

การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลง
เขตการค้าเสรีอาเซียน

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

ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์¹, พีรภพ จอมทอง², ชูศักดิ์ พรสิงห์^{3*}, ทองแท่ง ทองลิ้ม⁴

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

^{1,2,3}หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

*Corresponding author: pornsing_c@su.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการกำหนดสภาวะการแข่งขัน และวิเคราะห์กลยุทธ์ ของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมในประเทศไทยเกิดการแข่งขันที่เปลี่ยนไปจากเดิม ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ งานวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลโดยทำการวิจัยเชิงสำรวจของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 ของโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้นภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน แต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับตัวรับการแข่งขัน โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องศึกษาในภาวะแข่งขัน แนวโน้มในการพัฒนาขีดความสามารถและนวัตกรรมของคู่แข่งในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และการแก้ปัญหาการขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีทักษะจำนวนมาก ซึ่งจากการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ทำให้เห็นว่ารัฐบาลควรกำหนดนโยบายที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นระหว่างลูกค้าประจำกับบริษัทผู้ผลิต มีการกำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมตราสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีการรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ เพื่อผลักดันให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ดังนั้นผู้ประกอบการก็ควรมีนโยบายบริหารด้านการตลาดที่ชัดเจนด้วย

คำสำคัญ: เขตการค้าเสรีอาเซียน, ตำแหน่งการแข่งขัน, บริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย, อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

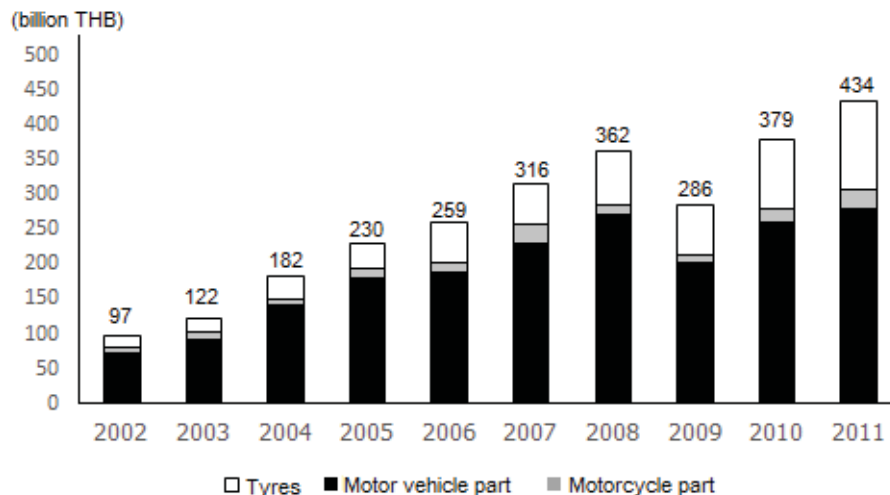
Abstract

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 ในอุตสาหกรรมยานยนต์จากการศึกษาข้อมูลของสถาบันยานยนต์ ประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์ทุกประเภทเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (2.456 ล้านคัน) ในปี พ.ศ. 2558 [1] และมีมูลค่าการ

ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศที่โตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ดังรูปที่ 1) จึงทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการที่จะส่งเสริมความเข้มแข็งและเป็นตัวจักรกลตัวหนึ่งที่จะนำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง



รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย พ.ศ.2545-2554

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

โดยมีงานวิจัยที่ได้ทำการวิเคราะห์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการแบ่งงานระหว่างประเทศที่มีการพัฒนาในหมู่ประเทศอาเซียน พบว่าไม่สามารถยกระดับฐานเทคโนโลยีของตนโดยการพึ่งพาการค้าในห่วงโซ่อุปทานและความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตที่ต่ำจะส่งผลต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาทรัพยากรแรงงานได้ [2] และจากงานวิจัยผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่าความสามารถในการผลิตมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การผลิตอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่กลยุทธ์การผลิตยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์รายใหญ่ของอินโดนีเซีย [3]

