

การพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

Development of Supply Chain Management Process of Used Car Assets in Central Region

จิตติวรรณ ทิพย์สังวาลย์¹ ปณิตา วรรณพิรุณ² และชัตติยา แถวโสภา ยังยืน³

Thitawan Tipsungvan¹ Panita Wannapiroon² and Kattiya Thaewsopha Yangyuen³

¹ บัณฑิตหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

E-mail: Goong.8899@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หัวหน้าศูนย์วิจัยการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี สำนักวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ E-mail: panita.w@fte.kmutnb.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประธานหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต E-mail: kattiya.kty@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความต้องการใช้รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง 2) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง 3) เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง 4) เพื่อประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางที่พัฒนาขึ้น และ 5) เพื่อประเมินประสิทธิผลด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ระยะ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาความต้องการใช้รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง ระยะที่ 2 การศึกษากระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ระยะที่ 3 การพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ระยะที่ 4 การประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางที่พัฒนาขึ้น และระยะที่ 5 การประเมินประสิทธิผลด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่อาศัยอยู่ใน 8 อำเภอ จำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มอย่างง่าย และผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 7 ท่าน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบสอบถามความต้องการใช้รถยนต์มือสองของประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง (2) แบบสัมภาษณ์กระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง (3) กระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง และ (4) แบบประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางที่พัฒนาขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางประกอบด้วย



3 กระบวนการย่อย ดังนี้ (1) กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ (2) กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ และ (3) กระบวนการขายรถยนต์มือสอง 2) ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางในภาพรวม พบว่า ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ กระบวนการขายรถยนต์มือสอง และกระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ตามลำดับ 3) ผลประเมินประสิทธิภาพด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการลดลงทุกด้าน

คำสำคัญ : การจัดการโซ่อุปทาน ธุรกิจรถยนต์มือสอง ภาคกลาง

Abstract

Development of asset supply chain management in second-hand car business in central region area was a mixed research of qualitative and quantitative research. The objectives of the research were to 1) study the need of second-hand car use of the people in central region area, 2) study the management of providing second-hand cars of the entrepreneurs, 3) develop the asset supply chain management in second-hand car business in central region area, and 4) evaluate the appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business in central region area, and 5) evaluate the efficiency on time after using the asset supply chain management in second-hand car business in central region area. The research was classified into 4 phases; phase 1 was to study the need of second-hand car use of the people in central region area, phase 2 was to study the management of providing second-hand cars of the entrepreneurs, phase 3 was to develop the asset supply chain management in second-hand car business in central region area, phase 4 was to evaluate the appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business in central region area, and phase 5 was to evaluate the appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business in central region area. The 400 samples were people who lived in 8 districts of Prachuap Khiri Khan Province, derived from simple random sampling, including the 7 entrepreneurs of second-hand car business in central region area, derived from purposive sampling. The research instruments were 1) questionnaire for studying the need of second-hand car use of the people in central region area, 2) interview form of management process in asset supply chain of second-hand car business in central region area, 3) an asset supply chain management in second-hand car business in central region area, and 4) evaluation form of appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business in central region area. Data was statistically analyzed by mean, and standard deviation. The results of the research found that The asset supply chain management in second-hand car business in central region area composed of 3 sub processes; 1) the management of purchasing second-hand cars to the tent, 2) the management after purchasing second-hand cars to the tent, and 3) the management of



distributing second-hand cars. The evaluation for appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business in central region area found that the entrepreneurs of second-hand car business in central region area approved the asset supply chain management in second-hand car business. The appropriateness of asset supply chain management in second-hand car business was at the level of “most”. Considering in item it was found that the management of purchasing second-hand cars to the tent had most appropriateness the less was the management of distributing second-hand cars and the management after purchasing second-hand cars to the tent respectively. and found the evaluation on time efficiency after using the asset supply chain management in second-hand car business in central region area found the operating time after the application of the reduction process in all aspects.

