

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการชั้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลง
เขตการค้าเสรีอาเซียน

The Competitive Situation Analysis of Thai Automotive-Part Manufacturers
Under Asean Free Trade Area Agreement

ภัทรเวช ราาราเวชรักษ์¹, พีรภพ จอมทอง², ชูศักดิ์ พรสิงห์^{3*}, ทองแท่ง ทองลิม⁴

Patrawet Tharawetcharak¹, Peerapop Jomthong², Choosak Pornsing^{3*}, Thongtang Thonglim⁴

^{1,2,3}หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

*Corresponding author: pornsing_c@su.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการกำหนดสภาพการแข่งขัน และวิเคราะห์กลยุทธ์ ของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมในประเทศไทยเกิดการแข่งขันที่เปลี่ยนไปจากเดิม ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ งานวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลโดยทำการวิจัยเชิงสำรวจของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 ของโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชั้นส่วนยานยนต์มากขึ้นภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน แต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับตัวรับการแข่งขัน โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องศึกษาในภาวะแข่งขัน แนวโน้มในการพัฒนาขีดความสามารถและนวัตกรรมของคู่แข่งในอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ และการแก้ปัญหาการขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีทักษะจำานวนมาก ซึ่งจากการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ทำให้เห็นว่ารัฐบาลควรกำหนดนโยบายที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นระหว่างลูกค้าประจำกับบริษัทผู้ผลิต มีการกำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมตราสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มต่อร์ เพื่อผลักดันให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ดังนั้นผู้ประกอบการก็ควรมีนโยบายบริหารด้านการตลาดที่ซัดเจนด้วย

คำสำคัญ: เขตการค้าเสรีอาเซียน, ตำแหน่งการแข่งขัน, บริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย, อุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์

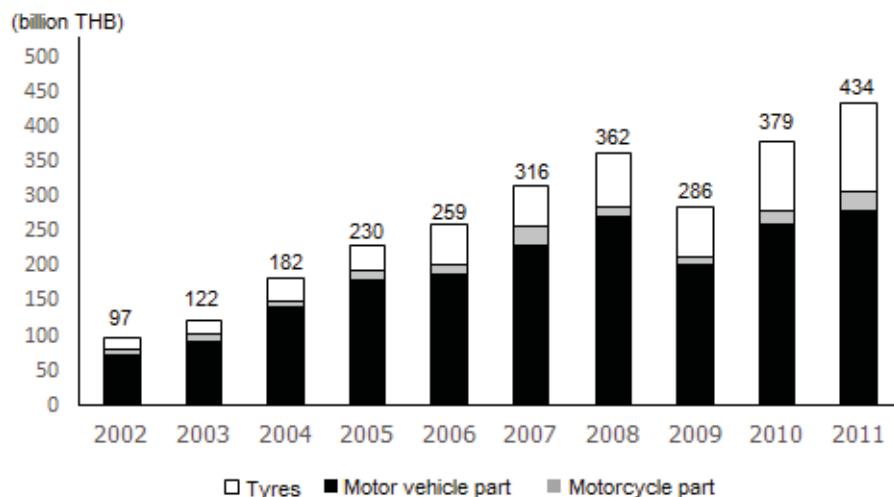
Abstract

This research aims to study the competition situation and to analyze the strategies of Thai small and medium enterprise under ASEAN free trade area agreement. Thai manufacturers should improve themselves rigorously; especially, in Thai automotive-part industry. This research started with the survey study which was conducted on the second and the third tier manufacturers of Thai automotive industry structure. The results show that Thailand is still increasing in growth rate of automotive-part industry under ASEAN free trade area agreement. However, most of Thai automotive-part manufacturers need to improve their competitiveness; specifically, they need to study the competitive situation, capability improvement, and innovation of competitors in automotive-part industry, and solve the problem of skilled worker scarceness. As the result from TOWS matrix analysis, it shows that the government should pursue a policy that strengthen the reliability between customer and manufacturers, and support brand building for manufacturers. Furthermore, the manufacturers should build their own cluster for product development and promote a distinct marketing policy.