ซึ่งส่วนหนึ่งของความสำเร็จมาจากความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุตสาหกรรมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในลำดับที่ 2 และ 3 (Tier 2, 3) ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องรองรับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ (Makers) จากต่างชาติ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2503 [1,4] โดยอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ประมาณ 1,657 รายและมีจำนวนโรงงานยานยนต์และจักรยานยนต์ประมาณ 2,237 แห่ง

ซึ่งส่วนมากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ดังกล่าวจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ในกลุ่ม ลำดับที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็น SMEs ของไทย

อย่างไรก็ตามหลังจากที่ได้มีการเปิดเสรีทางการค้าในขั้นแรก โดยที่ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไน) ได้ทำการลดภาษีการค้าระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ไปแล้วตั้งแต่ต้นปี 2553 นั้น โดยในปี 2558 การเปิดเสรีทางการค้าภายใต้การรวมกลุ่ม เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) ที่จะมีผลบังคับใช้กับอีก 4 ประเทศอาเซียนที่เหลือ หรือกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ซึ่งส่งผลทำให้ทิศทางการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จากการที่ปัจจุบันค่ายรถต่างมองไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อกระจายออกไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค

แม้ว่าโดยรวมแล้วผลของการเปิดเสรีดังกล่าวจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย แต่จากสถานการณ์แรงงานและค่าจ้างแรงงานในปัจจุบันของไทย ทำให้มีโอกาสที่จะสูญเสียความนำลงทุนให้กับประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในการเป็นฐาน

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

1. สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. สภาวะขาดแคลนวัตถุดิบและราคาวัสดุที่สูงขึ้นในการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์
3. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้าและคู่แข่งของไทย
4. ปัญหาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
5. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลไทยกับผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
6. ปัจจัยด้านภัยพิบัติของไทยและประเทศคู่ค้าวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไทย มีผลทำให้ประเทศต้องลดกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จึงส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมีความมุ่งหมายที่จะวิเคราะห์หาสภาวะการแข่งขันและวิเคราะห์กลยุทธ์ของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อให้ทราบถึง จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานรวมถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย อีกทั้งถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มาจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย [4,6]

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเป็นการกำหนดสภาวะการแข่งขัน และวิเคราะห์กลยุทธ์ ของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยลำดับที่ 2 และ 3

3.วิธีการวิจัย

3.1 การศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเกี่ยวกับตำแหน่งการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่

สำคัญ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ และความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสที่ส่งผลต่อกลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่อยู่ในลำดับ 2 และ 3

3.2 ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ในการวิจัย

3.2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งแบ่ง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัย เช่น การศึกษาทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอนาคต [6] การศึกษาแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 [9] การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยานยนต์ [10] และกลุ่มที่สองจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เช่น สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถาบันยานยนต์ไทย สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้า และสถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

3.2.2 สร้างแบบสอบถาม โดยการสร้างแบบสอบถามจะเป็นการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 (ผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นผู้มีตำแหน่งหน้าที่ระดับผู้จัดการ วิศวกร หรือหัวหน้างาน ขึ้นไป) เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งปลายปิดและปลายเปิด และมีการตรวจสอบมาตรฐานของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของตัวแบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงใช้ทฤษฎี SWOT มาใช้ในการวิเคราะห์หา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค จากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

โดยในส่วนที่ 3, 4, 5 ของแบบสอบถามจะถูกนำไปวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานแล้วจึงใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ในการ วิเคราะห์ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ต่อโดยทฤษฎี SWOT

เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ ผ่านการปรับปรุงโดยผู้ทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์การหาดัชนีความ เทียงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) จาก บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย อีก 4 บริษัท ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความเชี่ยวชาญ และผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน และมี การกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีต่อข้อคำถาม แต่ละข้อโดยใช้ระดับ ความคิดเห็น 4 ระดับดังนี้

- ระดับ 1 คือ ไม่สอดคล้อง
- ระดับ 2 คือ สอดคล้อง
- ระดับ 3 คือ สอดคล้องค่อนข้างมาก
- ระดับ 4 คือ สอดคล้องมาก