Keywords : Asset Supply Chain Management, Second-Hand Car Business, Central Region Area

1. บทนำ

ในปัจจุบันรถยนต์มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตมนุษย์มากขึ้น เนื่องจากรถยนต์ถือเป็นพาหนะหลักที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง จะเห็นได้ว่าปัจจุบันรถยนต์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยว ทำงาน การประกอบธุรกิจ และการขนส่งสินค้า จะเห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะซื้อยานพาหนะกันมากขึ้น ช่วง 3 ปีที่ผ่านมาโครงการอีโคคาร์และโครงการรถคันแรกของรัฐบาล ส่งผลต่อโครงสร้างราคารถมือสองอย่างมาก โดยทำให้ระดับราคารถมือสองทรุดต่ำลงต่อเนื่อง [1] โดยมีทิศทางหดตัวลงตามสภาวะเศรษฐกิจและความขัดแย้งทางการเมืองที่ทำให้ตลาดหดตัวลงประมาณ 10 - 20% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งภาพรวมของตลาดนั้นมีซัพพลายรถยนต์มือสองที่สูง เนื่องจากที่ผ่านมาผู้ใช้หันไปขายรถเก่าเพื่อนำเงินไปซื้อรถใหม่ในโครงการรถคันแรก ทำให้มีรถเข้ามาในตลาดจำนวนมาก ประกอบกับรถใหม่เองก็มีการเปิดตัวหลายรุ่นและผู้ผลิตก็มีการจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย ทำให้ความต้องการของตลาดรถยนต์มือสองลดลง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายก็ต่ำลงเช่นเดียวกัน และบรรดาผู้ประกอบการธุรกิจรถมือสองเองก็มีการแข่งขันที่รุนแรงในด้านการจัดแคมเปญต่างๆ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดเนื่องจากบริษัทผู้ให้บริการสินเชื่อต่างๆ ก็เพิ่มความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อมากขึ้น [2]

จากการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจเดินรถมือสองใน 8 อำเภอของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ อำเภอเมือง หัวหิน ปรานบุรี สามร้อยยอด กุยบุรี ทับสะแก บางสะพาน และบางสะพานน้อย มีการแข่งขันกันสูงมากและต้องพบกับอุปสรรคในเรื่อง ความต้องการของประเภทรถที่แตกต่างกันของแต่ละอำเภอ ส่วนใหญ่เจ้าของเดินที่จะไม่สามารถทราบได้ว่าลูกค้ามีความต้องการใช้รถประเภทไหนในแต่ละอำเภอ รวมถึงผู้ประกอบการไม่มีกระบวนการที่ชัดเจนในขั้นตอนการจัดการรถ และกระบวนการต่อไปเมื่อมีการจัดสรรรถเข้ามาแล้ว ขั้นตอนการเลือกรถขายแต่ละเดินที่รวมถึงราคาที่แตกต่างกัน และกระบวนการขาย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรถยนต์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้รถยนต์ตกค้างหรือจำหน่ายออกไม่ได้เป็นเวลานาน โดยจะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่สูงขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษากระบวนการเดินรถมือสองขึ้นมาเพื่อพัฒนาศักยภาพในการบริการและบริหารเดินรถมือสองเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีต่อไป ที่กล่าวมาข้างต้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในพื้นที่ภาคกลางและในประเทศไทยต่อไป



บทควาณวิจัย

การพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์
ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความต้องการใช้รถยนต์มือสองของ
ประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง

2.2 เพื่อศึกษากระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของ
ผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

2.3 เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์
ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

2.4 เพื่อประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการ
จัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขต
พื้นที่ภาคกลางที่พัฒนาขึ้น

2.5 เพื่อประเมินประสิทธิผลด้านระยะเวลาในการ
ดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของ
ผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1) ประชากรคือ ประชาชน
และผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง
2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
จำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มแบบง่าย และผู้ประกอบการ
ธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 7 ท่าน
ได้จากการเลือกแบบเจาะจง โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์
ในการจัดการธุรกิจยานยนต์มือสองอย่างน้อย 5 ปี

