

# ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสองจังหวัดสมุทรปราการ

## Demand and operation of the business of importing used car spare parts in Samut

### Prakan Province

ศุรพัฒน์ ดิบวง

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสองจังหวัดสมุทรปราการ วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย ทางผู้วิจัยได้วางแผนความต้องการทางการตลาด โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มช่างซ่อมรถยนต์ และ กลุ่มช่างซ่อมอู่รถยนต์ ทางบริษัท จำหน่ายสินค้าทุกระดับเกรด เพื่อให้ลูกค้า ได้สัมผัสคุณค่าของการใช้งานของสินค้าที่ดี สิ่งที่ต้องดำเนินการทางธุรกิจโดยการสร้างแบรนด์สินค้า ให้เป็นที่รู้จัก ผ่านช่องทางออนไลน์ การฝึกและอบรมพนักงาน เพื่อให้มีคุณภาพ และ ประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี ในส่วนของยอดขายมีการคาดการณ์มาจากข้อมูลการขาย และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 10 % ทุก ๆ ปี เฉลี่ยยอดขายปีแรกเท่ากับ 3,216,500 บาท กลยุทธ์ด้านการจัดการการเงินมีการกำหนดนโยบายเงินสดสำรองไม่ต่ำกว่า 5,000,000 บาท เพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงินสำหรับเหตุฉุกเฉิน นโยบายการให้เครดิตกับลูกค้าเป็นเวลา 30 วัน และบริษัทมีการเพิ่มเงินทุนเพื่อทำให้บริษัทมีสภาพคล่อง ในการสั่งซื้อสินค้า และ โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท ซึ่งการกู้เงินนั้นใช้สินทรัพย์ คือที่ดินที่มีมูลค่า 4 ล้านบาท โดยระยะเวลาการกู้ 10 ปี ในส่วนกลยุทธ์ด้านการตลาดทางบริษัทได้ใช้ กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการเติบโตโดยการมุ่งเจาะตลาดในฐานลูกค้าเดิม กลยุทธ์การพัฒนาตลาด (Market Development Strategy) โดยเปิดช่องทางการจำหน่ายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook และ Instragram เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายขึ้น กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Strategy) โดยการนำสินค้าเดิม (อะไหล่มือสอง) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแข็งแกร่ง ทนทานแต่ไม่น่าซื้อเนื่องจากไม่สะอาดมาทำความสะอาด นำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้า

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน, ธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง ,กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์,กลยุทธ์การเจาะตลาด

## **ABSTRACT**

**Demand and operation of the business of importing used car spare parts in Samut Prakan Province**  
**The research purpose and to study** 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

**Results show that** the researcher has planned the marketing needs. The target customers are divided into 2 groups, namely, a group of auto mechanics and a group of auto repair technicians. The company sells products of all grades. to provide customers Experience the value of using a good product. What to do business by building a brand to be known through online channels Training and training of employees To provide quality and efficiency in serving customers as well As for sales, forecasts are based on sales data. and is expected to increase by about 10% every year, with average sales for the first year equal to 3,216,500 baht The credit policy to customers is 30 days and the company has increased the loan to make the company liquidity. in order and the company's infrastructure which the loan is based on assets is a land worth 4 million baht with a ten-year loan term. Market Penetration Strategy is a strategy that focuses on growth by focusing on the market in the existing customer base. Market Development Strategy by opening sales channels through social networks such as Facebook and Instagram to make it easier for customers to reach the store. Product Development Strategy by bringing original products (Second-hand spare parts), which is a quality product, durable, but not worth buying because it is not clean to clean. recycled to increase commercial value

**Keywords : operational needs, import business of used car parts , product development strategies, market penetration strategies**