1. บทนำ

ประเทศไทยมีความสามารถเป็นอันดับต้น ๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์จากการศึกษาข้อมูลของสถาบันยานยนต์ประเทศไทยมีการผลิตยานยนต์ทุกประเภทเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (2.456 ล้านคัน) ในปี พ.ศ. 2558 [1] และมีมูลค่าการ

ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยที่ต่อเนื่อง (ดังรูปที่ 1) จึงทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการที่จะส่งเสริมความเข้มแข็งและเป็นตัวจกรกลตัวหนึ่งที่จะนำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักเศรษฐกิจได้ปานกลาง



รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย พ.ศ.2545-2554

ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ.2555-2559 (ม.ท.ป.2555)

โดยมีงานวิจัยที่ได้ทำการวิเคราะห์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการแบ่งงำนระหว่างประเทศไทยที่มีการพัฒนาในหมู่ประเทศอาเซียน พบว่าไม่สามารถถือครอง地位ที่มีความสำคัญในด้านการผลิตที่ต่ำจะส่งผลต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาทรัพยากรแรงงานได้ [2] และจากการวิจัยผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยในปัจจุบันนี้ เผย พบว่าความสามารถในการผลิต มีอิทธิพลต่อกลุ่มธุรกิจการผลิตอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่กลุ่มธุรกิจการผลิตยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์รายใหญ่ของอินโดネเซีย [3]

ซึ่งส่วนหนึ่งของความสำเร็จมาจากการความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุตสาหกรรมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ในลำดับที่ 2 และ 3 (Tier 2, 3) ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รองรับบริษัทผู้ผลิตยานยนต์ (Makers) จากต่างชาติ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2503 [1,4] โดยอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ประมาณ 1,657 ราย และมีจำนวนโรงงานยานยนต์และจักรยานยนต์ประมาณ 2,237 แห่ง

ซึ่งส่วนมากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ดังกล่าวจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ในกลุ่ม ลำดับที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็น SMEs ของไทย อย่างไรก็ตามหลังจากที่ได้มีการเปิดเสรีทางการค้า ในชั้นแรก โดยที่ประเทศไทยสมาชิกเดิม 6 ประเทศ (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย พิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบруไน) ได้ทำการลดภาษีการค้าระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ไปแล้วตั้งแต่ต้นปี 2553 นั้น โดยในปี 2558 การเปิดเสรีทางการค้าภายใต้การรวมกลุ่ม เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) ที่จะมีผลบังคับใช้กับอีก 4 ประเทศอาเซียนที่เหลือ หรือกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ซึ่งส่งผลทำให้ทิศทางการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จากการที่ปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่างมองไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อกระจายออกไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค

แม้ว่าโดยรวมแล้วผลของการเปิดเสรีดังกล่าวจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย แต่จากสถานการณ์แรงงานและค่าจ้างแรงงานในปัจจุบันของไทย ทำให้มีโอกาสที่จะสูญเสียความน่าลงทุนให้กับประเทศไทยที่เป็นคู่แข่งของไทยในการเป็นฐาน

การผลิตรายงานต์ จากข้อมูลของ ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) [5] ที่มีการประมวลข้อมูลจาก International Trade Center [6,7,8] ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทย 6 ประการ ดังนี้

1. สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทย
2. สภาวะขาดแคลนวัตถุดิบและราคาสุดที่สูงขึ้นในการผลิตยานยนต์และชั้นส่วนยานยนต์
3. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการของประเทศไทยคู่ค้าและคู่แข่งขันของไทย
4. ปัญหาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทย
5. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลไทยกับผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทย
6. ปัจจัยด้านภัยพิบัติของไทยและประเทศไทยค่าวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไทย มีผลทำให้ประเทศต้องลดกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ จึงส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมีความมุ่งหมายที่จะวิเคราะห์หา สภาวะการแข่งขันและวิเคราะห์กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ชั้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อให้ทราบถึง จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานรวมถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจ ของผู้ประกอบการชั้นส่วนยานยนต์ไทย อีกทั้งถึงข้อเสนอแนะ อื่น ๆ ที่มาจากการวิจัย ซึ่งมีผลต่อการอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทย [4,6]

