

ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

The Effect of Inventory Management Strategy on Competitive Advantage of the Textile Businesses in Thailand

ธัญญา พระทอง¹ วีระยา ภัทรอาชาชัย² และ อาวีรัตน์ แซ่คู³

Tunya Prathong¹ Veeraya Pataaraechachai² and Areerat Saekoo³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายผลิตของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 137 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้านระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง ด้านวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน และด้านระบบการจำแนกสินค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายผลิตของธุรกิจสิ่งทอ ควรมีการส่งเสริมกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้วยการสร้างระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง กำหนดนโยบายจุดสั่งซื้อด้วยการสร้างกระบวนการกำหนดช่วงเวลาในการควบคุมสินค้าและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม มุ่งเน้นการวิเคราะห์ต้นทุนสินค้าอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญในการจำแนกสินค้า รวมไปถึงมีการวางแผนในการผลิตสินค้าภายในองค์กรเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและทำให้ได้รับความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจสิ่งทอ

¹ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Master's Student of Business Management, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University

² Assistant Professor, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University

³ Lecturer, Faculty of Accountancy and Management, Mahasarakham University

Abstract

This study aimed at the investigate the effects of inventory management strategy on competitive advantage of the textile businesses in Thailand. A questionnaire is used as an instrument for collecting data from 137 of manufacturing executives of the textile businesses in Thailand. The statistic methods used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results indicated that the inventory management in the aspects of inventory counting systems, cost information analysis, and classification system had positive relationships with and effects on competitive advantage. Therefore, the manufacturing executives of the textile businesses should have strategy encouragement of products management by creating of the physical inventory system. Create the range of time of products control and properly order spot. Focus on the cost analysis and keep importance to products decomposition, including having plans in the producing into organization to have an advantage of competition and the success of organization.

Keywords : Inventory Management strategy, Competitive Advantage, Textile Businesses

บทนำ

ในปัจจุบันมีประเทศที่กำลังพัฒนาที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกได้รวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง โดยการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ตามกรอบขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) เพื่อเป็นข้อมูลผูกพันระหว่างกลุ่มประเทศ หรือระหว่างประเทศในข้อตกลงเพื่อสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจให้เป็นหนึ่งเดียว และเป็นการเอื้อประโยชน์ทางการค้าระหว่างกัน รวมทั้งเพื่อลดอุปสรรคทางการค้าต่างๆโดยมีการเจรจาในระดับพหุภาคี เช่น ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) และในระดับทวิภาคี เช่น การทำข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) โดยเฉพาะการทำข้อตกลงทางการค้าของประเทศที่มีความพร้อมด้านวัตถุดิบ และแรงงาน อย่างประเทศ จีน อินเดีย

เวียดนาม และประเทศไทย เป็นต้น ประเทศที่กำลังมีการพัฒนาเหล่านี้มีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ประกอบกับการได้รับสิทธิประโยชน์จากการทำข้อตกลง เช่น การลดอัตราภาษี ยิ่งทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาในตลาดโลกอย่างรุนแรง (สถาบันอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554 : เว็บไซต์) ซึ่งทำให้การค้าในธุรกิจในปัจจุบัน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรปรารถนาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรเจริญเติบโต และสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง การใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ มีใจรักในการบริการ (Service Mind) การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี การมีคุณภาพที่ดีของสินค้าและบริการ ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าถือเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความได้เปรียบทางการแข่งขัน ฉะนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอถูกต้อง มีราคาเหมาะสม รวมถึงความสะดวกหรือการเข้าถึงของสินค้าตามความต้องการที่ลูกค้าคาดหวัง ด้วยกลยุทธ์สามารถสร้าง

ประสิทธิภาพสินค้าคงคลังได้ (วิโรจน์ พุทธิวิถิ, 2547 : 15)

กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management strategy เป็นกระบวนการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อให้มีวัสดุหรือสินค้ารองรับงานผลิตและการตลาด ทั้งการบริการลูกค้าที่ดี และมีต้นทุนสินค้าคงคลังรวมที่อยู่ในระดับต่ำสามารถทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของความต้องการสินค้า ทรัพยากรขององค์กร ความพร้อมของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนลักษณะของกระบวนการผลิตสินค้าประกอบเข้าด้วยกัน โดยใช้วิธี ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง (Inventory Counting Systems) การประเมินระยะเวลาของสินค้าและระยะเวลาการสั่งซื้อ (Demand Forecasts and Lead Information assessment) วิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน (Cost Information Analysis) และ ระบบจำแนกสินค้าคงคลัง (Classification System) สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญจำเป็นอย่างหนึ่ง คือ สามารถทำให้ทันทีเมื่อความต้องการ (ค่านาย อภิรัชญาสกุล, 2546 : 7) ในทางตรงกันข้าม หากสินค้าคงคลังมีน้อยไปไม่พอกับความต้องการจะเกิดความเสียหายขึ้นต่อบริษัท ในแง่ของการผลิตหยุดชะงัก ความเชื่อถือ โอกาสยอดขายที่ลดลง (วิจิตรา ประเสริฐธรรม, 2534 : 220) ระบบการผลิต ในโรงงานอุตสาหกรรมนั้นส่วนมากผลิตจำนวนมาก (Mass product) จนถึงจุดคุ้มทุน (Break-even Point) และการจัดหาหรือสั่งซื้อวัตถุดิบ วัสดุ ที่ใช้ในการผลิตจำเป็นต้องใช้เวลาในการสั่งซื้อ การขนส่งไม่สามารถจัดหามาได้ทันที ดังนั้น โรงงานต้องลงทุนสร้างคลังสินค้าเอาไว้เก็บสินค้าในปริมาณที่พอเพียงที่ไม่ทำให้การผลิตหยุดชะงัก ในขณะที่เดียวกันสินค้าที่ผลิตไม่จะสามารถส่งออกไปจำหน่ายได้ทันที สินค้าที่บริษัทจำหน่ายคือจำนวนที่ระบุใบสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order) กรณีราคาสินค้าตกต่ำ (Low price) โรงงานจำเป็นต้องเก็บสินค้าไว้ในคลังสินค้า เพื่อรอให้ราคาสูงขึ้น จึงส่งออกไปจำหน่าย (สันหทัย กลิ่นพิกุล และ

ยอดดวง พันธวิธา, 2529 : 54-55) จึงทำให้ธุรกิจได้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้กิจการของตนเองมีศักยภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นการเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในยุทธของการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้นำหรือผู้บริหารขององค์กรที่มีบทบาทสำคัญ และได้รับการสนับสนุนจากพนักงานระดับปฏิบัติการ การได้เปรียบในการแข่งขันเกิดขึ้นได้ ผู้นำหรือผู้บริหารจำเป็นต้องมีแนวทางในการดำเนินงานที่มีความชัดเจน โดยเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) การกำหนดเป้าหมาย (Goals) การกำหนดคุณค่าและความเชื่อร่วมกัน (Value and Belief) และการกำหนดกลยุทธ์ (Strategies) บทบาทพนักงานระดับปฏิบัติการเป็นบทบาทของการสนับสนุน และ ประสานงาน ทำให้เกิดแนวทางการปฏิบัติ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2555 : เว็บไซต์) เมื่อองค์กรสามารถสร้างนวัตกรรม พร้อมทั้งมีการจัดการที่ดีในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการตลาด การเงิน การผลิต และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) มิติของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2548 : 15 - 25) ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูง ประกอบกับปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุม มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การเปิดเสรีทางการค้า (Free Trade Area : FTA) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และ ราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้น การหลังไหลของสินค้าจากประเทศจีน เป็นต้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ดีที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่ม