3.2 การพัฒนากระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์
ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง แบ่งวิธีดำเนิน
การวิจัยออกเป็น 4 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ระยะที่ 1 การศึกษาความต้องการใช้รถยนต์
มือสองจากประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง 1) ศึกษาเอกสาร
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการใช้รถยนต์มือสอง
และกระบวนการจัดการโซ่อุปทาน 2) สร้างแบบสอบถามความ
ต้องการใช้รถยนต์มือสองจากประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง
3) เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการใช้รถยนต์มือสองของ
ประชาชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน
ได้จากการสุ่มแบบง่าย 4) วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้
รถยนต์มือสองจากประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยกำหนด

เกณฑ์ในการประเมินความต้องการและเกณฑ์การแปลผล
ระดับความต้องการ [3]

3.2.2 ระยะที่ 2 การศึกษากระบวนการจัดการ
รถยนต์มือสองจากผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขต
พื้นที่ภาคกลาง จำนวน 7 ท่าน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง
โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจยานยนต์มือสอง
อย่างน้อย 5 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์
กระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์
มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

3.2.3 ระยะที่ 3 การพัฒนากระบวนการจัดการ
โซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองจากผู้ประกอบการ
ธุรกิจยานยนต์มือสอง ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดย
การวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) ด้วยวิธีการสกัด
และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอกระบวนการ
ในรูปแบบของแผนภาพประกอบความเรียง

3.2.4 ระยะที่ 4 การประเมินรับรองความเหมาะสม
ของกระบวนการจัดการโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์
มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลางที่พัฒนาขึ้น 1) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านกระบวนการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจยานยนต์มือสอง
จำนวน 7 ท่าน โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการจัดการ
ธุรกิจยานยนต์มือสองและกระบวนการจัดการโซ่อุปทาน
อย่างน้อย 5 ปี 2) ปรับปรุงกระบวนการจัดการโซ่อุปทาน
สินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองที่พัฒนาขึ้นตามข้อ
เสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ [3]

3.2.5 ระยะที่ 5 การประเมินประสิทธิผลด้าน
ระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการ
รถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสอง
ในเขตพื้นที่ภาคกลาง 1) สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจ
ยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 5 ท่าน
2) เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงาน

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาความต้องการใช้รถยนต์มือสองของ
ประชาชนในเขตพื้นที่ภาคกลางในภาพรวม พบว่า ประชากร
ส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุ 31 - 40 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรี



ขึ้นไป อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้โดยรวมต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และมีสถานภาพโสด ประชากรส่วนใหญ่ต้องการรถเก๋ง ยี่ห้อโตโยต้า ขนาดของซีซี 1500 - 2000 ซีซี ราคาที่ต้องการอยู่ระหว่าง 400,001 - 500,000 บาท มีเลขไมล์น้อยกว่า 50,000 กิโลเมตร สีขาว ต้องการชำระเงินด้วยเงินผ่อน และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อรถยนต์มือสองเพื่อเป็นรถโดยสาร ความต้องการเกี่ยวกับกระบวนการจัดการสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองด้านผลิตภัณฑ์ในภาพ รวมอยู่ในระดับมาก มีความต้องการมากที่สุด คือ เครื่องยนต์อยู่ในสภาพสมบูรณ์ ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความต้องการมากที่สุด คือ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของรถยนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความต้องการมากที่สุด คือ มีการรับประกันหลังการขาย ด้านพนักงานและบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความต้องการมากที่สุด คือ พนักงานให้คำแนะนำ และความรู้เกี่ยวกับรถที่ชัดเจน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความต้องการมากที่สุด คือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้าที่ซ่อม ด้านกระบวนการและภาพลักษณ์ขององค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความต้องการมากที่สุด คือ มีมาตรฐาน

4.2 กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ประกอบด้วย 3 กระบวนการย่อย ดังนี้ 1) กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ 2) กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ 3) กระบวนการการขายรถยนต์มือสอง