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเป็นการกำหนดสภาวะการแข่งขัน และวิเคราะห์กลยุทธ์ ของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทยลำดับที่ 2 และ 3

3. วิธีการวิจัย

3.1 การศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการชั้นส่วนยานยนต์ไทยเกี่ยวกับตำแหน่งการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเมื่อเทียบกับประเทศไทยคู่แข่งที่

สำคัญ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทย [4] และความต้องการของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสที่ส่งผลต่อกลุ่มบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่อยู่ในลำดับ 2 และ 3

3.2 ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ในการวิจัย

3.2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแบ่ง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกจะเป็น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัย เช่น การศึกษาทิศทางของ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอนาคต [6] การศึกษาแผนแม่บท อุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 [9] การวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรม ยานยนต์ [10] และกลุ่มที่สองจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า ทางอินเทอร์เน็ต เช่น สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรม เจรจาการค้าระหว่างประเทศ สถาบันยานยนต์ไทย สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ การค้าสินค้า และสถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

3.2.2 สร้างแบบสอบถาม โดยการสร้างแบบสอบถามจะ เป็นการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการสำรวจและรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ ไทยในลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 (ผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นผู้มีตำแหน่ง หน้าที่ระดับผู้จัดการ วิศวกร หรือหัวหน้างาน ขึ้นไป) เพื่อให้ได้ ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งปลายปิดและปลายเปิด และมีการตรวจสอบมาตรฐานของแบบสอบถามโดย ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของตัวแบบสอบถามที่ ใช้ในการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์สำหรับการวิจัย ในครั้งนี้ รวมถึงใช้ทฤษฎี SWOT มาใช้ในการวิเคราะห์หา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค จากแบบสอบถาม ซึ่ง ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วน ยานยนต์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิต ชั้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย [4]

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วน ยานยนต์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

โดยในส่วนที่ 3, 4, 5 ของแบบสอบถามจะถูกนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานแล้วจึงใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ในการวิเคราะห์ จากนั้นจึงนำมายเคราะห์ต่อโดยทฤษฎี SWOT

เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงโดยผู้ทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์การหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) จากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย วีก 4 บริษัท ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความเชี่ยวชาญและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน และมีการกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีต่อข้อคำถาม แต่ละข้อโดยใช้ระดับความคิดเห็น 4 ระดับดังนี้

ระดับ 1 คือ ไม่สอดคล้อง

ระดับ 2 คือ สอดคล้อง

ระดับ 3 คือ สอดคล้องค่อนข้างมาก

ระดับ 4 คือ สอดคล้องมาก

ซึ่งค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายข้อของแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จะต้องมีค่ามากกว่า 0.08 และถ้าแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดจะมีค่าเท่ากับ 1.00

โดยวิธีการคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (I-CVI) สามารถคำนวณด้วยวิธีการดังแสดงในสมการที่ 1

$$I - CVI = \frac{R}{N} \quad (1)$$

เมื่อ R แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินข้อคำถาม ในระดับสอดคล้อง

N จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ตารางที่ 1 แสดงผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา รายข้อ (I-CVI)

ส่วนที่	รายละเอียดในแต่ละส่วน	ค่า I-CVI
1	แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล	1.00
2	แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1.00
3	แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ	0.90
4	แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1.00
5	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	1.00

จากการตรวจที่ 1 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมสำหรับการนำไปเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนได้เป็นอย่างดี

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้ศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเบื้องต้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

โดยวิธีการคำนวณระดับความเชื่อมั่นโดยใช้ริยามานี (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.10 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และจำนวนบริษัทที่มีการขึ้นทะเบียนกับสมาคมยานยนต์ทั้งสิ้น 432 บริษัท ซึ่งสามารถคำนวณด้วยวิธีการดังแสดงในสมการที่ 2

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

กำหนดให้

ก คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

ในที่นี่

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

N = 432, e = 0.1

โดยผลของการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีจำนวนบริษัทขั้นต่ำ 81 บริษัท ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของบริษัททั้งหมด 86 บริษัท จากบริษัทที่มีการขึ้นทะเบียนกับสมาคมยานยนต์ทั้งสิ้น 432 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20 จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาทำการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงงบประมาณศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

งบประมาณศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทตรี	45	52.30
บริษัทไทร	41	47.70
บริษัทเอก	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	86	100.00

จากการที่ 2 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาจะมีงบประมาณศึกษาอยู่ในระดับบริษัทตรีและบริษัทไทร ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 3 แสดงอายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ของ

กลุ่มตัวอย่าง

อายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	13	15.10
ระหว่าง 5-10 ปี	15	17.40
ระหว่าง 11-15 ปี	22	25.60
ระหว่าง 16-20 ปี	16	18.60
มากกว่า 20 ปี	20	23.30
รวม	86	100.0

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าช่วงอายุการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากจะอยู่ในช่วง 11-15 ปี และมากกว่า 20 ปี ซึ่งแสดงถึงประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 4 แสดงตัวแหนงของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสุ่มความ

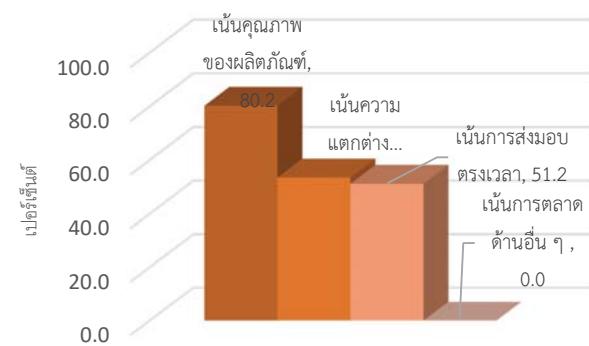
ตำแหน่งงานในอุตสาหกรรมชีวส่วนยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	14	16.28
ผู้จัดการ	37	43.02
ผู้จัดการทั่วไป	13	15.12
วิศวกร	10	11.63
หัวหน้างาน	12	13.95
รวม	86	100.0

จากการที่ 4 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทำงานในตำแหน่ง ระดับผู้จัดการ และรองลงมา ก็คือ กรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้รับรู้ข้อมูลหลาย ๆ ส่วน ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของตนเองทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ

4.2 การวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

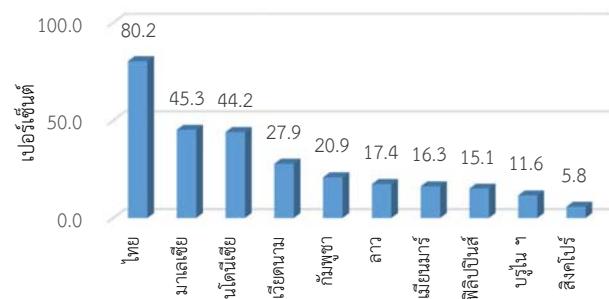
การวิเคราะห์ปริมาณการผลิตของบริษัทพบว่า บริษัทมีปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้วลดลงคิดเป็นร้อยละ 46.5 ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.5 และปริมาณการผลิตเท่าเดิมร้อยละ 14.0 แสดงว่าในปัจจุบันสภาวะของบริษัทผลิตขั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย มีอุปสรรคทางอย่างเกิดขึ้นทำให้มีปริมาณการผลิตในปี 2557 ไม่ดีเท่าที่ควร จากการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดพบว่าสถานประกอบการเน้นการส่งเสริมการตลาดโดยการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 80.2 เน้นความแตกต่างทางด้านราคาร้อยละ 53.5 และเน้นการส่งมอบตรงเวลา r้อยละ 51.2 (ดังแสดงในรูปที่ 2) แสดงให้เห็นว่าบริษัทเน้นคุณภาพของการผลิตเป็นหลักดังนั้นจากข้อมูลในแบบสอบถามทำให้ผลิตภัณฑ์

ขั้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ที่อยู่ในกลุ่มสำนักงานที่ 2 และ 3 มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น