ธุรกิจบางประเภทที่มีการแข่งขันสูง เช่น ธุรกิจสิ่งทอ เป็นต้น

ธุรกิจสิ่งทอของไทย(Textile Businesses) มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า สามารถผลิตเพื่อส่งออก และเป็นที่ยอมรับของตลาดโลกในการเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากความพร้อมด้านจำนวนแรงงานที่มีจำนวนมาก และการผลิตที่ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ในปัจจุบันจุดแข็งสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องได้แปรเปลี่ยนไปเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข เนื่องจากจีนและเวียดนามเป็นประเทศที่มีความพร้อมเช่นเดียวกับที่ไทยเคยมีในอดีต ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน และมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ที่สามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศให้เข้าไปลงทุนและผลิตสินค้าส่งออกไปจำหน่ายในตลาดโลก ขณะที่ประเทศไทยซึ่งแม้จะได้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศ เช่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ แต่จากการที่ไทยประสบปัญหา เช่น การแข็งค่าของเงินบาท ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น และต้นทุนด้านพลังงานที่ทรงตัวในระดับสูง เป็นต้น ล้วนส่งผลให้สินค้าไทยขาดศักยภาพในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีนได้เข้าไปตีตลาดและแย่งส่วนแบ่งตลาดของสินค้าประเทศไทยในสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดหลักทำให้เกิดการชะลอตัว ปัจจัยดังกล่าวได้ส่งผลให้ภาวการณ์ผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายปิดกิจการ

ลง กิจการจำนวนหนึ่งได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (มุสดี ผลสารมัย, 2554 : เว็บไซต์)

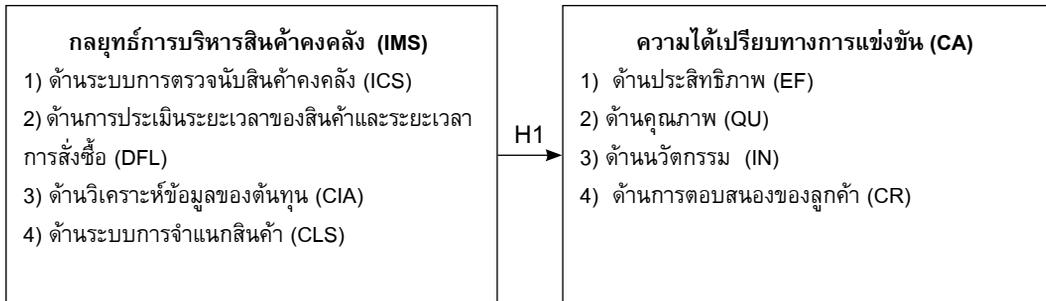
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะทดสอบว่ากลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะในการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จและสามารถคงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งเป็นแนวทางในการฝึกอบรม พัฒนาศักยภาพให้ มีศักยภาพในการดำเนินงานและมีความสามารถควบคุมกลยุทธ์การบริหารสินค้าของตน ซึ่งส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง และความได้เปรียบทางการแข่งขัน



2.1 กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Counting Systems)

กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management Strategy) หมายถึง การเก็บทรัพยากรไว้ใช้ในปัจจุบัน หรือในอนาคต เพื่อให้การดำเนินงานของกิจการดำเนินไปอย่างราบรื่น ประกอบด้วย (สุทัศน์ รัตนเกื้อกั้วาน, 2548 : 1)

2.1.1 ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง (Inventory Counting Systems: ICS) หมายถึง ระบบที่มีการควบคุมการทำงานในการตรวจนับสินค้าคงคลัง และมีการแก้ไขด้วยตัวของระบบเองอย่างอัตโนมัติ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการตรวจนับสินค้าควบคู่ไปกับการใช้แรงงานคน