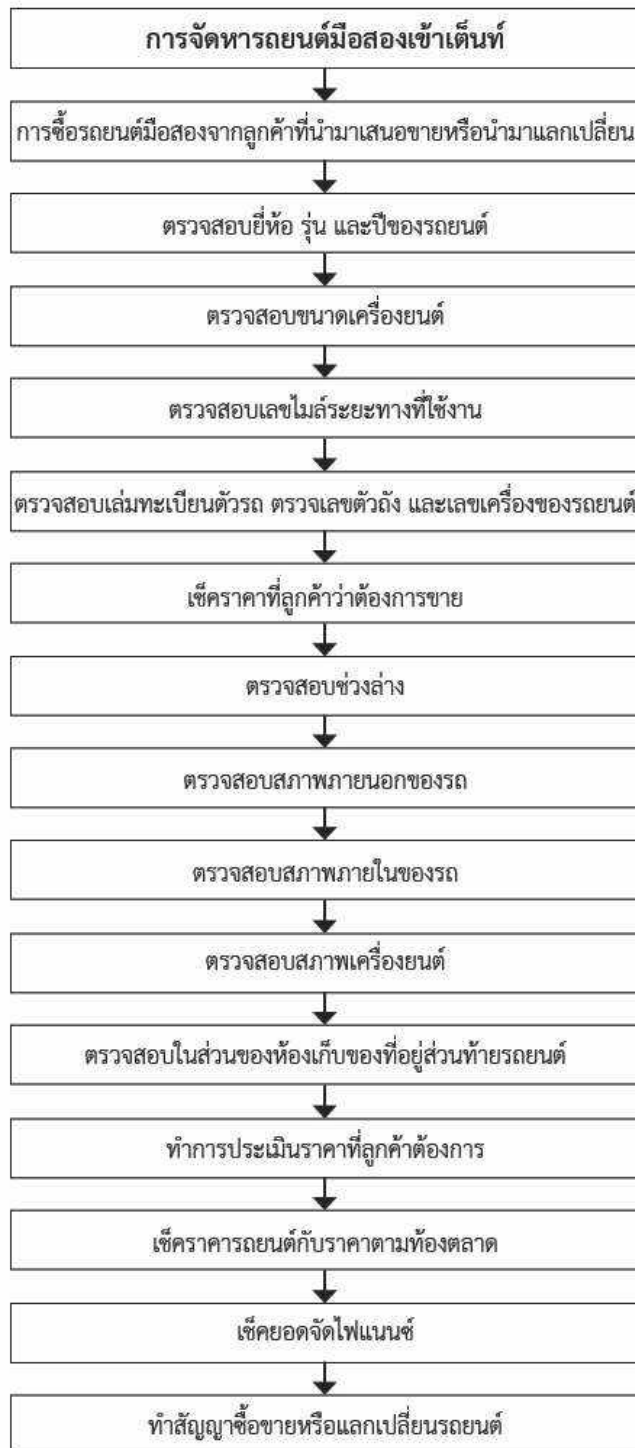
ภาพที่ 1 กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

1) กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีดังนี้ การประมูลสินทรัพย์หลุดจำนองจากหน่วยงานราชการ ได้รับการติดต่อเพื่อเสนอขายจากเซลล์ของศูนย์รถยนต์ การซื้อรถยนต์มือสองจากลูกค้าที่นำมาเสนอขายหรือนำมาแลกเปลี่ยน มีกระบวนการดังนี้ ตรวจสอบยี่ห้อ รุ่น และปีของรถยนต์ ตรวจสอบขนาดของเครื่องยนต์ ตรวจสอบเลขไมล์ระยะทางที่ใช้งาน ตรวจสอบเล่มทะเบียนตัวรถ ตรวจสอบเลขตัวถัง และเลขเครื่องของรถยนต์ เช็คราคาที่ลูกค้าต้องการขาย ตรวจสอบช่วงล่างของรถ ได้แก่ โช้คอัพ ระบบท่อไอเสียทั้งหมด รอยสนิม รอยแตก หรือรอยของเหลวที่รั่วซึมของระบบท่อไอเสีย ตรวจสอบสภาพภายนอกของรถ ได้แก่ การทำสี รอยสนิม รอยถลอก รอยบุบต่างๆ ตรวจสอบสภาพภายในของรถ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ระบบควบคุมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เบาะ ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ น้ำมันเครื่อง สายพานไทมมิ่ง เพื่อง่าย เกียร์ ส่วนประกอบต่างๆ ของเครื่องยนต์ ตรวจสอบในส่วนของห้องเก็บของที่อยู่ส่วนท้ายรถยนต์ว่ามียางอะไหล่และเครื่องมือครบหรือไม่ มีสภาพสมบูรณ์ดีหรือไม่ ทำการประเมินราคาของลูกค้าที่ต้องการซื้อ เช็คราคารถยนต์กับตามท้องตลาดว่าในท้องตลาดทั่วไปซื้อขายเท่าไร เช็ควอตาจัดไฟแนนซ์ ทำสัญญาซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนรถยนต์ ได้รับการติดต่อจากนายหน้าจัดการรถยนต์ ได้รับการติดต่อจากลูกค้าที่ต้องการขายให้ไปดูที่บ้าน ได้รับการติดต่อหรือแนะนำจากเพื่อน คนรู้จัก การซื้อรถยนต์จากเต็นท์คนรู้จักจากต่างจังหวัด การซื้อรถยนต์มือสองจากเว็บไซต์