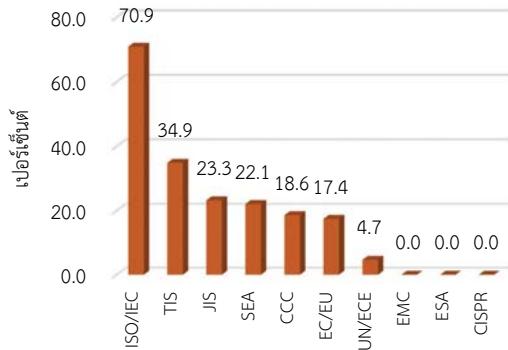
รูปที่ 2 แสดงการส่งเสริมการตลาดของบริษัทผลิตชิ้นส่วน
งานยนต์ไทย

นอกจาจนี้ยังได้ไวเคราะห์ถึงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมไทยอีกด้วย ผลจากการวิเคราะห์พบว่า บริษัทมีตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศคิดเป็นร้อยละ 80.2 มากรเป็นอันดับแรก (ดังแสดงในรูปที่ 3) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศอาเซียนรวมไปถึงกลุ่มประเทศ ASEAN 5 (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย พลิบปินส์ และเวียดนาม) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมาก ณ ปัจจุบันนี้ และมีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในได้ ประเทศของตนเองมีการยอมรับชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากไทย และนำเข้าผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศไทย



รูปที่ 3 แสดงตลาดขึ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัท
ผลิตตั้งขึ้นส่วนยานยนต์ไทย

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับมาตรฐานที่ใช้รองรับผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทแสดงให้เห็นว่าชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ใช้มาตรฐานที่มีการยอมรับในระดับสากล เช่น ISO/IEC, TIS, JIS, SEA เป็นต้น (ดังแสดงในรูปที่ 4)



รูปที่ 4 แสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์ของบริษัท

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ไทย

4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strength) คือเป็นบริษัทผู้ผลิตที่มีการผลิตชั้นส่วนยานยนต์มาเป็นเวลาภานาน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และในปัจจุบันยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน มีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดชัดเจน

จุดอ่อน (Weakness) มีปัญหาขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและต้องการอย่างเร่งด่วนมาก อีกทั้งบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้าอย่างต่อเนื่องจึงทำให้บริษัทไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ และยังขาดแคลนงบประมาณในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มอาเซียนที่มีแหล่งทรัพยากรด้านวัตถุดีบีที่สมบูรณ์กว่าประเทศไทย

โอกาส (Opportunity) เมื่อรัฐบาลมีนโยบายเดินหน้าประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบทำให้บริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์และขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในประเทศไทยต่างๆ ของกลุ่มอาเซียนได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threat) ปัจจุบันมีบริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาตั้งฐานการผลิตและมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น ทำให้รัฐบาลไม่ทราบถึงแนวทางการพัฒนาที่แท้จริงให้กับบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย และมีผลกระทบต่อราคาเมื่อตลาดชั้นส่วนยานยนต์เปิดกว้างขึ้น ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าสามารถเลือกชั้นส่วนยานยนต์ได้หลากหลายมากขึ้น

4.3.2 การประเมินสถานการณ์ของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ไทยจากการวิเคราะห์ด้วย

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็งและโอกาส) เมื่อไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 แล้ว หากว่าบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีและนโยบายทางด้านการตลาดที่ดีอย่างต่อเนื่อง จะสามารถช่วยเพิ่มจุดแข็งร่วมกับโอกาสที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมชั้นส่วนยานยนต์ไทยสู่อาเซียนได้อย่างเต็มรูปแบบ

สถานการณ์ที่ 2 (จุดแข็งและอุปสรรค) จากสถานการณ์ของการขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้า ผนวกกับการลงทุนของต่างชาติที่มีเทคโนโลยีด้านต่างๆ ที่ทันสมัยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตมากจากบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเกิดการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะความเชื่อมั่นของลูกค้าที่หันไปซื้อผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์จากบริษัทต่างชาติ เพราะมีความมั่นใจในมาตรฐานการผลิต

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อนและโอกาส) เป็นสถานการณ์ที่มีโอกาสที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ในเรื่องของการที่บริษัทส่วนใหญ่ยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่เชี่ยวชาญและไม่มีการส่งเสริมสร้างตราสินค้าประกอบกับโอกาสที่รัฐบาลมีนโยบายเข้าสู่เขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ทำให้บริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นส่วนยานยนต์ไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างมาก