2.1.2 การประเมินระยะเวลาของสินค้าและระยะเวลาการสั่งซื้อ (Demand Forecasts and Lead Information Assessment : DFL) หมายถึง การทราบปริมาณอุปสงค์อย่างชัดเจน อุปสงค์คงที่ ได้รับสินค้าที่สั่งซื้อพร้อมกันทั้งหมดรอบระยะเวลาในการสั่งซื้อ ซึ่งเป็นช่วงเวลาตั้งแต่สั่งซื้อจนได้รับสินค้าคงที่มีต้นทุนการเก็บรักษาและต้นทุนการสั่งซื้อสินค้าคงที่ ราคาสินค้าคงที่ ไม่มีสถานะสินค้าขาดมือ

2.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน (Cost Information Analysis : CIA) หมายถึง การวิเคราะห์การดำเนินงานกิจกรรมการให้บริการภายในคลังสินค้า การจัดเก็บสินค้า การเลือกที่ตั้งของ

โรงงานและคลังสินค้า รวมไปถึงมีการวางแผนในการผลิตสินค้าภายในโรงงาน

2.1.4 ระบบการจำแนกสินค้า (Classification System : CLS) หมายถึง การจำแนกตามปริมาณและมูลค่าของสินค้าคงคลังแต่ละรายการเป็นเกณฑ์ เพื่อลดภาระในการดูแล ตรวจสอบ และควบคุมสินค้าคงคลังที่มีอยู่มากมาย ซึ่งถ้าควบคุมทุกรายการอย่างเข้มงวด เท่าเทียมกัน จะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากเกินไป

2.2 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า พื้นฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ ความเหนือกว่าในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค ประกอบด้วย (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2546 : 38)

2.2.1 ประสิทธิภาพ (Efficiency : EF) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน เพื่อลดอัตราการสูญเสีย การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อการบรรลุเป้า

หมายสูงสุดขององค์กร ประสิทธิภาพมักถูกวัดในรูปต้นทุนเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้

2.2.2 คุณภาพ (Quality :QU) หมายถึง ความแตกต่างอันนำมาซึ่งราคาและกำไรที่สูงขึ้น รวมถึงการกำหนดลักษณะของสินค้าและบริการนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

2.2.3 นวัตกรรม (Innovation : IN) หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงวิธีบริหารเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในหมู่พนักงาน

2.2.4 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness : CR) หมายถึง การให้สินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจสิ่งทอหรือโรงงานจำเป็นต้องเก็บสินค้าไว้ในคลังสินค้า เพื่อรอให้ราคาสูงขึ้น หรือสร้างกลยุทธ์ในการบริหารสินค้าคงเหลือให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงส่งออกจำหน่าย เพื่อทำให้อุตสาหกรรมได้สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน มีศักยภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง จึงตั้งข้อสมมุติฐานไว้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายผลิตของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 460 คน (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554 : เว็บไซต์) โดยถือเอาประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

แบบสอบถาม ซึ่งดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 460 คน ซึ่งได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 137 ชุด เป็นแบบสอบถาม ที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 29.78 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001 : 1) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ต้องมีอัตราผลตอบแทนอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 63 วัน นับตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2556 ถึง 6 กันยายน 2556

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการลงบัญชีและตรวจนับสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อปริมาณการผลิตในแต่ละครั้ง การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เป็นแนวทางในการนับจำนวนสินค้าคงคลังให้มีความถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว และการฝึกอบรมให้พนักงานฝ่ายสินค้าคงคลังมีความรู้และความเชี่ยวชาญในสายงานเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา 2) ด้านการประเมินระยะเวลาของสินค้าและระยะเวลาการสั่งซื้อ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความสามารถในการคาดคะเนสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการจัดส่งวัตถุดิบได้ตรงตามจำนวนและทันตามเวลาที่ต้องการ และการบริหารการสั่งซื้อของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม 3) ด้านวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุนจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการแยกแยะประเภทของต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์และการประมาณค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ทั้งด้านต้นทุนของเงิน ต้นทุนการจัดเก็บ และต้นทุนความเสี่ยง

