชิ้นส่วนยานยนต์จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดต้นทุนด้านการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และเพื่อลดระยะเวลาในการส่งมอบ เป็นต้น

การบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management) หมายถึง กระบวนการในการรับ การจัดเก็บ และการจัดจ่าย ชิ้นส่วนยานยนต์ โดยกิจกรรมต่างๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้า

การวางแผน (Plan) หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงาน กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้มีการวางแผนไว้

โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) หมายถึง กระบวนการจัดการสินค้าย้อนกลับจากลูกค้ามายังผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อันเนื่องมาจาก สินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน, สินค้าเสียหาย ชำรุด เป็นต้น

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ ( ) ชาย (  ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 30 ปี (  ) 30 - 40 ปี ( ) 41 - 50 ปี ( ) สูงกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา  
( ) ปริญญาตรี (  ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_
4. ตำแหน่งงาน  
( ) ผู้ช่วยผู้จัดการ (  ) ผู้จัดการ ( ) ผู้อำนวยการ ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_
5. แผนก/ฝ่าย  
(  ) แผนกโลจิสติกส์ ( ) แผนกคลังสินค้า ( ) แผนกจัดซื้อ ( ) แผนกวางแผน  
( ) แผนกประกันคุณภาพ ( ) แผนกผลิต ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_
6. อายุงาน  6  ปี

คำชี้แจง ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

- |                            |                  |
|----------------------------|------------------|
| ระดับความคิดเห็นมากที่สุด  | กำหนดให้ 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นมาก        | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นปานกลาง    | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อย       | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด | กำหนดให้ 1 คะแนน |

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
การจัดซื้อ					
1 บริษัทมีการวางแผนคำสั่งซื้อที่เหมาะสม		✓			
2 บริษัทติดตามการรับคำสั่งซื้อและการส่งมอบที่ชัดเจนจากผู้ขาย (Supplier)		✓			
3 บริษัทมีการประเมินภาพรวมการส่งมอบ การกำหนดเวลาที่ชัดเจน		✓			
4 บริษัทมีการสั่งซื้อตามจุดคุ้มทุน (EOQ)		✓			
5 การกำหนดมาตรฐานการจัดซื้อ วัตถุประสงค์ทำให้การจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ		✓			
การขนส่ง					
1 บริษัทมีความรวดเร็วในการขนส่ง	✓				
2 การขนส่งต้องมีความต่อเนื่อง		✓			
3 บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	✓				
4 บริษัทมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าด้านการขนส่ง	✓				
5 บริษัทมีการลดต้นทุนด้านการขนส่ง		✓			

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
การบริหารคลังสินค้า					
1 บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม		✓			
2 บริษัทกำหนดปริมาณสินค้าและวัสดุที่ที่เหมาะสม		✓			
3 บริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและวัสดุก่อนการรับเข้าคลังสินค้า		✓			
4 บริษัทมีพื้นที่การจัดเก็บที่เพียงพอ		✓			
5 คลังสินค้าควรมีเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน		✓			
การวางแผน					
1 บริษัทมีการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม		✓			
2 บริษัทมีการวางแผนต้นทุนที่ชัดเจน		✓			
3 บริษัทควรมีการติดตามการดำเนินการให้เป็นไปตามที่วางแผน		✓			
4 บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน		✓			
5 บริษัทมีการวางแผนและคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า		✓			

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

การจัดการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
โลจิสติกส์ย้อนกลับ					
1 บริษัทมีระบบการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ	✓				
2 บริษัทมีการกำหนดขั้นตอนการย้อนกลับที่ชัดเจน		✓			
3 บริษัทมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ		✓			
4 บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า		✓			
5 บริษัทมีการจัดการสินค้าที่ตีกลับอย่างเหมาะสม		✓			

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) ที่ตรงกับสถานประกอบการของท่านมากที่สุด

ความสามารถในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
1 บริษัทมีการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์		✓			
2 บริษัทมีการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดของเสียในกระบวนการผลิต		✓			
3 บริษัทมีการกำหนดนโยบายด้านคุณภาพที่ชัดเจน		✓			
4 บริษัทมีการวางแผนระบบประกันคุณภาพ		✓			
5 บริษัทมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ		✓			
6 บริษัทมีการจัดการด้านระยะเวลาในการส่งมอบอย่างเหมาะสม		✓			



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นายนवल เกษมธารนนท์

วัน เดือน ปีเกิด 10 มิถุนายน 2534

ที่อยู่ปัจจุบัน 591/1ป ซอยอุทยาน ตำบลบ้านไชด์ อำเภอเมืองชลบุรี  
จังหวัดชลบุรี 20000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2557 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
บริหารธุรกิจบัณฑิต

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2557 - 2558 ตำแหน่ง Import - Export Document บริษัท อาร์ดีซี จำกัด

พ.ศ. 2558 - 2559 ตำแหน่ง Stock Count Control บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด

พ.ศ. 2559 – ปัจจุบัน ตำแหน่ง Leader บริษัท แวนต้าแพค จำกัด