



การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย  
ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน



โดย  
นายอรรถพล จันทรวีภาค

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม

ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย  
ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม  
ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE COMPETITIVE POSITION ANALYSIS OF THAI\_AUTOPART MANUFACTURERS  
UNDER ASEAN FREE TRADE AREA AGREEMENT



By  
Mr. Athapon Chantaravipark

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Master of Engineering Program in Engineering Management  
Department of Industrial Engineering and Management  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2015  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน” เสนอโดย นาย อรรถพล จันทรวีภาค เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.ชูศักดิ์ พรสิงห์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.สิทธิชัย แซ่เหล่ม)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองแท่ง ทองลิ้ม)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชูศักดิ์ พรสิงห์)

...../...../.....



57405313: สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม

คำสำคัญ: เขตการค้าเสรีอาเซียน / ตำแหน่งการแข่งขัน / แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ / SWOT Analysis / TOWS Matrix / การวิจัยเชิงสำรวจ

อรรถพล จันทรวินาศ : การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.ชูศักดิ์ พรสิงห์. 94 หน้า

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลไทยมีนโยบายในการผลักดันไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้อุตสาหกรรมในประเทศไทยเกิดการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วน งานวิจัยนี้เริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหลายๆ แหล่ง เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันยานยนต์ กรมการค้าต่างประเทศ และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ ในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากข้อมูลทุติยภูมิ หลังจากนั้นได้ทำการศึกษาข้อมูลโดยการทำวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้นภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน แต่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับตัวรับกับการแข่งขัน โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องศึกษาสภาวะการแข่งขัน แนวโน้มในการพัฒนาขีดความสามารถและนวัตกรรมของประเทศคู่แข่งในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และยังพบว่าแรงผลักดันที่เป็นอุปสรรคต่อสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงคือ แรงจากอำนาจการต่อรองของลูกค้า และแรงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่า คู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ และต้นทุนการจ้างแรงงานที่ไม่สูงมากนัก การวิจัยครั้งนี้ยังได้เสนอแนะการบูรณาการความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชนในการให้ความช่วยเหลือต่อไป

ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

57405313: MAJOR: ENGINEERING MANAGEMENT

KEY WORD: ASEAN FREE TRADE AREA (AFTA) / COMPETITIVE / FIVE FORCE MODEL /  
SWOT ANALYSIS / TOWS MATRIX / SURVEY RESEARCH

ATHAPON CHANTARAVIPARK : THE COMPETITIVE POSITION ANALYSIS OF THAI-  
AUTOPART MANUFACTURERS UNDER ASEAN FREE TRADE AREA AGREEMENT. THESIS  
ADVISOR : CHOOSAK PORNSING, Ph.D. 94 pp.

The objective of this research is to analyze the competition, trends and threats of Thai small and medium enterprises (SMEs) in Thai auto-part manufacturers. As Thai becomes a member of Asean Economic Community (AEC), the manufacturers should improve themselves rigorously. This research starts at literature review on secondary data from other many trustable sources such as Ministry of Industry, Thailand Automotive Institute, Department of Foreign Trade, and National Science and Technology Development Agency. Then, the five force model–Bargaining force of suppliers, Bargaining force of buyers, Threats of new entrance, Threats of substitute products, Rivalry among existing firms–is applied to analyze the secondary data. Next, the survey research is implemented on the 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> tier manufactures in auto-part industry chain. We found that Thailand is still increasing in growth rate of auto-part industry under Asean free trade area agreement. But, the most of Thai auto-part manufacturers need to improve their competitive; especially, in study of competitiveness and trends in development capabilities and innovation of competitors. We also found that the strong force are the bargaining force and the rivaling among existing firms. Moreover, we found that competitors of Thailand include: Indonesia, Malaysia, CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam). These countries are low cost workers and plenty of natural resources. This research also recommended the integrated working among government, academic, and private sectors in order to accomplish the mission.