ซึ่งค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายชื่อของแบบสอบถามที่มี ความสมบูรณ์จะต้องมีค่ามากกว่า 0.08 และถ้าแบบสอบถามที่ มีความสมบูรณ์ที่สุดจะมีค่าเท่ากับ 1.00

โดยวิธีการคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายชื่อ (I-CVI) สามารถคำนวณด้วยวิธีการดังแสดงในสมการที่ 1

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

เมื่อ R แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินข้อคำถาม ในระดับสอดคล้อง
N จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ตารางที่ 1 แสดงผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา รายชื่อ (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

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมสำหรับการ นำไปเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขัน ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี อาเซียนได้เป็นอย่างดี

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้ศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาวะการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเบื้องต้นจากการวิเคราะห์ ข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรม ชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

โดยวิธีการคำนวณระดับความเชื่อมั่นโดยใช้วิธียามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.10 ระดับความ เชื่อมั่นร้อยละ 90 และจำนวนบริษัทที่มีการขึ้นทะเบียนกับ สมาคมยานยนต์ทั้งสิ้น 432 บริษัท ซึ่งสามารถคำนวณด้วย วิธีการดังแสดงในสมการที่ 2

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

กำหนดให้ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
N คือ ขนาดประชากร
e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้
ในที่นี้ N = 432, e = 0.1

โดยผลของการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะต้องมี จำนวนบริษัทขั้นต่ำ 81 บริษัท ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้รับความ ร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของบริษัททั้งหมด 86 บริษัท จากบริษัทที่มีการขึ้นทะเบียนกับสมาคมยานยนต์ทั้งสิ้น 432 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20 จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาทำการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

วุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	45	52.30
ปริญญาโท	41	47.70
ปริญญาเอก	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	86	100.00

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาจะมีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในอัตรา ที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 3 แสดงอายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

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 แสดงตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

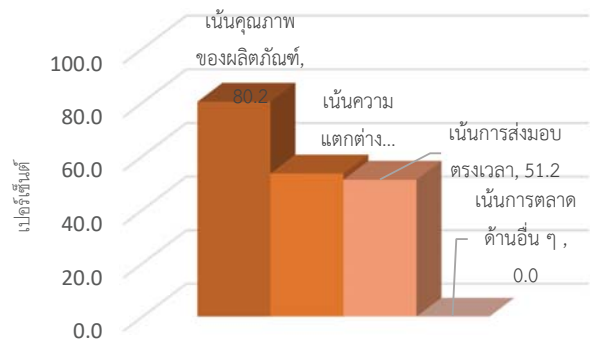
ตำแหน่งงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	14	16.28
ผู้จัดการ	37	43.02
ผู้จัดการทั่วไป	13	15.12
วิศวกร	10	11.63
หัวหน้างาน	12	13.95
รวม	86	100.0

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทำงานในตำแหน่ง ระดับผู้จัดการ และรองลงมาคือ กรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้รู้ข้อมูลหลาย ๆ ส่วน ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของตนเองทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ

4.2 การวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

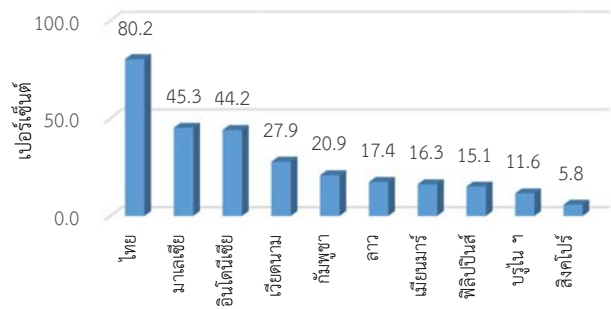
การวิเคราะห์ปริมาณการผลิตของบริษัทพบว่า บริษัทมีปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้วลดลงคิดเป็นร้อยละ 46.5 ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.5 และปริมาณการผลิตเท่าเดิมร้อยละ 14.0 แสดงว่าในปัจจุบันสถานะของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย มีอุปสรรคบางอย่างเกิดขึ้นทำให้มีปริมาณการผลิตในปี 2557 ไม่ดีเท่าที่ควร จากการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดพบว่าสถานประกอบการเน้นการส่งเสริมการตลาดโดยการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 80.2 เน้นความแตกต่างทางด้านราคา ร้อยละ 53.5 และเน้นการส่งมอบตรงเวลาร้อยละ 51.2 (ดังแสดงในรูปที่ 2) แสดงให้เห็นว่าบริษัทเน้นคุณภาพของการผลิตเป็นหลักดังนั้นจากข้อมูลในแบบสอบถามทำให้ผลิตภัณฑ์

ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยที่อยู่ในกลุ่มลำดับที่ 2 และ 3 มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น



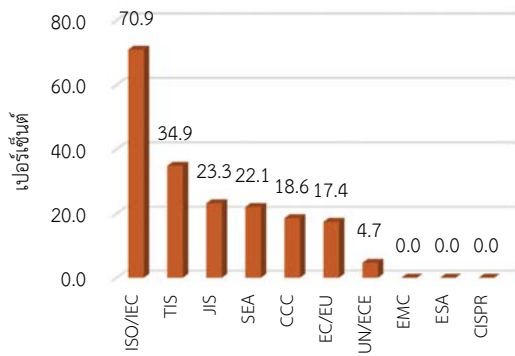
รูปที่ 2 แสดงการส่งเสริมการตลาดของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมไทยอีกด้วย ผลจากการวิเคราะห์พบว่า บริษัทมีตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศคิดเป็นร้อยละ 80.2 มากเป็นอันดับแรก (ดังแสดงในรูปที่ 3) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศอาเซียนรวมไปถึงกลุ่มประเทศ ASEAN 5 (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมาก ณ ปัจจุบันนี้ และมีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายใต้ประเทศของตนเองมีการยอมรับชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากไทยและนำเข้าผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ



รูปที่ 3 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

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



รูปที่ 4 แสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strength) คือเป็นบริษัทผู้ผลิตที่มีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นเวลายาวนาน ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และในปัจจุบันยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน มีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดชัดเจน

จุดอ่อน (Weakness) มีปัญหาขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและต้องการอย่างเร่งด่วนมาก อีกทั้งบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้าอย่างต่อเนื่องจึงทำให้บริษัทไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และยังขาดแคลนงบประมาณในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มอาเซียนที่มีแหล่งทรัพยากรด้านวัตถุดิบที่สมบูรณ์กว่าประเทศไทย

โอกาส (Opportunity) เมื่อรัฐบาลมีนโยบายเดินหน้าประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบทำให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์และขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในประเทศต่าง ๆ ของกลุ่มอาเซียนได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threat) ปัจจุบันมีบริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาตั้งฐานการผลิตและมีบทบาทในการเสนอขายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น ทำให้รัฐบาลไม่ทราบถึงแนวทางการพัฒนาที่แท้จริงให้กับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย และมีผลกระทบต่อราคาเมื่อตลาดชิ้นส่วนยานยนต์เปิดกว้างขึ้น ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าสามารถเลือกชิ้นส่วนยานยนต์ได้หลากหลายมากขึ้น

4.3.2 การประเมินสถานการณ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากการวิเคราะห์ด้วย

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็งและโอกาส) เมื่อไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 แล้ว หากว่าบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีและนโยบายทางด้านการตลาดที่ดีอย่างต่อเนื่อง จะสามารถช่วยเพิ่มจุดแข็งร่วมกับโอกาสที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยสู่อาเซียนได้อย่างเต็มรูปแบบ

สถานการณ์ที่ 2 (จุดแข็งและอุปสรรค) จากสถานการณ์ของการขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้า ผนวกกับการลงทุนของต่างชาติที่มีเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่ทันสมัยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตมาจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเกิดการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องเพราะความเชื่อมั่นของลูกค้าที่หันไปซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทต่างชาติเพราะมีความมั่นใจในมาตรฐานการผลิต