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถทุกคันต้องการการซ่อมแซมไม่ช้าก็เร็ว ยิ่งรถอายุมาก ยิ่งต้องใช้เงินลงทุนมาก และในขณะที่จำนวนยานพาหนะบนถนนของเราเพิ่มขึ้นทุกปี ความต้องการส่วนประกอบก็เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจอะไหล่รถยนต์หากจัดอย่างเหมาะสมจะเป็นแหล่งรายได้ที่มั่นคงนอกจากอะไหล่แล้ว บริษัทฯ ยังสามารถจัดหาและจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลืองได้อีกด้วย ได้แก่ น้ำมันเครื่อง ไส้กรอง อุปกรณ์เสริมรถยนต์ และอื่นๆ เมื่อสร้างธุรกิจของตนเอง คุณต้องให้ความสำคัญกับภูมิภาคที่คุณวางแผนจะเปิดบริษัทบางทีอะไหล่อาจเป็นที่ต้องการอย่างมาก ไม่เพียงแต่สำหรับรถยนต์นั่งเท่านั้น แต่ยังรวมถึงรถบรรทุก รถโดยสาร หรือเครื่องจักรกลการเกษตรด้วย การลงนามในสัญญาจัดหาสินค้าให้กับ บริษัท รถยนต์ใด ๆ จะช่วยได้มาก ในกรณีนี้เปอร์เซ็นต์ของความน่าจะเป็นของผลสำเร็จของคดีจะเพิ่มขึ้นหลายเท่า

ในอนาคตข้างหน้า ระบบการผลิตอะไหล่และชิ้นส่วนรถยนต์ของไทย จะยังคงสามารถเติบโตต่อไปได้อีกเป็นอย่างมาก จากการคาดการณ์ปริมาณของการใช้รถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ชิ้นส่วนของรถจักรยานยนต์ ก็จะเป็นอีกหนึ่งตลาดที่ขยายตัวได้ดีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อันสืบเนื่องจากทำให้ธุรกิจเหล่านี้สามารถก้าวเดินต่อไปได้อย่างมั่นคง อาจจะต้องขอบคุณตลาดรถยนต์ในประเทศที่มีการพัฒนาจนฟื้นตัวกลับคืนขึ้นมาอีกครั้งได้

เมื่อการเพิ่มขึ้นของตลาดรถยนต์ ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์กันของยอดขายชิ้นส่วนที่เพิ่มขึ้นไปพร้อมๆ กัน การเติบโตของธุรกิจผลิตและนำเข้าอะไหล่ทดแทน มีแนวโน้มจะเพิ่มปริมาณมากขึ้น สังเกตได้จากการใช้ยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่มากขึ้นกว่าแต่ก่อน และยังไม่มิตีที่ว่าผู้คนจะลดความต้องการปัจจัยเหล่านี้น้อยลงแต่อย่างใด บวกกับโอกาสทางธุรกิจเอกชนที่มีกำลังในการจ่าย ยิ่งช่วยเสริมทัพให้ธุรกิจนี้ดำเนินหน้าต่อไปได้ อุปกรณ์ที่เหล่านี้จะเริ่มมีประโยชน์กับรถยนต์ที่มีอายุการใช้งานตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป อะไหล่ต่างๆ จะเริ่มเสื่อมสภาพและค่อนข้างเก่า เป็นปัญหาที่ผู้ใช้รถยนต์ต้องแบกรับในส่วนของค่าซ่อมบำรุง การดูแลรักษา และการใช้งานที่จำกัดมากขึ้น แต่เนื่องจากความปลอดภัยในการขับขี่ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น และทุกคนต่างตระหนักดีว่า อย่างไรเสียก็ต้องยอมควักกระเป๋าจ่ายตอนนี้ ดีกว่าเสียย่อยเสียดายในภายหลัง อะไหล่ทดแทนจึงเข้ามามีบทบาทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อทดแทนในส่วนที่สึกหรอหรือเสียหายจนไม่สามารถใช้งานต่อไปได้ เป็นผลให้อะไหล่ เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ปัจจุบันเพื่อนำมาปรับเข้ากับธุรกิจของผู้วิจัยที่ทำธุรกิจด้านขายอะไหล่รถมือสองออนไลน์

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสองและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง
3. เพื่อศึกษาแผนธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ปัจจุบันเพื่อนำมาปรับเข้ากับธุรกิจของผู้วิจัยที่ทำธุรกิจด้านนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง