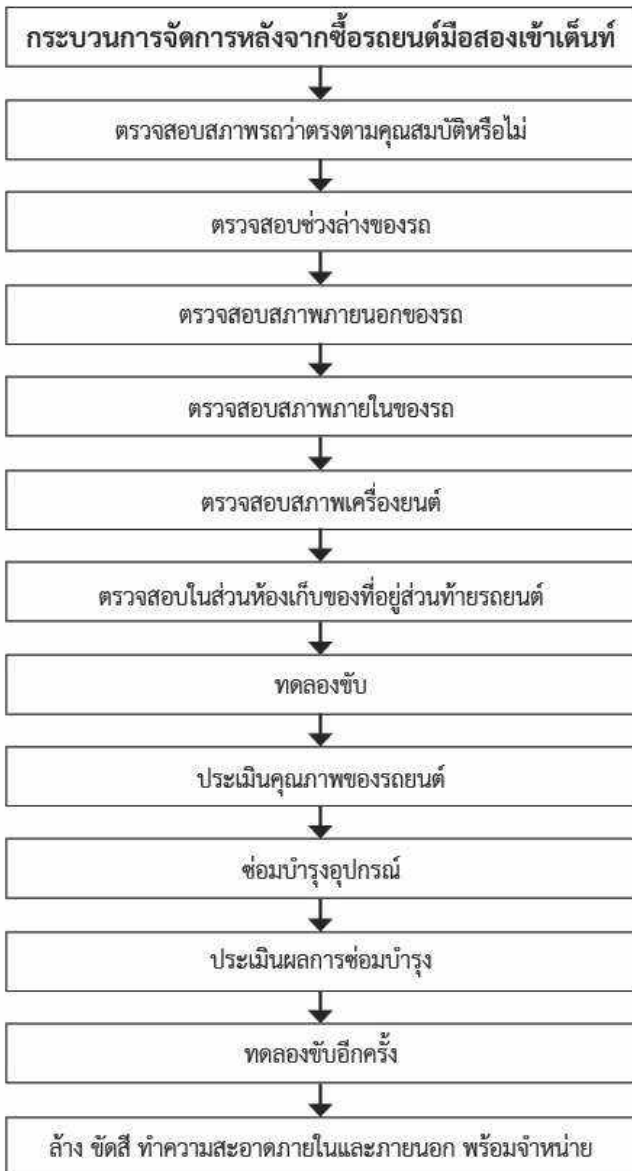
บทกวีนิพนธ์

การพัฒนากระบวนการจัดการซื้อขายยานยนต์มือสอง
ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง



ภาพที่ 2 กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์

2) กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีดังนี้ ตรวจสอบสภาพรถว่าตรงตามคุณสมบัติหรือไม่ ตรวจสอบช่วงล่างของรถ ได้แก่ โช้คอัพ ระบบท่อไอเสียทั้งหมด รอยดำที่ผิดปกติต่างๆ รอยสนิม รอยแตกหรือรอยของเหลวที่รั่วซึมออกมาตามรอยร้าวของระบบท่อไอเสีย ตรวจสอบสภาพภายนอกของรถ ได้แก่ การทำสี รอยสนิม รอยถลอก รอยบุ๋มต่างๆ ตรวจสอบสภาพภายในตัวรถ ได้แก่ ระบบไฟฟ้าต่างๆ ระบบควบคุมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เบาะ ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ น้ำมันเครื่อง สายพานไทม์มิ่ง เฟืองท้าย เกียร์ ส่วนประกอบต่างๆ ของเครื่องยนต์ว่ามีของเหลวที่ผิดปกติรั่วซึม มีชิ้นส่วนที่มีรอยร้าว หรือมีสนิมหรือรอยถลอกรอยแตกที่ผิดปกติหรือไม่ อุปกรณ์ที่อยู่ใต้ฝากระโปรงหน้ารถยนต์ว่ามีร่องรอยการชนหรือร่องรอยความเสียหาย ที่อาจเกิดจากการไม่ดูแลรักษารถหรืออาจเกิดจากอุบัติเหตุต่างๆ ตรวจสอบในส่วนของห้องเก็บของที่อยู่ส่วนท้ายรถยนต์ว่า มีสภาพสวยงามเรียบร้อยดีหรือไม่ เปิดดูยางอะไหล่และเครื่องมือประจำรถว่ามีครบหรือไม่ ยางอะไหล่มีสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ดีหรือไม่ ทดลองขับ ประเมินคุณภาพของรถยนต์ว่าต้องซ่อมบำรุงหรือไม่อย่างไร ซ่อมบำรุงอุปกรณ์จุดที่เสียหาย เช่น ซ่อมสี ตัวถัง เครื่อง ช่วงล่าง ระบบไฟฟ้าต่างๆ ให้สมบูรณ์พร้อมใช้งานและมีประสิทธิภาพ ประเมินผลการซ่อมบำรุง ทดลองขับอีกครั้ง ล้าง ซัดสี ทำความสะอาด ภายในและภายนอกให้เรียบร้อยสวยงาม



ภาพที่ 3 กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์

4.2.3 กระบวนการการขายรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีดังนี้ สอบถามลูกค้าว่าต้องการรถประเภทใด เช่น รถเก๋ง รถกระบะ 4 ประตู รถกระบะตอนครึ่ง หรือตอนเดียว สอบถามลูกค้าว่าต้องการรถยนต์ยี่ห้อใด รุ่นใด สอบถามลูกค้าว่าต้องการราคารถยนต์อยู่ที่เท่าไร พาลูกค้าดูรถยนต์ที่ลูกค้าต้องการ แจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับรถยนต์ให้ลูกค้าทราบ เช่น ปีรถ ขนาดเครื่องยนต์ ราคาที่ตั้งขาย สอบถามลูกค้าว่าต้องการซื้อด้วยเงินสดหรือเงินผ่อน ถ้าลูกค้าตกลงก็ทำการเซ็นสัญญาซื้อขาย



ภาพที่ 4 กระบวนการการขายรถยนต์มือสอง

4.3 ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กระบวนการจัดการหารถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ กระบวนการขายรถยนต์มือสอง และกระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ ตามลำดับ

1) ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการหารถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ พบว่า กระบวนการจัดการหารถยนต์มือสองเข้าเต็นท์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตรวจสอบยี่ห้อ รุ่น และปีของรถยนต์ ตรวจสอบขนาดเครื่องยนต์ ตรวจสอบเลขไมล์ ระยะทางที่ใช้งาน ตรวจสอบเล่มทะเบียนตัวรถ ตรวจสอบตัวถัง และเลขเครื่องของรถยนต์ ตรวจสอบช่วงล่าง ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ ทำสัญญาซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนรถยนต์ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เช็คราคาที่ลูกค้าว่าต้องการขาย ตรวจสอบสภาพภายนอกของรถ ทำการประเมินราคาของลูกค้าที่ต้องการ เช็คราคารถยนต์กับราคาตามท้องตลาด และเช็คยอดจัดไฟแนนซ์ ตามลำดับ



บทควาณวิจัย

การพัฒนากระบวนการจัดการใช้รถจักรยานยนต์มือสอง
ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

2) ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่พบว่ากระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ตรวจสอบสภาพรถ ตรวจสอบช่วงล่างของรถ ล้าง ซัดสี ทำความสะอาดภายในและภายนอกพร้อมจำหน่าย และตรวจสอบสภาพภายในของรถตามลำดับ

3) ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการขายรถยนต์มือสอง พบว่า กระบวนการขายรถยนต์มือสอง

ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สอบถามลูกค้าว่าต้องการรถยี่ห้อใด รุ่นใด ทำการเซ็นสัญญาซื้อขาย มีความต้องการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สอบถามลูกค้าว่าต้องการซื้อด้วยเงินสดหรือเงินผ่อน และสอบถามลูกค้าว่าต้องการรถประเภทใด สอบถามลูกค้าว่าต้องการราคารถยนต์อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4) ผลประเมินประสิทธิผลด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง

กระบวนการจัดการใช้รถจักรยานยนต์มือสอง ในเขตพื้นที่ภาคกลาง	ระยะเวลาในการดำเนินการ		
	ก่อนใช้	หลังใช้	ส่วนต่าง
1. กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเดินที่	3 ชม.	2 ชม.	1 ชม.
2. กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่	7 วัน	6 วัน	1 วัน
3. กระบวนการการขายรถยนต์มือสอง	3 วัน	2 วัน	1 วัน
รวมระยะเวลาในการดำเนินงาน	10 วัน 3 ชม.	8 วัน 2 ชม.	2 วัน 2 ชม.

จากตารางที่ 1 ผลประเมินประสิทธิผลด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานหลังใช้กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองลดลง 2 วัน 2 ชม.

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง ประกอบด้วย 3 กระบวนการหลัก 33 กระบวนการย่อย ดังนี้ ขั้นที่ 1 กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองเข้าเดินที่ 1) ตรวจสอบยี่ห้อ รุ่น และปีของรถยนต์ 2) ตรวจสอบขนาดของเครื่องยนต์ 3) ตรวจสอบเลขไมล์ระยะทางที่ใช้งาน 4) ตรวจสอบเล่มทะเบียนตัวรถ ตรวจเลขตัวถัง และเลขเครื่องของรถยนต์

5) เช็คราคาลูกค้าว่าต้องการขาย 6) ตรวจสอบช่วงล่างของรถ 7) ตรวจสอบสภาพภายนอกของรถ 8) ตรวจสอบสภาพภายในของรถ 9) ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ 10) ตรวจสอบในส่วนของห้องเก็บของที่อยู่ส่วนท้ายรถยนต์ 11) ทำการประเมินราคาของลูกค้าที่ต้องการ 12) เช็คราคารถยนต์กับราคาท้องตลาด 13) เช็ควอลต์ไฟแนนซ์ 14) ทำสัญญาซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนรถยนต์ ขั้นที่ 2 กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่ 1) ตรวจสอบสภาพรถว่าตรงตามคุณสมบัติหรือไม่ 2) ตรวจสอบช่วงล่างของรถ 3) ตรวจสอบสภาพภายนอกของรถ 4) ตรวจสอบสภาพภายในตัวรถ 5) ตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ 6) ตรวจสอบในส่วนห้องเก็บของที่อยู่ส่วนท้ายรถยนต์ 7) ทดลองขับ 8) ประเมินคุณภาพของรถยนต์ 9) ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ 10) ประเมินผลการซ่อมบำรุง 11) ทดลองขับอีกครั้ง 12) ล้าง ซัดสี



ทำความเข้าใจภายในและภายนอกพร้อมจำหน่าย ชั้นที่ 3
กระบวนการจัดการหลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่
1) สอบถามลูกค้าว่าต้องการรถประเภทใด 2) สอบถามลูกค้า
ว่าต้องการรถยี่ห้อใด รุ่นใด 3) สอบถามลูกค้าว่าต้องการ
ราคารถยนต์อยู่ที่เท่าไร 4) พาลูกค้าไปดูรถยนต์ที่ลูกค้า
ต้องการ 5) แจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับรถยนต์มือสองให้
ลูกค้าทราบ 6) สอบถามลูกค้าว่าต้องการซื้อด้วยเงินสด
หรือเงินผ่อน 7) ถ้าลูกค้าตกลงก็ทำการเซ็นสัญญาซื้อขาย