---

Department of Industrial Engineering and Management      Graduate School, Silpakorn University  
Student's Signature.....      Academic Year 2015  
Thesis Advisor's Signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและการช่วยเหลือจากทุกท่าน ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ชูศักดิ์ พรสิงห์ ที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการทำวิจัย ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องและข้อผิดพลาดต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่เสียสละเวลาในการประเมินแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ดร.สิทธิชัย แซ่เหล่ม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองแท่ง ทองลิ่ม ที่ให้ความอนุเคราะห์และเสียสละเวลาในการตรวจสอบและแนะนำแนวทางที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะอาจารย์ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนและชี้แนะแนวทางการศึกษาด้วยดีมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนเรื่องทุนการศึกษาและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ เพื่อนและน้อง ๆ ที่เป็นกำลังใจช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี



## สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูป.....	ญ
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์.....	5
2.1 เขตการค้าเสรีอาเซียน (Asean Free Trade Area: AFTA).....	5
2.2 สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์.....	12
2.3 ปัจจัยในการขับเคลื่อนที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ไทย.....	22
2.4 แนวโน้มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	25
2.5 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis).....	27
2.6 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกการแข่งขันในเชิงธุรกิจ.....	31
2.7 การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	34



บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
3.1 การศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย .....	40
3.2 ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ในการวิจัย.....	40
3.3 วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
3.4 การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเครื่องมือในงานวิจัย.....	42
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
3.6 แผนผังการทำวิจัย.....	46
4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	47
4.1 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	48
4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
4.3 การวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	54
4.4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านสภาวะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วน ยานยนต์ไทย.....	60
4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	63
4.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	64
4.7 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	68
4.8 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	71
4.9 ตอบสมมติฐานการวิจัย.....	72
5. สรุปผลการวิจัย.....	73
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	73
5.2 อุปสรรคที่พบในการวิจัย.....	74
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	75
รายการอ้างอิง.....	76
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก แบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้.....	79
ภาคผนวก ข ผลการตอบแบบสอบถาม.....	85
ประวัติผู้วิจัย.....	91

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงสถานการณ์ปัจจุบันของการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กรอบ AEC สำหรับ กลุ่มยานยนต์.....	2
2.1 จำนวนประชากรชนชั้นกลางของภูมิภาคต่าง ๆ และสัดส่วนประชากร ชนชั้นกลาง.....	15
2.2 อัตราการถือครองยานยนต์ของประเทศต่าง ๆ.....	16
3.1 แสดงผลการหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน ยานยนต์ไทย.....	42
3.2 แสดงผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (I-CVI).....	44
4.1 แสดงเพศของกลุ่มประชากร.....	51
4.2 แสดงวุฒิการศึกษาของกลุ่มประชากร.....	51
4.3 แสดงอายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของกลุ่มประชากร.....	52
4.4 แสดงปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้วของบริษัท.....	54
4.5 แสดงกำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีที่แล้วของบริษัท.....	54
4.6 แสดงการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัท.....	54
4.7 แสดงความเพียงพอของช่างแรงงานฝีมือในบริษัท.....	55
4.8 แสดงการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand) ของบริษัท.....	55
4.9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย...	61
4.10 แสดงความคิดเห็นด้านทัศนคติของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	63
4.11 แสดงแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	67



## สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 แสดงมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยไปยังประเทศในอาเซียน ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2554.....	6
2.2 แสดงยอดขายยานยนต์แยกตามประเภท และการคาดการณ์ตลาดยานยนต์ เวียดนาม.....	7
2.3 แสดงหลักการว่าด้วยสิ่งกำเนิด (RoOs).....	8
2.4 ยอดผลิตและยอดขายรถยนต์ใน 5 ประเทศผู้ผลิตรถยนต์ในอาเซียนในปี 2554.....	9
2.5 แนวโน้มตลาดรถยนต์ในประเทศของอินโดนีเซีย.....	10
2.6 แสดงสัดส่วนการผลิตรถยนต์ในอินโดนีเซียตามประเภทในปี 2554.....	10
2.7 แสดงสัดส่วนโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไทย...	12
2.8 มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลกและของไทย ช่วงปี 2544-2554 (2001-2011).....	13
2.9 ปริมาณการผลิตยานยนต์ของโลก.....	14
2.10 ปริมาณการผลิตยานยนต์รวมของประเทศผู้ผลิตยานยนต์ 20 ลำดับแรก ในปี พ.ศ. 2554.....	14
2.11 ปริมาณการจำหน่ายยานยนต์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลก.....	17
2.12 ปริมาณการจำหน่ายยานยนต์รวมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก 20 ลำดับแรก ในปี 2554.....	17
2.13 คาดการณ์ปริมาณรถยนต์ที่ใช้งาน (In use) จนถึงปี พ.ศ. 2593.....	18
2.14 ความสัมพันธ์ของการผลิตยานยนต์และตลาดในประเทศของประเทศ สมาชิกอาเซียน.....	19
2.15 การผลิตยานยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียน ปี พ.ศ. 2550-2554.....	20
2.16 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียน ในปี พ.ศ. 2554.....	20
2.17 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย.....	25
2.18 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย แบ่งตามประเภทชิ้นส่วน.....	25
2.19 แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ของ Michael E. Porter.....	34
4.1 แรงกดดันทั้ง 5 ประการ ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	48
4.2 แสดงตำแหน่งของกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถาม.....	52
4.3 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบหลักของกลุ่มประชากร.....	53
4.4 แสดงการส่งเสริมการตลาดของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	56
4.5 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท.....	57
4.6 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศของบริษัท.....	57