## การทบทวนวรรณกรรม

กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้ในธุรกิจ คือ

1. นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์/บริการ บริษัทมีการนำเอาคอมพิวเตอร์ และชุดโปรแกรม ซึ่งเป็น โปรแกรมเกี่ยวกับงานจำหน่ายอะไหล่รถยนต์โดยตรง มาเป็นเครื่องมือช่วยในการจัดระบบสต็อกสินค้า การจำหน่ายสินค้า และให้บริการลูกค้า
2. การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ สินค้าและบริการเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ดังนั้น บริษัทได้มีนโยบายในเรื่องนี้มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัท คือเน้นหนักในเรื่องคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน สินค้ามีการรับประกันทุกชิ้น การบริการที่ประทับใจ
3. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ ทาง บริษัท มีการหาข้อมูลเกี่ยวกับรุ่นรถยนต์ที่ออกมาใหม่จากค่ายผู้ผลิตรถยนต์อย่างต่อเนื่อง และ หาข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มช่างซ่อมรถยนต์เป็นอันดับแรก เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าชิ้นส่วนอะไหล่ชนิดใดมีการชำรุดบ่อย เพื่อที่จะเตรียมความพร้อมในการเก็บสต็อกสินค้าชนิดนั้น และมีการอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่กับลูกค้าได้อย่างชัดเจน
4. การตั้งราคา ก่อนที่จะตั้งราคาสินค้านั้น เราต้องรู้ต้นทุนธุรกิจของตัวเองให้ครบไม่ตกหล่น เพราะเราต่างก็รู้ว่าถ้ากำไรเกิดจากรายได้ที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่ายต่างๆ หากลืมนำต้นทุนตัวใดตัวหนึ่งมาคิด เราอาจวางแผนการขายผิดพลาดจนธุรกิจขาดทุน สำหรับการตั้งราคานี้เรามากจะมีพื้นฐานมาจากต้นทุนของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการต้องตั้งราคาให้สามารถ แข่งขันได้บนพื้นฐานความสมดุลระหว่างความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย
5. การบริหารช่องทางการจำหน่าย บริษัท มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า คือ จำหน่ายที่ บริษัท โดยตรง และ จำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Line, เว็บบ Kaidee

### ภาพรวมพิธีการนำเข้า

1. การโอนถ่าย หรือยื่นข้อมูลใบขนสินค้า ในขั้นตอนแรก ผู้ที่นำสินค้าเข้าจะต้องบันทึกข้อมูลบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ของทุกๆ รายการเข้าไปในผ่านทางระบบ Service Counter ซึ่ง โปรแกรมนี้จะ

แปลงข้อมูลบัญชีราคาสินค้าให้เป็นข้อมูลใบขนสินค้าให้อัตโนมัติ โดยผู้นำสินค้าเข้านั้นสามารถใช้เอกสารใบขนส่งสินค้าที่ถูกแปลงข้อมูลมานำส่งทางกรมศุลกากรผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ทันทีจากนั้นเมื่อกรมศุลกากรได้รับข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลในเบื้องต้นในใบขนส่งสินค้า เพื่อดูว่า ชื่อ และที่อยู่ของผู้นำเข้า เลขประจำตัวผู้เสียภาษี พิกัดอัตราศุลกากร และราคาของสินค้านั้นมีความถูกต้องหรือไม่ ถ้าหากมีการพบว่าข้อมูลที่เรารอกไปนั้นยังมีข้อผิดพลาด ทางกรมศุลกากรก็จะแจ้งข้อมูลเหล่านั้นกลับมาเพื่อให้เราได้แก้ไขให้ถูกต้องเพื่อส่งไปให้กับทางกรมศุลกากรใหม่อีกครั้ง ซึ่งเมื่อพบว่าข้อมูลของเราถูกต้องครบถ้วนแล้ว กรมศุลกากรจะออกใบเลขที่ขนสินค้าขาเข้าให้กับผู้ยื่น

2. การตรวจสอบพิสูจน์ข้อมูลอย่างละเอียด ในขั้นตอนนี้จะเป็นการตรวจสอบเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กรมศุลกากรกำหนดไว้อย่างละเอียด โดยดูจากข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ยื่นให้กับกรมศุลกากร ซึ่งในขั้นตอนนี้สินค้าจะถูกแยกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ใบขนสินค้าขาเข้าประเภทที่ไม่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Green Line) สามารถนำใบขนสินค้าขาเข้าไปชำระภาษีอากร และวางประกันที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถเลือกชำระได้ที่กรมศุลกากร ชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือจะชำระที่ธนาคารก็ได้

