

การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์
เพื่อการทดแทน
ในภาคการค้าส่งที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

THE INVENTORY MANAGEMENT FOR MOTOR VEHICLES
REPLACEMENT EQUIPMENT IN WHOLESALE TRADE SECTOR
INFLUENCING IN RESPONSE TO CUSTOMERS' REQUESTS

นภาพรณ์ อุ่นปรีชาวนิชย์
พัชรา วงศ์แสงเทียน**

วันรับ 3 / ตุลาคม / 2562
ตรวจสอบ 4-10 / ตุลาคม / 2562
ตอบรับ 12 / ตุลาคม / 2562

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยอาศัยแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนจำนวน 350 ราย โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Stepwise เพื่อศึกษาถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ พบว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รับอิทธิพลทางบวกจากการจัดการสินค้า

คงคลัง 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม 2) ความผันผวนของราคาสินค้าชิ้นส่วนฯ และ 3) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งได้รับอิทธิพลทางลบจาก 3 ปัจจัยเช่นกัน คือ 1) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ 2) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล และ 3) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรงระหว่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.515 และ Durbin-Watson เท่ากับ 1.892 คำสำคัญ: การจัดการสินค้าคงคลัง ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

* สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
E-mail: woman_is_lovely@hotmail.com โทร. 061-549-7876

** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Abstract

The purpose of this study was to analyze the Inventory management influencing in response to customers' requests for motor vehicles replacement equipment in wholesale trade sector. The data, which were collected by questionnaires, were drawn from 350 respondents. In this study, exploratory factor analysis technique with multiple regression method was used as a tool to analyze the influence factors in response to customers' requests. According to the analysis, there were 3 factors positively influencing on customers' requests: 1) local optimization without global vision 2) price fluctuation and 3) ordering policy and batching. The negative factors in respond to customers' requests were influenced by 3 factors: 1) limited production capacity 2) government intervention and 3) inaccurate information sharing. A coefficient of determination of $R^2 = 0.515$ and Durbin-Watson = 1.892 were obtained.

Keyword: Inventory management, motor vehicles replacement equipment, customers' requests

คำนำ

อุตสาหกรรมประเภทรถขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของไทยมีพัฒนาการที่เคียงคู่กับอุตสาหกรรมยานยนต์มาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี และมีแนวโน้มการเติบโตที่มากกว่าอุตสาหกรรมยานยนต์อีกด้วย ทั้งนี้เพราะ 1) อุตสาหกรรมขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เป็นหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง และ 2) รัฐบาลได้มีการกำหนดมาตรการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ทั้งระบบ ส่งผลให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องยนต์และชิ้นส่วนอื่นๆ ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมการผลิตขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จึงสามารถตอบสนองความต้องการขึ้นส่วนฯ ภายในประเทศได้อย่างสมบูรณ์ทั้งในตลาดเพื่อการประกอบยานยนต์ (OEM) และตลาดขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน (REM) (สุภารัตน์ พงษ์พิทักษ์, 2559)

ตลาดขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) เป็นตลาดขนาดใหญ่และมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการเพิ่มขึ้นของปริมาณยานยนต์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากข้อมูลจากกลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก แสดงถึงปริมาณจำนวนรถจดทะเบียน (สะสม) ทั่วประเทศ ณ ปี 2560 ตามตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนรถจดทะเบียน (สะสม) ทั่วประเทศ

รถจดทะเบียนสะสม	จำนวน(ล้านคัน)
พ.ศ. 2556	14.15
พ.ศ. 2557	14.97
พ.ศ. 2558	15.63
พ.ศ. 2559	16.24

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (2560)

ประเทศไทยมีจำนวนยานยนต์สะสมมากกว่า 16 ล้านคัน และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของปริมาณยานยนต์เฉลี่ยประมาณ 5 แสนคันต่อปี (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) รวมถึงการเกิดอุบัติเหตุของยานยนต์ที่มีอยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการบำรุงรักษาตามอายุการใช้งาน ตลอดจนการซ่อมแซมให้กลับสู่สภาพปกติ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ตลาดความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน (REM) มีมูลค่าทางการตลาดโดยรวมสูง และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) เป็นตลาดขนาดใหญ่มีมูลค่าตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60-70 ของมูลค่าตลาดรวมในประเทศ โดยการเติบโตของตลาดเป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนยานยนต์จดทะเบียนสะสมในประเทศ ที่มีความต้องการเปลี่ยนอะไหล่ยานยนต์ตามระยะเวลาและระยะทางการใช้งาน ทั้งนี้ช่องทางการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนนั้น จะผ่านศูนย์บริการซ่อมบำรุงของตัวแทนจำหน่าย/ดีลเลอร์ยานยนต์ ร้านค้าส่งและค้าปลีกอะไหล่ยานยนต์ อู่ซ่อมยานยนต์ ขณะที่การนำเข้าชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าชิ้นส่วนฯ จากประเทศญี่ปุ่น และชิ้นส่วนฯ ราคาถูกจากประเทศจีน (วรรณ ยงพิศาลภพ, 2560)