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็งและอุปสรรค) จุดแข็งของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยนั้น มีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน มีการผลิตชั้นส่วนยานยนต์มาเป็นเวลาภานานทำให้มีลูกค้าประจำ รวมถึงมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน แต่ในปัจจุบันเริ่มมีเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่เข้ามายังตลาด ยานยนต์ ทำให้เทคโนโลยีที่ใช้มาเป็นระยะเวลายาวนานไม่สามารถรองรับกับยานยนต์สมัยใหม่ได้

4.3.3 การวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย TOWS Matrix

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) บริษัทผู้ผลิตชั้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีจุดแข็งทางด้านการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนานและมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าประจำมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์สูง อีกทั้งยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้

มาตรฐาน ในขณะเดียวกันยังมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิต และจัดจำหน่ายไปยังประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน เมื่อมีนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันประเทศไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ในปัจจุบันและอนาคตนี้ บริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีได้เริ่มเข้ามาตั้ง ฐานการผลิต และมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้นซึ่งบริษัทต่างชาตินี้มีมาตรฐานในการผลิตสูงทำให้เป็นข้ออ้างของลูกค้าที่จะทำการต่อรองขอลดราคา กับบริษัทผู้ผลิต จึงส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมในไทย

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ปัญหาทางด้านขาดแคลน หางแรงงานผู้มีวิชาชีพ ความเชี่ยวชาญ การไม่ส่งเสริมตราสินค้า การขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิต และการขาดแคลนแหล่งวัตถุติด ปัญหาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดอ่อน บริษัทผู้ผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมในไทย ทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐบาลมีนโยบายผลักดันประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และขยายฐานการผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ไปยังตลาดแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) จากจุดอ่อนของบริษัทผู้ผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมในไทย และยังเกิดอุปสรรคที่บริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิตมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งทำให้บริษัทต่างชาติได้เข้ามามีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น สร้างให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการเสนอนโยบายหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งส่วนยานยนต์กับบริษัทต่างชาติเพิ่มขึ้น

ซึ่งผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ในไทยด้วย TOWS Matrix จากข้อมูลปัจจุบันนี้ ได้แสดงดังตารางที่ 5