ผลการประเมินรับรองความเหมาะสมของกระบวนการ
จัดการห่วงโซ่อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสอง
ในเขตพื้นที่ภาคกลางในภาพรวม พบว่า ผลการประเมิน
รับรองความเหมาะสมของกระบวนการจัดการห่วงโซ่
อุปทานสินทรัพย์ของธุรกิจยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่
ภาคกลาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า กระบวนการจัดการรถยนต์มือสอง
เข้าเดินที่ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาได้แก่
กระบวนการขายรถยนต์มือสอง และกระบวนการจัดการ
หลังจากซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่ และผลประเมิน
ประสิทธิภาพด้านระยะเวลาในการดำเนินงานหลังการใช้
กระบวนการจัดการรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการธุรกิจ
ยานยนต์มือสองในเขตพื้นที่ภาคกลาง พบว่า ระยะเวลา
ในการดำเนินงานหลังการใช้กระบวนการจัดการรถยนต์
มือสองลดลง 2 วัน 2 ชม. ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ
เอกวิณา [4] เรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อรถยนต์มือสอง
มีความสัมพันธ์กับสถานภาพส่วนบุคคลและสอดคล้องกับ
งานวิจัยของวิลาสณี [5] เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม
การเลือกซื้อรถยนต์ผ่านเดินที่รถมือสอง

ข้อเสนอแนะ

1) ผู้ประกอบการที่นำกระบวนการจัดการรถยนต์
มือสองเข้าเดินที่ไปใช้ ควรทำการวิเคราะห์ข้อมูลความ
ต้องการใช้รถมือสองของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เช่น
วัตถุประสงค์ของการซื้อรถยนต์มือสอง รายได้ ราคาของ
รถยนต์ที่ท่านต้องการซื้อ เป็นต้น

2) ผู้ประกอบการที่นำกระบวนการจัดการหลังจาก
ซื้อรถยนต์มือสองเข้าเดินที่ไปใช้ ควรมีการตรวจสอบคู่มือ

ของรถ เพื่อจำแนกกระหว่างรถสาธารณะกับรถส่วนบุคคล
เพื่อกำหนดวิธีในการจัดการรถที่แตกต่างกัน

3) ผู้ประกอบการที่นำกระบวนการการขายรถยนต์
มือสองไปใช้ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีบริการ
ตรวจสอบและให้คำแนะนำลูกค้าในการยื่นเรื่องขอไฟแนนซ์
เช่น จำนวนเงินดาวน์ เอกสารแสดงรายได้ คุณสมบัติของ
ผู้ค้าประกัน และการตรวจสอบเครดิตบูโร

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2558). [ออนไลน์]. “รถมือสอง”
พลิกเกมสู่ตลาด. [สืบค้นข้อมูลเมื่อ 1 ตุลาคม 2559].
จาก [http:// www.bangkokbiznews.com/news/
detail/626503](http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/626503).
- [2] ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2557). [ออนไลน์]. แคมเปญ
รถใหม่ทุบมือสองไม่หยุด ผู้ประกอบการรอครึ่งปีหลัง
ฟื้นตัว. [สืบค้นข้อมูลเมื่อ 1 ตุลาคม 2559]. จาก [http://
www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=
1397403918](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1397403918).
- [3] บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์
ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : สุริยวิทยาสาน จำกัด.
- [4] เอกวิณา วิเชียร. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์
มือสอง. วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา ปีที่ 27 ฉบับที่
94 เมษายน – มิถุนายน 2558. 54 – 63. สำนักพัฒนา
เทคนิคศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ.
- [5] วิลาสณี จันทระแจ่มโย. (2554). [ออนไลน์]. ปัจจัยที่มี
ผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ผ่านเดินที่รถมือสอง.
[สืบค้นข้อมูลเมื่อ 28 กันยายน 2559]. จาก [http://
spu.ac.th/commarts/files/2013/09/บทความ 1.
doc](http://spu.ac.th/commarts/files/2013/09/บทความ%201.doc).