รูปที่	หน้า
4.7 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัท.....	58
4.8 แสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท.....	59
4.9 แสดงปริมาณการผลิตและจำหน่ายยานยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียน ในปี พ.ศ. 2554.....	68



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

ประเทศไทยมีความสามารถเป็นอันดับต้น ๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์ จากข้อมูลของสถาบันยานยนต์ ประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์ทุกประเภทเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (2.456 ล้านคัน) ในปี พ.ศ. 2558 ด้วยเหตุผลนี้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจึงถือเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมาย ในการที่จะส่งเสริมความเข้มแข็งและเป็นตัวจักรกลตัวหนึ่งที่จะนำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง [1]

ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ส่วนหนึ่งมาจากความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุตสาหกรรมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องรองรับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ (Makers) จากต่างชาตินับตั้งแต่ พ.ศ. 2503 อย่างไรก็ตามด้วยภาวะเศรษฐกิจในช่วง 15 ปีหลัง และการเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียน (อาฟต้า) ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยลำดับ 2 และ 3 (Tier 2, 3) ต้องเกิดแรงกดดันให้มีการพัฒนาศักยภาพความสามารถอย่างจริงจัง [1, 2]

หลังจากที่ได้มีการเปิดเสรีทางการค้าในขั้นแรก โดยที่ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไน) ได้ทำการลดภาษีการค้าระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ไปแล้วตั้งแต่ต้นปี 2553 นั้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยได้รับประโยชน์ค่อนข้างมากจากการเปิดเสรี ดังกล่าว โดยจะเห็นได้ทั้งจากการส่งออกและการลงทุนในประเทศที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก และในอีกช่วง 3 ปีกว่าที่จะถึงนี้ หรือในปี 2558 การเปิดเสรีทางการค้าภายใต้การรวมกลุ่ม เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) ที่จะมีผลบังคับใช้กับอีก 4 ประเทศอาเซียนที่เหลือ หรือกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ดังแสดงในรูปที่ 1.1 ซึ่งส่งผลทำให้ทิศทางการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จากการศึกษาปัจจุบันค่ายรถต่างมองไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อกระจายออกไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค ดังนั้นหลังจากที่การเปิดเสรีภายใต้กรอบ AEC บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์แล้ว จึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการไทยน่าจะได้ประโยชน์ อย่างมากจากโอกาสดังกล่าว [1]

แม้ว่าโดยรวมแล้วจะคาดว่า ผลของการเปิดเสรีดังกล่าวจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย แต่จากสถานการณ์แรงงานและค่าจ้างแรงงาน ในปัจจุบันของไทย ทำให้ไทยมีโอกาสจะสูญเสียความน่าลงทุนให้กับประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ เช่น อินโดนีเซีย ได้ โดยเฉพาะเมื่อค่าจ้างแรงงานของอินโดนีเซียอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าไทยค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ควรที่จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมทั้งเพื่อให้สามารถได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรี รวมถึงพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

ตารางที่ 1.1 แสดงสถานการณ์ปัจจุบันของการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กรอบ AEC สำหรับกลุ่มยานยนต์

		กรอบเวลาการบังคับใช้อัตราภาษี (%) ภายใต้กรอบ AEC สำหรับสินค้าส่งออกของไทยหมวดรถยนต์ (HS:87)					
		2011	2012	2013	2015	2018	2020
ASEAN 5		0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ
CLMV	Cambodia	0-5	0-5	0-5	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ
	Laos	0-30	0-20	0-10	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ
	Myanmar	0-5	0-5	0-5	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ	0 ทุก รายการ
	Vietnam	0,5 และ 70 (ส่วน ใหญ่ของ HS:8703)	0,5 และ 70 (ส่วน ใหญ่ของ HS:8703)	0,5 และ 60 (ส่วน ใหญ่ของ HS:8703)	0 และ 60 (ส่วนใหญ่ ของ HS:8703)	0 ทุก รายการ n.a.* (ส่วน ใหญ่ของ HS:8703)	0 ทุก รายการ n.a.* (ส่วน ใหญ่ของ HS:8703)