จากสถานการณ์ดังกล่าวย่อมทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน ย่อมต้องประสบกับปัญหาจาก (1) แนวโน้มความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนเพิ่มสูงขึ้นตามช่วงเวลา (2) ความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนไม่สามารถคาดการณ์ได้ (3) ความสัมพันธ์ของการดำเนินธุรกิจระหว่างภาคการผลิต ภาคการค้าส่งและภาคการค้าปลีกเกิดขึ้นภายใต้ความเป็นพลวัต (4) การมีข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ และ (5) การดำเนินนโยบายของรัฐบาลทั้งทางตรงและทาง

อ้อมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของตลาดชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อการตอบสนองความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่เกิดขึ้น (Braithwaite and Wilding, 2005) โดยเฉพาะกับธุรกิจภาคการค้าส่ง ทั้งนี้จากงานวิจัยของ Baganha และ Cohen (1998); Cachon, Randall และ Schmidt (2007); Rong, Shen และ Snyder (2009) พบว่า การตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการผลิต และความต้องการที่ไม่แน่นอนของลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้น จะเป็นสาเหตุของการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจภาคการค้าส่งที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้น

ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ในภาคการค้าส่งที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน ได้มีการจัดการสินค้าคงคลังที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นของลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการสินค้า

คงคลังของธุรกิจขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

การจัดการสินค้าคงคลังที่ทำให้มีปริมาณสินค้าคงคลังที่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ (1) การพยากรณ์ความต้องการ จากงานวิจัยของ Lee, Padmanabhan และ Whang (1997); Bayraktar, et al., (2008) พบว่าการพยากรณ์ปริมาณความต้องการสินค้าเกิดจากประสบการณ์หรือ การประมาณความต้องการที่เกิดขึ้นในอดีต (ปริมาณความต้องการจริงรวมกับปริมาณสินค้าคงคลังสำรอง) จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการมีปริมาณสินค้าคงคลังสำรองเพิ่มขึ้น (2) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ จากงานวิจัยของ Yan, Robb และ Silver (2009); Hussain และ Drake (2011) พบว่า ปริมาณสินค้าต่อหีบห่อบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการกำหนดปริมาณขั้นต่ำสำหรับการสั่งซื้อในปริมาณที่สูงนั้น ทำให้ขนาดชุดการผลิตมีปริมาณที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ทำให้สินค้าที่ผลิตนั้นมีปริมาณมากเกินไปกว่าความต้องการที่เกิดขึ้นจริง (3) ความผันผวนของสินค้า จากงานวิจัยของ Zhang และ Burke (2011); Spais (2012) พบว่า ความผันผวนของราคาสินค้าจะเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นหรือเกิดการซื้อล่วงหน้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีสินค้าคงคลังมากขึ้น และ (4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม จากงานวิจัยของ Hwang และ Xie (2008); Singh (2013) พบว่าผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจตนเองจากความเสี่ยงหรือลดความเสียหายจากการเกิดสินค้าขาดมือ โดยจะสำรองสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

การจัดการสินค้าคงคลังที่เป็นสาเหตุให้

ปริมาณสินค้ามีไม่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คือ (1) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรม จากงานวิจัยของ Rong, Shen และ Snyder (2008) พบว่า ผู้ผลิตหรืออุตสาหกรรมย่อมให้ความสำคัญต่อการจัดการสภาพคล่องของธุรกิจเป็นอย่างมาก จึงเป็นสาเหตุในการพิจารณาปรับลดปริมาณสินค้าคงคลังลง ทำให้สินค้ามีไม่เพียงพอต่อการตอบสนองคำสั่งซื้อของผู้ประกอบธุรกิจคำสั่ง (2) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล จากงานวิจัยของ Otieno, Ondiek และ Odera (2012) พบว่า นโยบายของรัฐบาลที่กระตุ้นความต้องการผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ผลิตหรืออุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตที่จำกัด จึงไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ทำให้ความต้องการสินค้าของลูกค้าหรือผู้บริโภคไม่ได้รับการตอบสนอง (3) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรงระหว่างกัน จากงานวิจัยของ Lau, Xie และ Zhao (2008) พบว่าธุรกิจจำเป็นต้องมีการแบ่งปันข้อมูลความต้องการและการสั่งซื้อที่เที่ยงตรง เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้น และ (4) ธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน จากงานวิจัยของ Collin, Eloranta และ Holmström (2009); Prajogo และ Olhager (2012) พบว่า หากผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่ความสอดคล้องกันและขาดความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างดีแล้ว จะทำให้ธุรกิจไม่สามารถตอบสนองความต้องการสินค้าของลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ

การตอบสนองความต้องการสินค้าของลูกค้าคือ การมีปริมาณสินค้าคงคลังที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าจากงานวิจัยของ Geary, Disney และ Towill (2006); และ Kristianto, Helo, Jiao และ Sandhu (2012) ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน (REM) ในภาคการค้าส่งชิ้นส่วนที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ประชากรของการวิจัยคือ ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน (REM) จำนวนทั้งสิ้น 2,757 ราย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การเก็บข้อมูลเกิดขึ้นในระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561

การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย (1) การพยากรณ์ความต้องการ (2) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (3) ความผันผวนของราคาชิ้นส่วนฯ (4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (5) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วน (6) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (7) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรง และ (8) ธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน มีผลต่อการตอบสนองต่อความต้องการ

ชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนของลูกค้าที่เกิดขึ้นประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

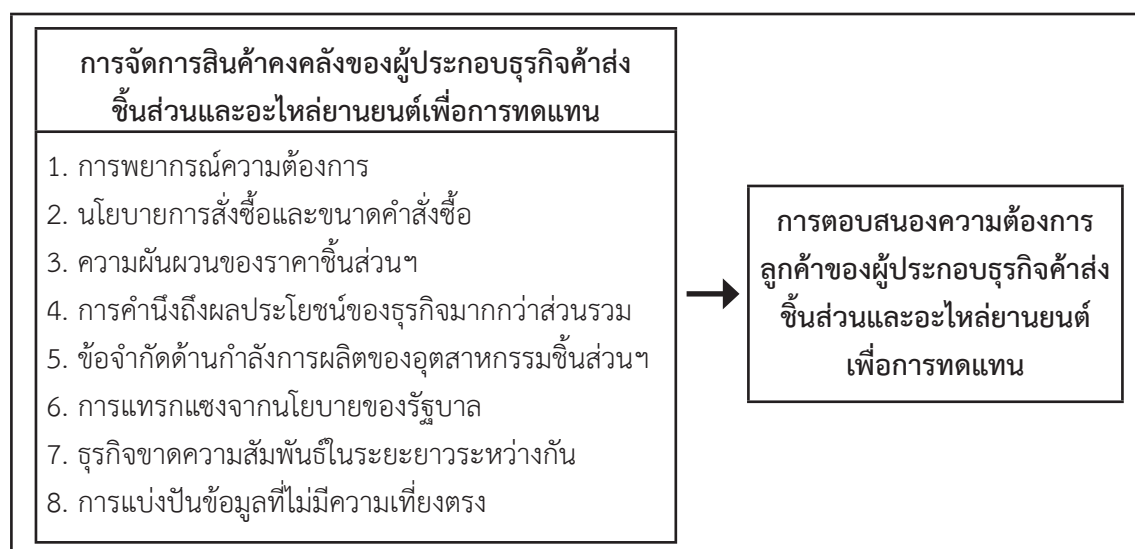
2. การศึกษานี้ทำให้ทราบถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ดังภาพ 1

สมมติฐานในการวิจัย

การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งซึ่งได้แก่ (1) การพยากรณ์ความต้องการ (2) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (3) ความผันผวนของราคาชิ้นส่วนฯ (4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (5) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ (6) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (7) ธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน และ (8) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรง มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสารทางวิชาการและกึ่งวิชาการ บทความวารสาร รวมถึงรายงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจภาคการค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน (REM) ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากนั้นนำไปทำการออกแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบ (Try out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 ราย โดยสามารถวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามมีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.895

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณโดยประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนโดยใช้เกณฑ์โครงสร้างการจัดประเภทอุตสาหกรรมตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หมวด G การขายส่งและการขายปลีกการซ่อมยานยนต์ หมวดย่อย 45301 การขายส่งชิ้นส่วนและอุปกรณ์เสริมใหม่ของยานยนต์จำนวนทั้งสิ้น 2,757 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 รายตามต้องการ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยรวมหลายตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน ด้วยการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax ซึ่งสามารถวัดค่าความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่าง (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) มีค่าเท่ากับ 0.847 และค่าความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนรวมทั้งหมด (Total variance explained) อยู่ที่ร้อยละ 73.461

4. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธี Stepwise เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผลการทดลองและวิจารณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปประเด็นเนื้อหาที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ทราบถึงการจัดการสินค้าคงคลังของภาคการค้าส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งสิ้น 8 ปัจจัย คือ (1) การพยากรณ์ความต้องการ (2) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (3) ความผันผวนของราคาชิ้นส่วนฯ (4) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (5) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ (6) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (7) ธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน และ (8) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรงระหว่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำประเด็นดังกล่าวไปทำการออกแบบสอบถาม เพื่อการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

จากการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถสกัดได้ปัจจัยการจัดการสินค้าคงคลัง

ของธุรกิจส่งชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ในภาคการค้าส่งที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.901 ซึ่งการจัดการสินค้าคงคลังดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ดังนี้ คือ (1) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (LOV) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 27.212 (2) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนฯ (LPC) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 22.783 (3) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (GIV) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 5.314 (4) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรง (IAS) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 4.394 ปัจจัย (5) ความผันผวนของราคาชิ้น

ส่วนฯ (PFN) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 4.062 (6) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (OPB) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 3.482 (7) ธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน (LLR) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 3.220 และ (8) การพยากรณ์ความต้องการ (DFT) มีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนที่ร้อยละ 2.994 ทั้งนี้ การจัดการสินค้าคงคลังของผู้ประกอบธุรกิจค้าชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่สภักดีสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่อยู่ร้อยละ 73.461 ตามตาราง 2

ตาราง 2 ค่าองค์ประกอบ ค่าไอเก้น ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมของการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

องค์ประกอบ	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
LOV	9.524	27.212	27.212	9.524	27.212	27.212
LPC	7.974	22.783	49.995	7.974	22.783	49.995
GIV	1.860	5.314	55.309	1.860	5.314	55.309
IAS	1.538	4.394	59.703	1.538	4.394	59.703
PFN	1.422	4.062	63.765	1.422	4.062	63.765
OPB	1.219	3.482	67.247	1.219	3.482	67.247
LLR	1.127	3.220	70.467	1.127	3.220	70.467
DFT	1.048	2.994	73.461	1.048	2.994	73.461

จากนั้นผู้วิจัยได้นำปัจจัยการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งข้างต้น มาอธิบายถึงอิทธิพลที่มีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Stepwise ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ได้เท่ากับ 0.515 ค่าสัมประสิทธิ์

การตัดสินใจปรับแก้ (Adjust R^2) เท่ากับ 0.512 และ Durbin-Watson เท่ากับ 1.892 ตามตาราง 2

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ และค่า Durbin-Watson ของการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่ส่งผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Model	Unstand-ardized Coeffi-cients	Stand-ardized Coeffi-cients	t	Sig.	R2	Adjust R2	Durbin Watson
	B	Beta					
(Con-stant)	.814		6.980	.000	0.515	0.512	1.892
LOV	.167	.252	5.038	.000			
PFN	.154	.236	5.903	.000			
OPB	.162	.226	5.111	.000			
LPC	-.142	-.213	-4.921	.000			
GIV	-.120	-.186	-4.240	.000			
IAS	-.064	-.110	-2.704	.000			

โดยสามารถอธิบายการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในรูปแบบสมการความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

$$CMR = 0.252LOV + 0.236PFN + 0.226OPB - 0.213LPC - 0.186GIV - 0.110IAS$$

จากสมการแสดงให้เห็นว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (CMR) อธิบายได้จากการ

จัดการสินค้าคงคลังของผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนใน 6 ปัจจัย คือ

- 1) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (LOV)
- 2) ความผันผวนของราคาชิ้นส่วนฯ (PFN)
- 3) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (OPB)
- 4) ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตของอุตสาหกรรม

หกรรมขึ้นส่วนฯ (LPC)

5) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (GIV)

6) การแบ่งปันข้อมูลที่ไม่มีความเที่ยงตรง (IAS)

สำหรับการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน ซึ่งได้แก่ การพยากรณ์ความต้องการ (DFT) และธุรกิจขาดความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน (LLR) ไม่มีนัยสำคัญต่ออิทธิพลในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

อภิปรายผลการศึกษา

เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้นำข้อมูลเชิงประจักษ์และข้อมูลเชิงสำรวจมาทำการวิเคราะห์การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในภาคการค้าส่งที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากนั้นทำการวิเคราะห์เส้นทางเพื่อศึกษาถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจภาคการค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนต้องให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงคลังในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1. การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจภาคการค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นคือ (1) การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (LOV) (2) ความผันผวนของราคาขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ (PFN) และ (3) นโยบายคำสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (OPB)