2.2 ใบขนสินค้าขาเข้าประเภทที่ต้องตรวจสอบพิธีการ (Red Line) จะต้องนำ ใบขนสินค้าไปติดต่อกับหน่วยงานประเมินอากรของท่าที่นำเข้าสินค้านั้น ๆ

3. การตรวจและการปล่อยสินค้า หลังเสร็จสิ้นขั้นตอนการตรวจสอบความเรียบร้อย สถานะการปล่อยสินค้าจะถูกส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ไปที่ท่าเรือ เมื่อผ่านการชำระภาษีอากรที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้ว ข้อมูลของสินค้าจะถูกตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียดอีกครั้ง พร้อมทั้งผ่านการเปิดตรวจ หรือยกเว้นการตรวจ ถ้าหากใบขนสินค้านั้นได้รับการยกเว้น โดยหลังจากผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว สถานะการปล่อยสินค้าจะถูกส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ไปที่ท่าเรือที่ได้กำหนดไว้ และสามารถนำเข้าสินค้าได้

การวางแผนกลยุทธ์ในอุตสาหกรรม

1. กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy) เน้นการเติบโตโดยการมุ่งเจาะตลาดในฐานลูกค้าเดิมโดยเพิ่มยอดขายหรือปริมาณการสั่งซื้อของสินค้าประเภทที่กำลังได้รับความนิยมเช่น เพื่อย้ายเพลากำลัง เป็นต้น โดยจัดแคมเปญการให้ราคาพิเศษกับกลุ่มลูกค้าเก่าและกลุ่มช่างซ่อมรถที่ซื้อสินค้าจากร้านเป็นประจำเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี รวมถึงสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าเช่นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เป็นสินค้านำเข้าซึ่งมีความแข็งแกร่งทนทานกว่าสินค้าลอกเลียนแบบ การรับประกันสินค้าซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น เกิดการบอกต่อปากต่อปาก การเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการช่างซ่อมรถ โดยจะมีการให้ราคาพิเศษหากมีการสั่งซื้อจำนวนมาก หรือซื้อซ้ำ

2. กลยุทธ์การพัฒนาตลาด (Market Development Strategy) เน้นการเปิดช่องทางการจำหน่ายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น Facebook และ Instragram เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายขึ้น ลด

อุปสรรคหรือข้อจำกัดในเรื่องของการเดินทาง ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางร้านค้าออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการของลูกค้า

3. กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Strategy) โดยการนำสินค้าเดิม (อะไหล่มือสอง) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแข็งแรงทนทานแต่ไม่น่าซื้อเนื่องจากไม่สะอาดมาทำความสะอาด และทำให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานมากที่สุดซึ่งจะทำให้สินค้าเดิมดูสวยงามน่าซื้อ

ขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท เริ่มจากการซื้อของจากประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อแบบ Pre-order มีการสั่งซื้อได้ผ่านทางเว็บไซต์ หรือสั่งซื้อผ่านผู้ขายในประเทศไทยที่รับ Pre-order จากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. รู้จักผู้ผลิตและแหล่งในการซื้อสินค้า เช่นผู้ผลิตรายใดเชี่ยวชาญชิ้นส่วนยานยนต์ประเภทใด
2. เข้าใจเรื่องการจัดส่ง จะขอแยกเว็บสั่งของออนไลน์ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ ที่ได้พูดถึงไป ดังนี้
  - กลุ่มเว็บที่จัดส่งถึงประเทศไทย ปกติถ้าหากเป็นเว็บซื้อ-ขายสากล เช่น Amazon Japan, Rakuten จะมีบริการจัดส่งประเทศไทยให้อยู่แล้ว แต่ข้อควรระวังสำหรับคนที่ซื้อปราคารวมค่าส่งเกิน 1,500 บาท จะมีภาษี
  - กลุ่มเว็บที่จัดส่งประเทศไทย สำหรับกรณีที่เว็บไหนไม่จัดส่งภายนอกประเทศ แนะนำว่าให้ติดต่อกับชิปปิ้งที่ให้บริการส่งสินค้า จากนั้นให้ใช้ที่อยู่โกดังชิปปิ้งในประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้ทำการส่งสินค้าไปยังสถานที่ดังกล่าว แล้วชิปปิ้งจะดำเนินการส่งมาให้ถึงมือผู้ซื้อในเมืองไทยอีกต่อ ซึ่งข้อดีของการจัดส่งผ่านชิปปิ้งคือ บางผู้ให้บริการจะคิดราคาค่าขนส่งจะรวมภาษีนำเข้าเอาไว้หมดแล้ว ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อลดต้นทุนเรื่องภาษีนำเข้าเช่นกัน บริษัทชิปปิ้ง รับนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่น มีดังต่อไปนี้
    - Yamatobid เป็นหนึ่งในวิธีที่ดีที่สุดในการประหยัดเงินในการนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่น ภาษีถูกๆ บริษัทยักษ์ใหญ่!! มันเคยใช้เวลานานมากในการได้รับแพ็คเกจ แต่เมื่อเร็ว ๆ นี้ มันได้รับการปรับปรุงและโดยพื้นฐานแล้ว - คุณได้สิ่งที่คุณจ่ายไป หากคุณซื้อราคาถูกอย่าคาดหวังที่ยอดเยี่ยม ถ้าคุณจ่ายมากกว่าปกติ คุณจะได้อะไรที่คุณสั่ง
    - Nonbiris8 เป็นบริษัทรับนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่นที่น่าตื่นตาตื่นใจ ให้ความสนใจกับความคิดเห็นของผู้ซื้อและเตรียมพร้อมสำหรับเวลาจัดส่งที่ยาวนานจากประเทศญี่ปุ่นและคุณจะไม่ผิดหวัง เราเป็นลูกค้ามาหลายปีแล้วที่ซื้อกีตาร์เบสแบบกำหนดเองไปจนถึงถุงเท้า การซื้อครั้งล่าสุดของเราคืออิโมต IR สากลที่ใช้งานได้กับ Google Assistant ทำให้สามารถควบคุมเครื่องปรับอากาศ ทีวี และซาวด์บาร์ด้วยเสียงได้ในราคาประมาณ 450 บาท รวมค่าเคเบิลและเคสียร์ภาษี นี่คือนายชิปปิ้งญี่ปุ่นแนะนำ
3. เข้าใจวิธีสั่งซื้อสินค้าญี่ปุ่น วิธีสั่งของจากญี่ปุ่น ผ่านเว็บที่แนะนำมาว่าขั้นตอนคร่าว ๆ ทำอย่างไรบ้าง
  - Amazon Japan เว็บนี้มีภาษาอังกฤษให้เลือกจึงเข้าใจได้ง่าย ทำการสมัครสมาชิกให้เรียบร้อย เลือกสินค้าที่ต้องการใส่ตะกร้า เมื่อได้สินค้าครบตามต้องการให้เลือก Shipping

& Payment ใใส่ข้อมูลปลายทางที่ต้องการจัดส่งให้เรียบร้อย ชำระเงิน เท่านั้นก็รับสินค้าได้  
เลย

- Yahoo Auction Japan เว็บไซต์ประมูลมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ประมูลสินค้าที่ต้องการ เมื่อชนะการ  
ประมูล ติดต่อกับทางชิปปิ้งที่มีบริการจัดส่งสินค้าจากญี่ปุ่นมาไทยให้เรียบร้อย ซึ่งแต่ละ  
เจ้าก็จะมีวิธีให้บริการต่างกัน เช่น ก้อบปี๋ลิงค์สินค้าที่ต้องการประมูลชนะให้กับเจ้าหน้าที่  
ระบุที่อยู่เมืองไทย ก็จะคิดราคาค่าใช้จ่ายมาให้ หรือบางเจ้าให้นำเอาที่อยู่โกดังในญี่ปุ่นไป  
กรอกกับทางเว็บโดยตรง เป็นต้น (แนะนำว่าควรติดต่อล่วงหน้ากับชิปปิ้งก่อนเริ่มต้น  
ประมูล เพื่อรู้ขั้นตอนอย่างถูกต้องของผู้ให้บริการนั้น ๆ)