หมายเหตุ: กลุ่มประเทศ ASEAN 5 ประกอบไปด้วย ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม และ n.a. คือ ยังอยู่ระหว่างการเจรจา

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ASEAN Secretariat) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, การเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC ในปี 2558 โอกาสสำหรับเอสเอ็มอีชิ้นส่วนรถยนต์ไทย, เข้าถึงเมื่อ 4 สิงหาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <https://ttmemedia.wordpress.com//2011/09/26/aec-B8%A/>.

โดยสรุป แม้การเปิดเสรีทางการค้าโดยรวมแล้วจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการโดยตรงในแง่ของการลดภาษีนำเข้าระหว่างกันของประเทศคู่ค้า และทิศทางการเคลื่อนย้ายการลงทุนไปยังประเทศที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าขณะที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า ซึ่งปัจจุบันไทยอาจจะยังได้เปรียบในข้อนี้ แต่เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ฝีมือในประเทศปัจจุบัน รวมถึงการที่ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นนี้อาจทำให้ไทยสูญเสียความน่าสนใจในการลงทุนแก่ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ เช่น อินโดนีเซีย ซึ่งปัจจุบันมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าไทยพอสมควรได้ ดังนั้นเพื่อที่จะคงไว้ซึ่งขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ ผู้ประกอบการควรต้องพยายามเพิ่ม Productivity ในการผลิตให้ได้มากที่สุด เช่น การนำเครื่องจักรการผลิตที่มีเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น โดยอาจใช้ช่องทางการขอ รับการส่งเสริมการ

ลงทุนจากบีไอไอ เพื่อลดต้นทุนภาษีการนำเข้าเครื่องจักร โดยเฉพาะการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์อีโคคาร์ นั้นจะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรสำหรับทุกเขต นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาฝีมือแรงงานให้เป็นกลุ่มที่มีทักษะที่หลากหลายและสูงขึ้น แต่ถ้าหากความต้องการใช้แรงงานไร้ฝีมือในการผลิตอยู่ในสัดส่วนที่สูง ผู้ประกอบการอาจจะใช้วิธีการโยกการผลิตในส่วนที่ต้องใช้แรงงานเหล่านี้มากไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า แต่ก็ต้องยอมรับกับความเสี่ยงจากปัจจัยลบต่าง ๆ นอกประเทศ ที่อาจเกิดขึ้นด้วย [3]

ด้วยเหตุนี้ โครงการวิจัยนี้จึงมีความมุ่งหมายที่จะค้นหาคำตอบจากการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อให้ทราบถึง จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย อีกทั้งถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มาจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย [2, 4]

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

1.2.4 เพื่อศึกษาตำแหน่งการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเริ่มจากการหาตำแหน่งการแข่งขันทางอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียน (Asean) จากข้อมูลทุติยภูมิที่ทันสมัยเพื่อค้นหาประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย และเปรียบเทียบตำแหน่งในการแข่งขันกับผลการสำรวจบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ จากนั้นการกำหนดกลยุทธ์จะใช้เครื่องมือทางการจัดการเชิงกลยุทธ์มากำหนดแผนปฏิบัติการ เพื่อหาแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ในการปฏิบัติการและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต่อไป

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 สามารถนำแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) มาวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากข้อมูลทุติยภูมิได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.4.2 สามารถทราบประเทศคู่แข่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างแท้จริง

1.4.3 สามารถใช้เครื่องมือ SWOT Analysis มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อย่างแท้จริง

1.4.4 สามารถใช้เครื่องมือ TOWS Matrix มาวิเคราะห์แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยได้ที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 อย่างแท้จริง

1.4.5 สามารถวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์การบริหารองค์กรของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถทราบตำแหน่งการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

1.5.2 รู้ถึงมุมมองการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยกับประเทศคู่แข่งภายในกลุ่มประชาคมอาเซียนที่สำคัญ

1.5.3 ผลสำรวจข้อมูลที่แท้จริงของผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