การคำนึงถึงผลประโยชน์ของธุรกิจมากกว่าส่วนรวม (LOV) คือ การกำหนดเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน

เพื่อการทำกำไรที่สูงสุด โดยมีความพยายามจัดให้มีขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในปริมาณที่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความสำคัญกับการสำรองขึ้นส่วนและอะไหล่เพื่อการทดแทนให้เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะรายการของขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่มีความเป็นมาตรฐาน มีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่อง หรือเป็นขึ้นส่วนและอะไหล่สำหรับยานยนต์รุ่นที่เป็นที่นิยม รวมถึงขึ้นส่วนและอะไหล่ของเครื่องยนต์ หรือของระบบเกียร์ เป็นต้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือลดความเสียหายจากการเกิดสินค้าขาดมือ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ซึ่งการจัดการสินค้าคงคลังในลักษณะนี้ ย่อมทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีความสามารถในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Katunzi (2011) ที่พบว่าหากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจอื่นภายในโซ่อุปทาน ขาดความรู้ ขาดความไว้วางใจ และขาดวิสัยทัศน์ จะสำรองสินค้าคงคลังในปริมาณที่เพิ่มขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงหรือลดความเสียหายจากการเกิดสินค้าขาดมือ

ความผันผวนของราคาขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ (PFN) รวมถึงกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เกิดขึ้นระหว่างอุตสาหกรรมหรือผู้ผลิตขึ้นส่วนฯ กับผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน ซึ่งได้แก่ ข้อเสนอทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการให้ส่วนลดพิเศษ เงื่อนไขราคา เงื่อนไขการชำระเงิน หรือส่วนลดปริมาณ รวมถึงการลดราคาสินค้า เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อขึ้นส่วนฯ ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นหรือเพื่อให้เกิดการซื้อล่วงหน้า ซึ่งได้แก่ ขึ้นส่วนและอะไหล่ของระบบไฟฟ้าหรือประเภทสิ้นเปลือง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการค้า

ส่งขึ้นส่วนฯ มีปริมาณขึ้นส่วนฯ ที่พร้อมตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang และ Burke (2011) และ Spais (2012) ที่พบว่าการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้า และรูปแบบของการส่งเสริมการตลาดที่เกิดขึ้นจากธุรกิจภาคการผลิตจะทำให้ธุรกิจภาคการค้าส่งมีสินค้าคงคลังเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น

นโยบายการสั่งซื้อและขนาดคำสั่งซื้อ (OPB) คือ ลักษณะของการสั่งซื้อที่เกิดขึ้นระหว่างอุตสาหกรรมหรือผู้ผลิตขึ้นส่วนฯ กับผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทน โดยพบว่า อุตสาหกรรมจะผลิตสินค้าในปริมาณที่ได้รับประโยชน์จากต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยที่ลดลงสำหรับการผลิตในแต่ละครั้ง ทำให้ขนาดหรือชุดของคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นนั้นต้องมีปริมาณที่มากพอ รวมถึงปริมาณสินค้าต่อหีบห่อบรรจุภัณฑ์ (Pack Size) และการกำหนดปริมาณขั้นต่ำสำหรับการสั่งซื้อ (Minimum Order Quantity) ในปริมาณที่สูง เช่น ขึ้นส่วนและอะไหล่ของระบบช่วงล่าง ล้อ และห้ามล้อ เป็นต้น ซึ่งก็จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีปริมาณสินค้าคงคลังที่พร้อมตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hussain and Drake (2011) พบว่าการเพิ่มขนาดการสั่งซื้อเพื่อให้ครอบคลุมปริมาณความต้องการที่เกิดขึ้นก็จะทำให้ผู้ประกอบการมีปริมาณสินค้าคงคลังเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น

จากการจัดการสินค้าทั้ง 3 ปัจจัยที่กล่าวมาจะมีผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีปริมาณขึ้นส่วนและอะไหล่ที่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ตลอดเวลา แต่อย่างไรก็ตามการจัดการสินค้าคงคลังในลักษณะที่กล่าวมาทั้งหมดก็

จะเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนเกิดมีสินค้าคงคลังค้างในปริมาณมากเกินไปกว่าความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและผลกำไรที่ลดลงของธุรกิจได้ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงคลัง ดังนี้ (1) ขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์มีปริมาณมาก และมีหลากหลายชนิด ยานยนต์มีหลายรุ่น และหลากหลายปี ผู้ประกอบการจึงอาจไม่สามารถสต็อกขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ได้ทั้งหมด ซึ่งในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการสามารถกระจายคำสั่งซื้อไปยังผู้ค้าส่งรายอื่น โดยไม่จำเป็นต้องสต็อกขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนเหล่านั้นไว้ (2) นโยบายการสั่งซื้อและขนาดของการสั่งซื้อ โดยผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการสั่งซื้อขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ปริมาณมากในแต่ละครั้ง รวมถึงการกำหนดปริมาณขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ขั้นต่ำของผู้ผลิตหรืออุตสาหกรรมที่จะส่งผลต่อปริมาณสินค้าคงคลังที่เพิ่มขึ้น รวมถึง (2) การลดความผันผวนในการสั่งซื้อขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการตลาด หรือพิจารณาการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อนโยบายการสั่งซื้อและขนาดของการสั่งซื้อขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนนั้น

2. การจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจภาคการค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนที่อิทธิพลต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ลดลงคือ (1) ข้อจำกัดด้านกำลังของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ (LPC) (2) การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (GIV) และ (3) การแบ่งปันข้อมูลของขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่ไม่มีความเที่ยงตรง (IAS)

ข้อจำกัดด้านกำลังของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ (LPC) เกิดจากการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมหรือผู้ผลิตที่ให้ความสำคัญกับการจัดการสภาพคล่องเป็นอย่างมาก จึงได้พิจารณา

ปรับลดปริมาณสินค้าคงคลังสำรองลง (สินค้าคงคลังสำรองเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่แน่นอน) ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับกระบวนการผลิต เช่น การปรับเปลี่ยนกำลังการผลิตของอุตสาหกรรม การปรับเปลี่ยนตารางการผลิต ความล่าช้าที่เกิดจากกระบวนการสั่งซื้อ จะทำให้อุตสาหกรรมหรือผู้ผลิตขึ้นส่วนฯ ไม่สามารถผลิตตามแผนการที่กำหนดไว้ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนได้ ซึ่งได้แก่ ขึ้นส่วนและอะไหล่ของตัวถัง จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งมีขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนไม่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Svenson (2003); Budiman (2004); Rong, Shen and Snyder (2008) ที่พบว่า การตอบสนองความต้องการที่ผันผวนไม่แน่นอน จะทำให้การดำเนินธุรกิจในโซ่อุปทานขาดประสิทธิภาพ ส่งผลต่อภาวะสินค้าขาดตลาด ทำให้เกิดการแบ่งปันสินค้าตามสัดส่วนของคำสั่งซื้อที่ได้รับ และเป็นสาเหตุของการขาดแคลนสินค้า

การแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาล (GIV) ได้แก่ “มาตรการภาษีเพื่อรถยนต์คันแรก” ที่มีเป้าหมายให้ประชาชนมีรถยนต์คันแรกในราคาไม่เกินคันละ 1 ล้านบาท โดยจุดใจด้วยการคืนเงินภาษีให้เท่าที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 1 แสนบาทต่อคันสำหรับผู้ซื้อตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2555 นโยบายดังกล่าวเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่อุตสาหกรรมรถยนต์นั้นก็มีกำลังการผลิตที่จำกัดจึงไม่สามารถส่งมอบรถยนต์ได้ตามกำหนดเวลา ทำให้เกิดความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้นโยบายมาตรการภาษีเพื่อรถยนต์คันแรกยังคงส่งผลกระทบต่อตอบสนองความต้องการขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนของผู้ประกอบการค้าส่งต่อลูกค้ามาจนถึงปัจจุบันด้วย

การแบ่งปันข้อมูลของขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่ไม่มีความเที่ยงตรง (IAS) หรือปัญหาความเที่ยงตรงของข้อมูล ซึ่งได้แก่ (1) ความล่าช้าของการรับและส่งผ่านข้อมูลความต้องการของลูกค้า (2) การมีข้อมูลทางการตลาดที่ไม่เพียงพอ และ (3) ความบกพร่องในการแบ่งปันข้อมูลความต้องการที่เกิดขึ้นทั้งหมดจึงเป็นสาเหตุทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งมีปริมาณขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ไม่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Costantino, et al., (2014) และ Cannella, et al., (2015) ที่พบว่าความล่าช้าของการรับและส่งผ่านข้อมูล ทำให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ดังนั้นการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันของธุรกิจโซ่อุปทานนั้นต้องทันเวลาและตรงต่อความต้องการ เพื่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