ความเชี่ยวชาญ แต่ยังขาดการสร้างเสริมตราสินค้าและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งการขาดแคลนแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุติดในการผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ แต่ในอินโดนีเซียนั้นมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ถ่านหิน น้ำมัน แก๊สธรรมชาติ และแร่โลหะต่าง ๆ ทำให้ภาครัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายที่สนับสนุนการลงทุนตั้งฐานการผลิตจากนักลงทุนต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ อาทั้งแรงงานในอินโดนีเซียมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ส่วนมาเลเซียนั้นมีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง ทำให้ที่ผ่านมาบริษัทต่างชาติยังคงตั้งฐานการผลิตในมาเลเซียมโดยตลอด ส่วนกลุ่มประเทศ CLMV นั้นมีจุดแข็งที่สำคัญที่น่าสนใจคือ ทรัพยากรธรรมชาติ เท่านั้น แต่ในทางกลับกันกลุ่มประเทศ CLMV เป็นกลุ่มประเทศที่เป็นโอกาสที่ไทยสามารถขยายฐานการผลิตหรือจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ได้มากขึ้นเมื่อไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้นประเทศไทยยังอยู่ในกลุ่มต้น ๆ ของสภาวะการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตซึ่งส่วนยานยนต์ไทย แต่ควรมีนโยบายในการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมซึ่งส่วนยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบโดยเริ่มพัฒนาจากบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมซึ่งส่วนยานยนต์ไทย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมซึ่งส่วนยานยนต์ไทยให้ยังคงขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 5 แสดงแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ปัจจัยภายใน (Internal Environment)	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
ปัจจัยภายนอก (External Environment)	<p>1. บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีเป็นที่ยาวนาน</p> <p>2. บริษัทมีลูกค้าประจำที่ให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์</p> <p>3. บริษัทมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน</p> <p>4. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน</p>	<p>1. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ</p> <p>2. บริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้า</p> <p>3. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิต</p> <p>4. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนแหล่งวัสดุอุปปัน</p>
โอกาส (Opportunity)	<p>SO: กลยุทธ์เชิงรุก</p> <p>S1O1: กระตุ้นความน่าเชื่อถือของบริษัทให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มประเทศอาเซียน</p> <p>S2O1: รัฐบาลกำหนดนโยบายที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นระหว่างลูกค้าประจำและบริษัทผู้ผลิต</p> <p>S4O1: กำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกันทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อย่างยั่งยืน</p> <p>S3O2: พัฒนาเครื่องจักรเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศอาเซียน</p>	<p>WO: กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <p>W1O1: สร้างพื้นที่มิตรระหว่างประเทศไทยในภูมิภาคเพื่อแบ่งศึกษาดูงานและเทคโนโลยีร่วมกัน</p> <p>W2O1: รัฐบาลกำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>W3O2: จัดทำงบประมาณและแนวทางการขยายฐานการผลิตจากบริษัทที่ประสบผลลัพธ์ดี</p> <p>W4O2: ขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ที่มีความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรในการผลิต</p>
อุปสรรค (Threat)	<p>ST: กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <p>S1T2: รวมตัวกันเป็นกลุ่มลักษณะเดอร์ (Cluster) เพื่อร่วมกันกำหนดเชิงนโยบายในการผลักดันบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย</p> <p>S3T1: รวมตัวกันเป็นกลุ่มลักษณะเดอร์ (Cluster) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ร่วมกันมากขึ้น</p> <p>S2T3: เสริมสร้างผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้น</p>	<p>WT: กลยุทธ์เชิงรับ</p> <p>W2T1: หาความร่วมมือกับบริษัทต่างชาติในการร่วมทุนโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตสินค้าและส่งเสริมตราสินค้า</p> <p>W3T1: หาความร่วมมือกับบริษัทต่างชาติที่มีงบประมาณในการลงทุนตั้งฐานผลิต</p> <p>W2T3: ลงทุนร่วมตราสินค้ากับบริษัทต่างประเทศเพื่อสร้างมูลค่าสินค้าต่อลูกค้า</p>

5. สรุปผลวิจัย

ประเทศไทยเป็นสมาชิกของกลุ่มประเทศ ASEAN 5 (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย พลีปินส์ และเวียดนาม) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของตนเอง ดังนั้น การวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน รวมถึงการศึกษากลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่นำการส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการส่งเสริมการตลาดโดยการเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือความแตกต่างทางด้านราคาและการส่งมอบที่ตรงเวลา

5.2 ในกลุ่มประเทศอาเซียนรวมไปถึงกลุ่มประเทศ ASEAN 5 (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย พลีปินส์ และเวียดนาม) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ ยังมีการยอมรับชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากไทยโดยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยเนื่องจากผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ใช้มาตรฐานที่มีการยอมรับในระดับสากล เช่น ISO/IEC, TIS, JIS, SEA เป็นต้น

5.3 จุดแข็งของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการผลิตชิ้นส่วนมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีลูกค้าประจำค่อนข้างมาก และจุดอ่อนส่วนใหญ่ คือไม่ค่อยมีการส่งเสริมตราสินค้ามากนักและยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีทักษะ

5.4 ควรใช้กลยุทธ์แบบเชิงรุกคือ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ควรมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน และควรสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์กับลูกค้าให้มากขึ้น และ

กลยุทธ์เชิงแก้ไขคือ ความมีการจัดทรัพยากร่างงานฝีมือให้มีทักษะ และการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีด้านวิศวกรรมโดยการขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5.5 การวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า อินโดนีเซีย เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยอย่างมาก เพราะมีแหล่งทรัพยากรที่ใช้เป็นวัสดุในประเทศที่อุดมสมบูรณ์ รวมถึงความพร้อมในด้านแรงงานจำนวนมากและมีต้นทุนการจ้างแรงงานที่ต่ำ อีกทั้งภาคธุรกิจอินโดนีเซียยังให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ และอีกประเทศคือ มาเลเซียซึ่งธุรกิจมาเลเซียมีการเสริมสร้างตราสินค้าของยานยนต์ที่ห้อ Proton เป็นของมาเลเซียเองอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และยังมีกลุ่มประเทศ CLMV ที่ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้าไปลงทุนด้านธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์เข่นกัน เพราะมีความพร้อมทางด้านแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และแรงงานฝีมือที่สมบูรณ์