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อนและโอกาส) เป็นสถานการณ์ที่มีโอกาสที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ในเรื่องของการที่บริษัทส่วนใหญ่ยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่เชี่ยวชาญและไม่มีการส่งเสริมสร้างตราสินค้าประกอบกับโอกาสที่รัฐบาลมีนโยบายเข้าสู่เขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ทำให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างมาก

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็งและอุปสรรค) จุดแข็งของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยนั้นมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน มีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นเวลายาวนานทำให้มีลูกค้าประจำรวมถึงมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน แต่ในปัจจุบันเริ่มมีเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่เข้ามาในตลาด ยานยนต์ ทำให้เทคโนโลยีที่เข้ามาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานไม่สามารถรองรับกับยานยนต์สมัยใหม่ได้

4.3.3 การวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย TOWS Matrix

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีจุดแข็งทางการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าประจำมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์สูง อีกทั้งยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้

มาตรฐาน ในขณะที่เดียวกันยังมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิต และจัดจำหน่ายไปยังประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน เมื่อมีนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันประเทศไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ในปัจจุบันและอนาคตนั้น บริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีได้เริ่มเข้ามาตั้งฐานการผลิต และมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้นซึ่งบริษัทต่างชาตินั้นมีมาตรฐานในการผลิตสูงทำให้เป็นข้ออ้างของลูกค้าที่ทำการต่อรองขอลดราคากับบริษัทผู้ผลิต จึงส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ปัญหาทางด้านขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ การไม่ส่งเสริมตราสินค้า การขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิต และการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบ ปัญหาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดอ่อนของบริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐบาลมีนโยบายผลักดันประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และขยายฐานการผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) จากจุดอ่อนของบริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย และยังเกิดอุปสรรคที่บริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิตมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งทำให้บริษัทต่างชาติได้เข้ามามีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการเสนอนโยบายหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ขึ้นส่วนยานยนต์กับบริษัทต่างชาติเพิ่มขึ้น

ซึ่งผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย TOWS Matrix จากข้อมูลปฐมภูมินั้น ได้แสดงดังตารางที่ 5

ความเชี่ยวชาญ แต่ยังคงขาดการสร้างเสริมตราสินค้าและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งการขาดแคลนแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ แต่ในอินโดนีเซียนั้นมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะต่าง ๆ ทำให้ภาครัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายที่สนับสนุนการลงทุนตั้งฐานการผลิตจากนักลงทุนต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ อีกทั้งแรงงานในอินโดนีเซียมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ส่วนมาเลเซียก็มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทต่างชาติดังตั้งฐานการผลิตในมาเลเซียมาโดยตลอด ส่วนกลุ่มประเทศ CLMV นั้นมีจุดแข็งที่สำคัญที่น่าสนใจคือ ทรัพยากรธรรมชาติ เท่านั้น แต่ในทางกลับกันกลุ่มประเทศ CLMV เป็นกลุ่มประเทศที่เป็นโอกาสที่ไทย สามารถขยายฐานการผลิตหรือจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ได้มากขึ้นเมื่อไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้นประเทศไทยยังอยู่ในกลุ่มต้น ๆ ของสถานะการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทย แต่ควรมีนโยบายในการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบโดยเริ่มพัฒนาจากบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ไทยให้ยังคงขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 5 แสดงแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