จากการจัดการสินค้าทั้ง 3 ปัจจัยที่กล่าวมานอกจากจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีปริมาณขึ้นส่วนและอะไหล่ที่ไม่เพียงพอต่อการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังเป็นสาเหตุของภาวะการขาดแคลนหรือพฤติกรรมการกักตุนสินค้าและการปรับราคาที่สูงขึ้น ส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ที่กระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนและลูกค้าอีกด้วย ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการผลิตหรืออุตสาหกรรมขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จะให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการกับธุรกิจขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการผลิต (OEM) มากกว่า ทำให้ปริมาณการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นกับธุรกิจขึ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) มีไม่เพียงพอ นอกจากนี้ความต้องการขึ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากนโยบาย “มาตรการภาษีเพื่อรถยนต์คันแรก” ซึ่งประกาศใช้เมื่อประมาณ 6 ปีที่แล้ว รวมถึง

การสั่งซื้อที่มีความล่าช้าในการส่งผ่านข้อมูลความต้องการ จึงเป็นสาเหตุของการจัดการสินค้าคงคลังที่ส่งผลกระทบต่อขาดแคลนชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงคลัง ดังนี้ (1) หลีกเลี่ยงการตัดสินใจบนพื้นฐานความรู้สึกหรือความเข้าใจ หรืออาศัยหลักการเบื้องต้นในการจัดการสินค้าคงคลัง (2) พัฒนาความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจ และ (3) การแบ่งปันข้อมูลในการจัดการสินค้าคงคลังของชิ้นส่วนฯ ที่จำเป็น

สรุปผลการวิจัย

แนวทางการจัดการสินค้าคงคลังของผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีข้อควรพิจารณาคือ

1) การพิจารณาถึงนโยบายสินค้าคงคลังของผู้ประกอบธุรกิจค้าส่ง และระดับของการให้บริการกับลูกค้า หรือการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งจะได้รับและผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2) การปรับปรุงประสิทธิภาพของการเติมสินค้าให้เต็ม (Replenishment) โดยผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งควรให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันข้อมูลความต้องการ ข้อมูลสินค้าคงคลัง นโยบายสินค้าคงคลัง และนโยบายการสั่งซื้อภายใต้การจัดหมวดหมู่ประเภทชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน ดังนี้ (1) ชิ้นส่วนและอะไหล่ของเครื่องยนต์ (2) ชิ้นส่วนและอะไหล่ของระบบเกียร์ (3) ชิ้นส่วนและ

อะไหล่ของระบบช่วงล่างและห้ามล้อ (4) ชิ้นส่วนและอะไหล่ของระบบไฟฟ้า (5) ชิ้นส่วนและอะไหล่ของตัวถัง และ (6) ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อื่นๆ

3) การพัฒนาข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกันของผู้ประกอบการในทุกภาคส่วน ซึ่งได้แก่ การกำหนดเป้าหมายร่วมกัน การวางแผนการทำงานร่วมกัน ข้อตกลงเกี่ยวกับทรัพยากรที่ต้องใช้ร่วมกัน และการพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกันต่อไป ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของการยอมรับความเสี่ยง และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นร่วมกัน มีการวางแผน และใช้เทคโนโลยีร่วมกันเปรียบเสมือนเป็นบริษัทเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พิจารณาเฉพาะการตอบสนองความต้องการชิ้นส่วนฯ เพื่อการทดแทนของลูกค้าที่เกิดขึ้น แต่ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าส่งนั้นยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ต้องพิจารณาร่วมด้วย ซึ่งได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ รวมถึงประเภทรุ่นและปีของยานยนต์ ตลอดจนเงื่อนไขของการสั่งซื้อ ซึ่งจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแต่เพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารังต่อไปควรศึกษาถึงการจัดการสินค้าคงคลังของธุรกิจชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทน (REM) ในภาคการค้าปลีกที่ส่งผลกระทบต่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. (2560). จำนวนรถจดทะเบียน (สะสม) ณ วันที่ 31 มกราคม 2560.

<https://data.go.th/DatasetDetail.aspx?id=0affb243-e426-4b95-9eb3-ae578bfbc34>.

สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2561

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). การขายส่งชิ้นส่วนและอุปกรณ์เสริมใหม่ของยานยนต์.

<http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/home/login.html>. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2561.

วรรณฯ ยงพิศาลภพ. (2560). อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. วิจัยกรุงศรี. แหล่งที่มา

https://www.krungsri.com/bank/getmedia/cf250dec-3bbe-4629-8a6b-40f7937eee4b/IO_Automobile_2017_TH.aspx. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2561.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (6 สิงหาคม 2558). ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์. http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/Industry_Solution_AutoAndParts_2015.pdf. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2561,

สุดำรัตน์ พงษ์พิทักษ์. (2559). ปีโอไอกับพัฒนาการอุตสาหกรรมยานยนต์. วารสารส่งเสริมการลงทุน. ปีที่ 27(1). หน้า 26-36.