ภายในคลังสินค้า และ 4) ด้านระบบการจำแนกสินค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการแบ่งประเภทหมวดหมู่ของสินค้าคงคลังเพื่อสะดวกต่อการตรวจนับและการเก็บรักษา การหมุนเวียนสินค้าคงคลังแต่ละประเภท และปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำในการสั่งซื้อ และการแยกประเภทสินค้าคงคลังที่แตกต่างกันและตอบสนองความต้องการของตลาดและมีต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังที่ต่ำ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านประสิทธิภาพ จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดการสูญเสีย การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาศักยภาพพนักงานให้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ 2) ด้านคุณภาพ จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมายและมาตรฐานในการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน โดยลดจำนวนรายการยกเลิกในแต่ละวันลงได้อย่างเห็นได้ชัด และรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอันดับแรก 3) ด้านนวัตกรรม จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ได้อย่างสะดวกและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ๆ ในการให้บริการลูกค้าสม่ำเสมอ 4) ด้านการตอบสนองของลูกค้า จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่มีคุณภาพ ซึ่ง

ตรงกับความต้องการของลูกค้าและการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการจากคู่แข่งชั้น และสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.577 – 0.794 และความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.614 – 0.853 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978 : 12) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.776 – 0.861 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.748 – 0.863 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552 : 90) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับ ดีมาก

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ } CA = \beta_{01} + \beta_{11} \text{ICS} + \beta_{21} \text{DFL} + \beta_{31} \text{CIA} + \beta_{32} \text{CLS} + e$$

ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

ตัวแปร	CA	ICS	DFL	CIA	CLS	VIF
\bar{X}	4.05	4.06	4.29	4.11	4.32	
S.D.	0.47	0.56	0.49	0.54	0.50	
CA		0.511*	0.487*	0.777*	0.695*	
ICS			0.518*	0.490*	0.388*	1.498
DFL				0.555*	0.600*	1.853
CIA					0.742*	2.510
CLS						2.525

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ ด้วยค่า

VIFs พบว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง มีค่าตั้งแต่ 1.498 – 2.525 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.697	0.243	2.865	0.005*
ด้านระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง (ICS)	0.152	0.053	2.896	0.004*
ด้านการประเมินระยะเวลาของสินค้าและระยะเวลาการสั่งซื้อ (DFL)	-0.057	0.066	-0.855	0.394
ด้านวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน (CIA)	0.450	0.074	6.381	0.000*
ด้านระบบการจำแนกสินค้า (CLS)	0.262	0.076	3.429	0.001*

F = 63.167 p = 0.000 Adj R² = 0.646

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้านระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง ด้านวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน และด้านระบบการจำแนกสินค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจาก ระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง เป็นระบบที่มีการควบคุมการทำงานในการตรวจนับสินค้าคงคลัง และมีการแก้ไขด้วยตัวของระบบเองอย่างอัตโนมัติ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการตรวจนับสินค้าคงคลังไปกับการใช้แรงงานคนเพื่อที่จะได้ทราบว่าควรสั่งซื้อจำนวนเท่าใด ซึ่งส่งผลให้ประหยัดในกระบวนการ และการจัดส่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน (2548 : 25) กล่าวว่า การตรวจนับสินค้าคงคลังเป็นติดตามการลดลงของสินค้าคงคลังตลอดเวลา ข้อมูลที่มีอยู่เป็นระดับของสิ่งของที่เหลืออยู่ในสินค้าคงคลัง เมื่อระดับลดลงถึงขีดต่ำสุดที่กำหนดไว้ สินค้าคงคลังมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าคงที่โดยข้อดีของระบบ คือ การตรวจสอบอย่างต่อเนื่องจะได้ข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา และการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณคงที่ จะทำให้กำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด นอกจากนี้ การจัดเก็บสินค้า การเลือกที่ตั้งของโรงงานและคลังสินค้า รวมไปถึงมีการวางแผนในการผลิตสินค้าภายในโรงงาน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุนการบริหารคลังสินค้า ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรผลิตสินค้าจะต้องตระหนักเพราะหากสามารถลดต้นทุนการผลิตหรือสินค้าได้ย่อมส่งผลให้องค์กรเพิ่มกำไรหรือรายได้ที่สูงกว่าต้นทุน ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จและทำให้ได้รับความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่มีราคาขายเท่ากับคู่แข่ง แต่ต้นทุนน้อยกว่าอย่างแน่นอน สอดคล้องกับแนวคิดของ นัยนา พึ่งธรรม (2550 : บทคัดย่อ) พบว่า การนำระบบการบริหารสินค้าคงคลังโดยผู้ขายมาใช้ในการบริหารงาน เกษัชกรเป็นผู้บันทึกข้อมูลเข้าระบบ ใช้ระบบบริหารสินค้าคงคลังโดยผู้ขายตามนโยบายของผู้บริหาร และบันทึกข้อมูลทุก