<p>ปัจจัยภายใน (Internal Environment)</p> <p>ปัจจัยภายนอก (External Environment)</p>	<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นที่ยาวนาน 2. บริษัทมีลูกค้าประจำที่ให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 3. บริษัทมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน 4. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน 	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ 2. บริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้า 3. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิต 4. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบ
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รัฐบาลมีนโยบายผลักดันประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ 2. บริษัทมีโอกาสที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และขยายฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้ 	<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: สร้างพันธมิตรระหว่างประเทศในภูมิภาคเพื่อแบ่งศึกษาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีร่วมกัน</p> <p>W2O1: รัฐบาลกำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>W3O2: จัดหางบประมาณและแนวทางการขยายฐานการผลิตจากบริษัทที่ประสบผลสำเร็จ</p> <p>W4O2: ขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ที่มีความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรในการผลิต</p>
<p>อุปสรรค (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาตั้งฐานการผลิตมากขึ้น 2. บริษัทต่างชาติมีบทบาทในการเสนอขายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น 3. การขอลดราคาจากลูกค้าเมื่อมีบริษัทลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มขึ้น 	<p>ST: กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <p>S1T2: รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อร่วมกันกำหนดเชิงนโยบายในการผลักดันบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย</p> <p>S3T1: รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ (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 ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของตนเอง ดังนั้น การวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน รวมถึงการศึกษากลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่เน้นการส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการส่งเสริมการตลาดโดยการเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาก็คือความแตกต่างทางด้านราคาและการส่งมอบที่ตรงเวลา

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

5.3 จุดแข็งของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการผลิตชิ้นส่วนมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีลูกค้าประจำค่อนข้างมาก และจุดอ่อนส่วนใหญ่ คือไม่ค่อยมีการส่งเสริมตราสินค้ามากนักและยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีทักษะ

5.4 ควรใช้กลยุทธ์แบบเชิงรุกคือ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน ยานยนต์ควรมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน และควรสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์กับลูกค้าให้มากขึ้น และ

กลยุทธ์เชิงแก้ไขคือ ควรมีการจัดทรัพยากรแรงงานฝีมือให้มีทักษะ และการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีด้านวิศวกรรมโดยการขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5.5 การวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า อินโดนีเซีย เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยอย่างมาก เพราะมีแหล่งทรัพยากรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในประเทศที่อุดมสมบูรณ์ รวมถึงความพร้อมในด้านแรงงานจำนวนมากและมีต้นทุนการจ้างแรงงานที่ต่ำ อีกทั้งภาครัฐบาลอินโดนีเซียยังให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ และอีกประเทศคือ มาเลเซียซึ่งรัฐบาลมาเลเซียมีการเสริมสร้างตราสินค้าของยานยนต์ยี่ห้อ Proton เป็นของมาเลเซียเองอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด และยังมีกลุ่มประเทศ CLMV ที่ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เช่นกัน เพราะมีความพร้อมทางด้านแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และแรงงานฝีมือที่สมบูรณ์

โดยผลของการวิจัยในครั้งนี้พบว่าประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้นภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนแต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับตัวรับการแข่งขัน ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการยกระดับจากการเป็นฐานการผลิตให้กับบริษัทประกอบยานยนต์ภายในประเทศไทยสู่การเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียและของโลกได้อย่างยั่งยืน ทำให้ทราบถึงตำแหน่งในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนได้เป็นอย่างดีและส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ประเทศได้ก้าวข้ามวังวนกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap: MIT) ในภายภาคหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา SMEs ของไทย (ด้านยานยนต์) อีกทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยและสามารถนำไปกำหนดนโยบายในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในเวทีกลุ่มอาเซียน อย่างไรก็ตามเนื่องงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ 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] Laonual, 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.pccodemotoday.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 ธาราเวชรักษ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนักวิจัย หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรมภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ วิศวกรรมการจัดการ



พิรภพ จอมทอง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งนักวิจัย หน่วยวิจัยการจัดการงานวิศวกรรมภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจ วิศวกรรมพลังงานและพลังงานทดแทน วิศวกรรมการจัดการ



ผศ.ดร. ชุตักดิ์ พรสิงห์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและระบบ มหาวิทยาลัยโรดไอแลนด์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร งานวิจัยที่สนใจคือ วิศวกรรมโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน การวิจัยดำเนินงาน



ผศ.ดร.ทองแท้ ทองลิ้ม คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี งานวิจัยที่สนใจคือ วิศวกรรมการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม วิศวกรรมระบบ เทคโนโลยีและวิศวกรรมการก่อสร้าง