Baganha, M. P. and Cohen, M. A. (1998). The stabilizing effect of inventory in supply chains. *Operation Research*, 46(3), 72-83.

Bayraktar, E., Lenny Koh, S. C., Gunasekaran, A., Sari, K. and Tatoglu, E. (2008). The role of forecasting on bullwhip effect for E-SCM applications. *International Journal of Production Economics*, 113(1), 193-204.

Braithwaite, A. & Wilding, R. (2005). The supply chain risks of global sourcing. Working paper, Cranfield School of Management, Cranfield University, Cranfield.

Budiman, B. (2004). Optimal capacity adjusted for supply chain control. Doctoral dissertation Ph.D., Massachusetts Institute of Technology, MIT.

Cachon, G. P., Randall, T. & Schmidt, G. M. (2007). In Search of Bullwhip Effect. *Manufacturing and Service Operations Management*, 9(4), 457-479.

Cannella, S., Framinan, J. M., Bruccoleri, M., Barbosa-Póvoa, A. P. and Relvas, S. (2015). The effect of inventory record inaccuracy in information exchange supply chains. *European Journal of Operational Research*, 243(1), 120-129.

Collin, J., Eloranta, E. and Holmström, J. (2009). How to design the right supply chains for your customers. *Supply Chain Management: An International Journal*, 14(6), 411-417.

Costantino, F., Di Gravio, G., Shaban, A. & Tronci, M. (2014). Replenishment policy based on information sharing to mitigate the severity of supply chain disruption. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 18(1), 3-23.

- Geary, S., Disney, S. M. & Towill, D. R. (2006). On bullwhip in supply chains – historical review, present practice and expected future impact. *International Journal of Production Economics*, 101(1), 2-17.
- Hussain, M. and Drake, P. R. (2011). Analysis of the bullwhip effect with order batching in multi-echelon supply chains. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 41(8), 797-814.
- Hwarng, H. B. and Xie, N. (2008). Understanding supply chain dynamics: A chaos perspective. *European Journal of Operational Research*, 184(3), 1163-1178.
- Katunzi, T. M. (2011). Obstacles to process integration along the supply chain: manufacturing firms perspective. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 105.
- Kristianto, Y., Helo, P., Jiao, J. R. & Sandhu, M. (2012). Adaptive fuzzy vendor managed inventory control for mitigating the Bullwhip effect in supply chains. *European Journal of Operational Research*, 216(2), 346-355.
- Lau, R. S. M., Xie, J. & Zhao, X. (2008). Effects of inventory policy on supply chain performance: A simulation study of critical decision parameters. *Computers & Industrial Engineering*, 55(3), 620-633.
- Lee, H. L., Padmanabhan, V. & Whang, S. (1997). The bullwhip effect in supply chains. *Sloan Management Review*, 38(3), 93-102.
- Otieno, T. O., Ondiek, G. O. & Odera, O. (2012). Factors causing reversed bullwhip effect on the supply chains of Kenyan firms. *European Journal of Business and Management*, 4(5), 123-130.
- Prajogo, D. and Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 135(1), 514-522.
- Rong, Y., Shen, Z-J M. and Snyder, L. V. (2008). The impact of ordering behavior on order-quantity variability: a study of forward and reverse bullwhip effects. *Flexible Service & Manufacturing Journal*, 20(1/2), 95-124.
- Rong, Y., Shen, Z-J. M. & Snyder, L. V. (2009). Pricing During Disruptions: A Cause of the Reverse Bullwhip Effect. Working paper, P.C. Rossin College of Engineering and Applied Sciences, Lehigh University, Bethlehem, PA.
- Singh, R. K. (2013). Prioritizing the factors for coordinated supply chain using analytic hierarchy process (AHP). *Measuring Business Excellence*, 17(1), 80-97.
- Spais, G. S. (2012). An integrated bargaining solution analysis for vertical cooperative sales promotion campaigns based on the win-win-win papakonstantinidis model. *Journal of*

Applied Business Research (JABR), 28(3), 359-384.

Svenson, G. (2003). The bullwhip effect in intra-organizational echelons. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 33(2), 103-131.

Yan, X. S., Robb, D. J. and Silver E. A. (2009). Inventory performance under pack size constraints and spatially-correlated demand. *International Journal of Production Economics*, 117(2), 330-337.

Zhang, X. and Burke, G. J. (2011). Analysis of compound bullwhip effect causes. *European Journal of Operational Research*, 210(3), 514-526.