เมื่อสินค้ามาถึงประเทศไทย ผู้นำเข้าต้องยื่นใบขนสินค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องสำหรับการ  
นำเข้ากับเจ้าหน้าที่ศุลกากร ณ ท่าที่นำเข้า การส่งมอบสินค้าที่นำเข้าจะได้รับการอนุญาตจาก  
เจ้าหน้าที่ศุลกากรหลังจากสินค้า มาถึงท่าและได้ชำระภาษีอากรเรียบร้อยแล้ว ผู้นำเข้ามีความ  
รับผิดชอบในการเตรียมสินค้าเพื่อการตรวจสอบ และปล่อยสินค้าออกจากอารักขาของศุลกากร  
นอกจากนี้ในบางกรณีผู้นำเข้ายังต้องขอใบอนุญาตในการนำเข้าสำหรับสินค้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ  
ประเภทสินค้า สินค้าบางรายการต้องได้รับการอนุญาตให้นำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อน  
การนำเข้าสินค้า

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้  
ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับหัวข้อวิจัยความต้องการ  
และการดำเนินงานธุรกิจนำเข้าสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง โดยแบบสอบถามได้สร้างจากความหมายและ  
แนวคิดทฤษฎีส่วส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการซื้อขายอะไหล่รถยนต์มือสอง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์มือสอง

### ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่าง คือ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอะไหล่รถยนต์มือสอง จำนวน 70  
ร้านค้า ช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ วันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2565 ถึง 30 ตุลาคม พ.ศ. 2565  
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 60 วัน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ คือ แบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวางแผนและปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. นำแบบทดสอบที่สมบูรณ์ที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในสื่อสังคมออนไลน์
2. แจกแบบสอบถามโดยขอความร่วมมือ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มเลือกมาจำนวน 70 ร้านค้า
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อความที่กลุ่มตัวอย่างได้กรอกรายละเอียดลงในแบบสอบถาม
4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สรุปผลเป็นค่าเฉลี่ย และอัตราร้อยละ ใช้การพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเน้นการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมนี้ จะต้องเป็นไปตามกรอบแนวความคิดของงานวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถตอบคำถาม หรือประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งได้แก่

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) กราฟและแผนภูมิรูปภาพ
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการซื้ออะไหล่รถยนต์มือสองในกลุ่มสังคมออนไลน์ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) กราฟและแผนภูมิรูปภาพ
3. แบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกอะไหล่รถยนต์มือสองในกลุ่มสังคมออนไลน์ ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) กราฟและแผนภูมิรูปภาพ

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มากที่สุด ร้อยละ 52.9 และเพศหญิง ที่ร้อยละ 47.1 ตามลำดับ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากที่สุด อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 50 และอายุ 31-40 ปีที่ร้อยละ 34.3 ตามลำดับ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพ มากที่สุด โสด ร้อยละ 64.3 และสมรส ที่ร้อยละ 27.1 ตามลำดับ
4. ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา มากที่สุดปริญญาตรี ร้อยละ 38.6 และอนุปริญญา/ปวส. , มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ที่ร้อยละ 24.3 ตามลำดับ
5. ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ มากที่สุด พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.3 และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ร้อยละ 17.1 ตามลำดับ



6. ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน มากที่สุด 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 52.9 และ 30,001-50,000 บาท ที่ร้อยละ 25.7 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรม และ ประสิทธิภาพการเลือกใช้บริการอะไหล่รถยนต์

1. จุดประสงค์ในการมาใช้บริการซื้ออะไหล่รถยนต์ส่วนใหญ่ของท่าน มากที่สุด ซื้อไปซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 45.7 และ ซื้อไปใช้เอง ที่ร้อยละ 34.3 ตามลำดับ

2. ท่านชอบลักษณะการให้บริการแบบใด มากที่สุด การให้บริการผ่านหน้าร้าน ร้อยละ 47.1 และการให้บริการผ่านทางออนไลน์ ที่ร้อยละ 27.1ตามลำดับ

3. การใช้บริการบ่อยแค่ไหน มากที่สุด อาทิตย์ละครั้ง ร้อยละ 35.7 และ รถส่วนตัว ที่ร้อยละ 31.4 ตามลำดับ

4. การใช้บริการในช่วงใด มากที่สุด วันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 48.6 และ วันธรรมดา ที่ร้อยละ 35.7 ตามลำดับ

5. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง มากที่สุด รถส่วนตัว ร้อยละ 67.1และ รถโดยสารประจำทาง ที่ร้อยละ 31.4 ตามลำดับ

6. ระยะเวลาในการมาใช้บริการแต่ละครั้ง มากที่สุด 1-2 วัน ร้อยละ 45.7 และ 3-4 วัน ที่ร้อยละ 38.6 ตามลำดับ