โดยผลของการวิจัยในครั้งนี้พบว่าประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้นภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนแต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับตัวรับการแข่งขัน ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการยกระดับจากการเป็นฐานการผลิตให้กับบริษัทประกอบยานยนต์ภายในประเทศไทยสู่การเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียนและของโลกได้อย่างยั่งยืน ทำให้ทราบถึงตำแหน่งในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนได้เป็นอย่างดีและส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ประเทศไทยได้ก้าวข้ามวัวงกับด้วยรายจ่ายได้ปานกลาง (Middle Income Trap: MIT) ในภัยภาคหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา SMEs ของไทย (ด้านยานยนต์) อีกทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยและสามารถนำไปกำหนดนโยบายในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในเวทีกลุ่มอาเซียน อย่างไรก็ตามเนื่องจากนวัตกรรมนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งใช้ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสำคัญทำให้คำตอบอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในครั้งนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีงบประมาณ 2560 โดยงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Bureau of Trade Preference Department of Foreign Trade. (2012). Benefits trade under the ASEAN Free Trade Agreement. n.p. [in Thai]
- [2] Maurer, M. R. (2017). Supply chain trade and technological transfer in the ASEAN + 3 region. China Economic Review.
- [3] Nurcahyo, R. & Wibowo, A. D. (2015). Manufacturing Capability, Manufacturing Strategy and Performance Of Indonesia Automotive Component Manufacturer. Procedia CIRP 26, 653 – 657.
- [4] Wittayatummatouch, A. (2004). Thailand with the preparation of a free trade area. Retrieved from http://www.thaifta.com/thaifta/portals/0/file/pre_tua_pr47. [in Thai]
- [5] Bryan Cave International Trade (Thailand) Ltd. Present to Trade Policy and Strategy Office Ministry of Commerce. (2013). Development and improvement economic data on trade and investment. n.p. [in Thai]
- [6] Laoonual, Y. (2015). “The direction of the automotive industry in Thailand.” The document made a special lecture for brainstorming ways to create the effect of NSTDA. The perception is clearly important in the industry. The automotive industry Wednesday, 4 June 2557 at 13:00 to 16:00 hrs. At INC2 building A. [in Thai]
- [7] Thailand Automotive Institute Ministry of Industry. (2015) RD_Thai_SMEs_Automotive_Parts_Industry. Retrieved from 2015/ article/ RD_Thai_SMEs_Automotive_Parts_Industry.pdf [in Thai]
- [8] Siripong, S. & Deesamer, K. (2012). “Operational products of competition the one of automotive market AEC” Trade Policy and Strategy Office Ministry of Commerce” Retrieved from http://internet.pcocdemotoday.net/wappPCOC/..File_IPD_FIL_E14196444.pdf. [in Thai]
- [9] Thailand Automotive Institute Ministry of Industry. (2012). Automotive Industry Master Plan 2012 to 2016. n. p. [in Thai]

[10] Neammanee, P. & Atthirawong, W. (2013). Analysis of factors affecting supply chain risk in automotive industry. n.p. [in Thai]

7. ประวัติส่วนตัว



ภัทรเวช ราาราเวชรักษ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนักวิจัย หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจ สนใจ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ วิศวกรรมการจัดการ



พีรภพ จอมทอง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนักวิจัย หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจ วิศวกรรมพลังงานและพลังงานทดแทน วิศวกรรมการจัดการ



ผศ.ดร. ชุติกิตติ์ พระสิงห์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการและระบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีแอลันด์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชา วิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจ วิศวกรรมโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน การวิจัยดำเนินงาน



ผศ.ดร. ทองแท่ง ทองลิ่ม คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี งานวิจัยที่สนใจ วิศวกรรมการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม วิศวกรรมระบบ เทคโนโลยีและวิศวกรรมการก่อสร้าง