เดือน ซึ่งถือว่าระบบบริหารสินค้าคงคลังมาใช้ในการบริหารงานเวชภัณฑ์เพื่อปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีกระบวนการที่เกิดประสิทธิภาพ สามารถจำแนกสินค้าแต่ละประเภท รวมถึงสามารถที่จะควบคุมและวางแผนการสั่งซื้อได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรพงษ์ กลิ่นห่าวหาญ (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบควบคุมสินค้าคงคลังสำหรับสินค้าไปรษณีย์ของคลังพัสดุไปรษณีย์เขต 5 ระบบที่พัฒนานี้แบ่งออกเป็น 6 ระบบย่อย ได้แก่ งานจัดการข้อมูลระบบงานจัดการข้อมูลพื้นฐาน งานจัดการสินค้า งานปิดบัญชี งานจัดทำรายงาน และงานสำรองข้อมูล/คืนข้อมูล กระบวนการพัฒนาเริ่มจากการรวบรวมความต้องการระบบของผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำความต้องการที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ และออกแบบระบบโดยใช้แผนภาพกระแสข้อมูลเพื่อแสดงให้เห็นถึงข้อมูลและการไหลของข้อมูล เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลที่น่ามาสู่การบริหารสินค้าคงคลังให้เกิดประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้านระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง ด้านวิเคราะห์ข้อมูลของต้นทุน และด้านระบบการจำแนกสินค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้วยการสร้างระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง กำหนดนโยบายจุดสั่งซื้อด้วยการสร้างกระบวนการกำหนดช่วงเวลาในการควบคุมสินค้าและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม มุ่งเน้นการวิเคราะห์ต้นทุนสินค้าอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญในการจำแนกสินค้า รวมไปถึงมีการวางแผนในการผลิตสินค้าภายในองค์กรเพื่อให้้องค์กรประสบความสำเร็จและทำให้ได้รับความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ภาวะผู้นำ โครงสร้างองค์กร สภาพแวดล้อมภายใน เป็นต้น เพื่อหาปัจจัยอื่นที่ทำให้ธุรกิจสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลังกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน กับกลุ่มตัวอย่างอื่นหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ธุรกิจ SMEs ธุรกิจอุตสาหกรรม หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น เพื่อศึกษาผลการวิจัยว่าหน่วยงานต่างๆ ซึ่งดำเนินกิจการที่แตกต่างกันออกไปมีผลการวิจัยเป็นอย่างไร หรือ ควรศึกษาตัวแปรตามตัวแปรอื่น เช่น ประสิทธิภาพขององค์กร เพราะ ประสิทธิภาพเป็นสิ่งซึ่งชี้ความสำเร็จขององค์กร เช่น ผลผลิต ตัวชี้วัดทางการเงิน อัตราความผิดพลาด หรือความจงรักภักดีของลูกค้า เป็นต้น เพื่อ

สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจให้บริหารงานและดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ เพื่อก่อประโยชน์สูงสุดในการบริหารจัดการองค์กรต่อไป

2. ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยนี้ สามารถนำผลจากการศึกษาวิจัยนี้ไปใช้ในการส่งเสริมกลยุทธ์การบริหารสินค้าคงคลัง ด้วยการการตลาดขององค์กร ด้วยการสร้างระบบการตรวจนับสินค้าคงคลัง โดยมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการตรวจนับสินค้าควบคู่ไปกับการใช้แรงงานคน เพื่อที่จะได้ทราบว่าควรสั่งซื้อจำนวนเท่าใด ซึ่งส่งผลให้ประหยัดในกระบวนการและการจัดส่ง เพื่อให้การดำเนินงานบริหารงานไปอย่างเรียบร้อยแล้ว เกิดรายได้และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นแนวทางการกำหนดนโยบายจุดสั่งซื้อด้วยการสร้างกระบวนการกำหนดช่วงเวลาในการควบคุมสินค้าและจุดสั่งซื้อที่เหมาะสม เพื่อมีสินค้าเพียงพอต่อการจำหน่าย และไม่ให้มีสินค้าคงคลังมากจนเกินไป เพราะถือเป็นการแบกภาระต้นทุนไว้เกินไป

เอกสารอ้างอิง

- ค่านาย อภิรัชญาสกุล. (2546). *โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน กลยุทธ์ทำให้รวยช่วยให้ประหยัด*. กรุงเทพฯ : โรงงานนันทพร.
- จิรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2548). “นักบริหาร,” *วารสารบริหารศาสตร์*. เมษายน – มิถุนายน.
- ธีรพงษ์ กลิ่นห้าวหาญ. (2553). *ระบบควบคุมสินค้าคงคลังสำหรับสินค้าไปรษณีย์ของคลังพัสดุไปรษณีย์เขต 5. ค้นคว้าอิสระ วท.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- นัยนา พึ่งธรรม. (2550.) *การประเมินผลระบบการบริหารสินค้าคงคลังโดยผู้ขายสำหรับงานบริหารเวชภัณฑ์ของโรงพยาบาลพื้นที่เขต 1 ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข. ค้นคว้าอิสระ วท.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- มุสดี ผลสารมย์. (2541.) *การศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- มุสดี ผลสารมย์. (2554). *ฝ่ายธุรกิจสายงานบริหารความเสี่ยงและบรรษัทภิบาล บมจ.ธนาคารกรุงไทย. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555. จาก <http://www.ktb.co.th>*.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (2555). *การได้เปรียบทางการแข่งขัน. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555. จาก <http://www.rmutp.ac.th/>*.
- วิจิตรา ประเสริฐธรรม. (2534). *การบริหารการผลิต*. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์.
- วิทยา ดำนธารงกุล. (2546). *การบริหาร Management*. กรุงเทพฯ : เว็บไซต์เอ็ดดูเคชั่น, 2546.
- วิโรจน์ พุทรวีถี. (2547). *การจัดการโลจิสติกส์ ขุมพลังของธุรกิจยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : โอเอซิสปรินทร์ติ้ง แอนด์ พับ ลิขซึ่ง.
- สถาบันอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2554). *สรุปสถานการณ์สิ่งทอ*. กรุงเทพฯ : สถาบันอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- สันห์ชัย กลิ่นพิกุล และยอดดวง พันธุ์นรา. (2529). *การบริหารการผลิต*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2529.
- สุทัศน์ รัตนเกื้อกัวาน. (2548). *การบริหารประสิทธิภาพการผลิต*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York : John Wiley & Sons.
- Back, H. J. (2006). *The Effects of Image Congruence on Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Lodging Industry*. Doctor's Thesis. New York : The Pennsylvania state University.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill Inc.