7. ประเภทสินค้าใดที่ลูกค้า/ท่าน เลือกซื้อ มากที่สุด เครื่องยนต์ ร้อยละ 14.3 และ เครื่องยนต์, เกียร์, ช่วงล่าง ที่ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

8. การมาใช้บริการส่วนใหญ่ที่ลูกค้ามาเลือกใช้บริการแบบใด มากที่สุด รับสินค้าผ่านทางหน้าร้าน ร้อยละ 42.9 และ รับจองสินค้าล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ , ผ่าคนรู้จักมาซื้อ ที่ร้อยละ 27.1 ตามลำดับ

9. ราคาสินค้าที่ท่านมาซื้อต่อครั้งส่วนใหญ่อยู่ในช่วงราคาใด มากที่สุด 1,000-2,000 บาท ร้อยละ 38.6 และ 2,000-3,000 บาท ที่ร้อยละ 27.1 ตามลำดับ

10. การจองสินค้าผ่านช่องทางใด มากที่สุด จองสินค้าผ่านทางหน้าร้าน ร้อยละ 51.4 และ โทรศัพท์ ที่ร้อยละ 32.9 ตามลำดับ

11. การเลือกแหล่งข้อมูลบริษัทในช่องทางใดมากที่สุด เว็บไซต์ของบริษัท, Facebook(รีวิวสินค้า) ร้อยละ 37.1 และ Facebook(รีวิวสินค้า) ที่ร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้บริการอะไหล่รถยนต์

1. ด้านอะไหล่รถยนต์ที่ท่านต้องการเลือกซื้อท่านคำนึงถึงสิ่งใดมากที่สุด มากที่สุด ประเภทสินค้า ให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 61.4 และ รูปแบบลักษณะสินค้า ที่ร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออะไหล่รถยนต์นำเข้า มากที่สุด ราคาสินค้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ร้อยละ 52.9 และ วิธีการชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง ที่ร้อยละ 24.3 ตามลำดับ

3.ช่องทางการด้านการจำหน่ายของบริษัทเราที่ตรงใจ มากที่สุด ช่องทางในการจองสินค้าของบริษัทที่มีความหลากหลาย ร้อยละ 32.9 และ ความสะดวกรวดเร็วในการนัดรับจองสินค้าของบริษัททางอินเทอร์เน็ต ที่ร้อยละ 24.3 ตามลำดับ

4.บริษัทเราควรที่จะใช้สื่อออนไลน์ผ่านช่องทางไหนที่ท่านสะดวกที่สุดและโดนใจมากที่สุด รายการของแถม รวมไปถึงส่วนลด มีความเหมาะสม ร้อยละ 30.0 และ การโฆษณาต่อประชาสัมพันธ์ทั้งมี website ,facebook,Line ของบริษัทเราเอง , การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษในด้านต่างๆ ที่ร้อยละ 27.1 ตามลำดับ

5.ด้านบุคลากรของบริษัทที่ท่านผู้ใช้บริการต้องการ มากที่สุด พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในการให้บริการอย่างแม่นยำ และสามารถจดจำลูกค้าได้เป็นอย่างดี ร้อยละ 32.9 และ พนักงานสามารถเข้าใจในความต้องการของลูกค้า สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ที่ ร้อยละ 22.9 ตามลำดับ

### การอภิปรายผล

การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศนั้น ยังมีความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ ประชาชนในประเทศมีสินค้าอุปโภค บริโภคสมบูรณ์และราคาที่เหมาะสม การนำเข้าสินค้า เป็นการเพิ่มการลงทุน ทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้านำเข้าจากประเทศอุตสาหกรรม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นที่ต้องการอย่างมากของตลาด สินค้าใดที่ผลิตในประเทศหนึ่งไม่ได้ ก็สามารถซื้อหาจากประเทศอื่นได้ ทำให้แต่ละประเทศมีสินค้าสนองความต้องการได้มากขึ้น สินค้าใดถ้าแม้จะผลิตในประเทศได้ แต่มีต้นทุนสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ประเทศนั้น ก็จะไม่ผลิต แต่จะเลือกผลิตแต่สินค้าที่มีต้นทุนสูงหรือต่ำกว่าและมีความถนัด แล้วส่งไปขายแลกเปลี่ยนกัน เราจะได้สินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาถูกกว่าที่จะผลิตเอง ในปัจจุบันการนำเข้าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาขาย กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ในบรรดาพ่อค้าแม่ขายหน้าใหม่ ที่ต้องการอยากมีอาชีพเสริม หรือประกอบเป็นอาชีพหลัก เพราะเป็นโมเดลธุรกิจอย่างง่าย ๆ เหมาะสำหรับคนที่ชอบทำธุรกิจ “ซื้อมาขายไป” แคมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศยังมีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ทั้งคุณภาพและรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ธุรกิจขายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศพอมີคู่แข่งและโอกาสอยู่พอสมควร

### ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายอะไหล่รถยนต์มือสองก็มีมากมายหลากหลายในโลกและเจ้าของธุรกิจในไทยส่วนใหญ่ก็มีการนำเข้าของอะไหล่รถยนต์มือสองบางรุ่นที่หาไม่ได้ มาจำหน่ายแต่นำเข้าอะไหล่หลักๆมาจาก ประเทศ ญี่ปุ่น,จีน,สหรัฐอเมริกาและเยอรมัน เพราะมีสเปครถยนต์เหมือนกัน แต่ถารถยนต์มีอะไหล่บางตัวเสียและ ต้องจอดนิ่งๆที่อู่รอส่งอะไหล่ให้นำเข้ามาจากต่างประเทศก็เกรงว่าจะช้า จึงต้องมีการ

สต็อกสินค้าอะไหล่รถยนต์ หลากหลายรุ่น ทั้งชิ้นเล็กชิ้นน้อยตั้งแต่ น็อต ฝ้าย ฝาหน้า กระจก และชิ้นใหญ่อย่าง เครื่องยนต์ กันชนหน้ากันชนหลัง หัวตัด ฝ้ายตัด ฯลฯ เพื่อรองรับลูกค้าและธุรกิจอะไหล่รถยนต์มือสองที่มีมากมายในไทยแต่คนส่วนใหญ่รวมถึงผู้ประกอบการก็จะรู้จักเชียงใหม่เพราะที่นั่นคือแหล่งรวมอะไหล่รถยนต์มือสองมากที่สุดมีให้เลือก มากมายหลากหลายยี่ห้อตั้งแต่ มอเตอร์ไซค์ รถเก๋ง จนไปถึงอะไหล่รถบรรทุก หลัๆในเชียงใหม่นำเข้าอะไหล่มาจากญี่ปุ่น และอันดับสองคือจีน ปัญหาในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดคือการจัดเก็บสินค้าอะไหล่รถยนต์ในคลังสินค้าของเมืองเชียงใหม่ที่ไม่มีความเป็นระเบียบไม่มีการจัดหมวดหมู่หรือแยกประเภทตัวสินค้าและไม่มีระบบWMSมาช่วยในการจัดการคลังพอ สินค้าทำให้มีการสูญหายของสินค้าที่หาไม่เจอเพราะวางจนล้นตำแหน่งที่ไว้และไม่มีการเช็คสต็อกได้ว่า ของชิ้นดังกล่าวอยู่ที่ไหนทำให้เกิดการสูญหายและขาดทุน ผู้วิจัยจึงขอเสนอระบบการจัดการคลังสินค้าเพื่อเพื่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### เอกสารอ้างอิง

กุลกัญญา บุญปะบุตร. (2550). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณัฐพล ศรีไทย. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ ของลูกค้าในจังหวัด*

*พระนครศรีอยุธยา*. ภาคนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

พันธศักดิ์ จินดามัย. (2549). *ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค*

*ใน* *ทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง*. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์

อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต. (ธุรกิจอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วัลดา ปัญญาสาพร. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งใหม่ของ*

*ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. ปริญญาานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ).

ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อิงอร ชัยยันต์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภคในเขต*

*กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ:

เอกศิลป์ รุจิระกำจรชัย. (2548). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรถยนต์นั่งขนาด*

*เล็กของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บช.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรเทพ เจริญธรรม. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฮบริด กรณีศึกษา Toyota Prius. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยเนชั่น, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.

แคร์ริยา กุฬพัฒน์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า นีว วีออส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.

สิริกร แสนชัยนาท. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, สาขาวิชาการตลาด.