1.5.4 สามารถทราบได้ว่าบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีศักยภาพมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ซึ่งจุดแข็งและจุดอ่อนดังกล่าวจะแสดงให้เห็นบริษัทผู้ผลิตดังกล่าวมีอะไรบ้างที่เป็นจุดแข็งที่ควรคงไว้ และอะไรบ้างที่เป็นจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกนั้น ไม่สามารถควบคุมได้โดยพิจารณาจากโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) ก็เพื่อปรับปรุงองค์ให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก



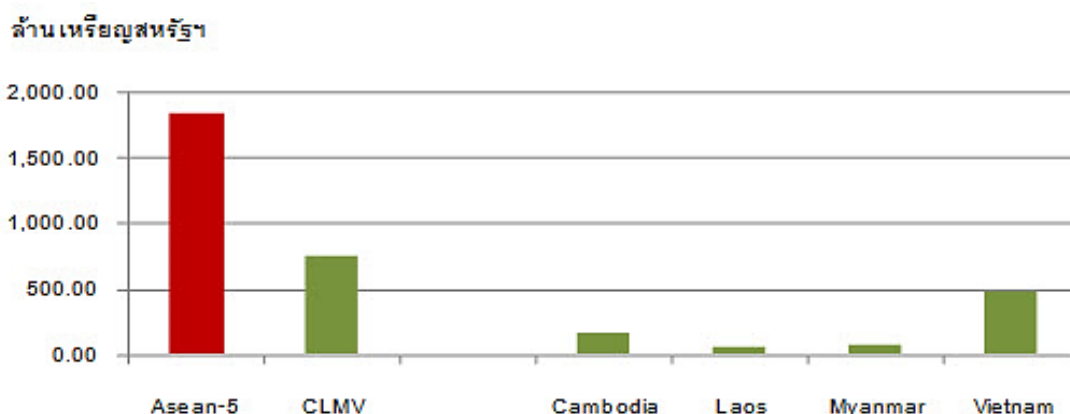
## บทที่ 2

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

งานวิจัยเริ่มจากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับสถานะอุตสาหกรรมยานยนต์ แนวโน้ม และประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ จากนั้นกำหนดคู่แข่งและวิเคราะห์ตำแหน่งในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจากการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก และประยุกต์เครื่องมือทางการจัดการงานวิศวกรรมเช่น Five Force Model, SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและกลยุทธ์จากค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยที่ประเมินจากแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่อยู่ในกลุ่ม tier 2 และ tier 3 รวมถึงรวบรวมข้อมูลและแนวคิดเพื่อหาแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

#### 2.1 เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)

หลังจากที่ได้มีการเปิดเสรีทางการค้าในขั้นแรก โดยที่ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ (ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซียฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไน) ได้ทำการลดภาษีการค้าระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ไปแล้วตั้งแต่ต้นปี 2553 นั้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยได้รับประโยชน์ค่อนข้างมากจากการเปิดเสรี ดังกล่าว โดยจะเห็นได้ทั้งจากการส่งออกและการลงทุนในประเทศที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก และในอีกช่วง 3 ปีกว่าที่จะถึงนี้ หรือในปี 2558 การเปิดเสรีทางการค้าภายใต้การรวมกลุ่ม เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asean Economic Community) ที่จะมีผลบังคับใช้กับอีก 4 ประเทศอาเซียนที่เหลือ หรือกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) นั้น ย่อมจะส่งผลทำให้ทิศทางการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 2.1 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยไปยังประเทศในอาเซียนช่วง 7 เดือนแรกของปี 2554 ซึ่งปัจจุบันค่ายรถต่างมองไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อ กระจายออกไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค ดังนั้นหลังจากที่การเปิดเสรีภายใต้กรอบ AEC บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์แล้ว จึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการไทยน่าจะได้ประโยชน์อย่างมากจากโอกาสดังกล่าว [2, 4, 5]



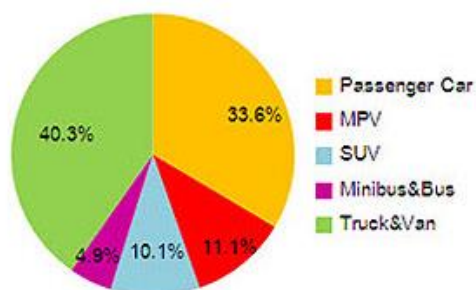
รูปที่ 2.1 แสดงมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยไปยังประเทศในอาเซียน ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2554

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, การเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC ในปี 2558 : โอกาสสำหรับเอสเอ็มอีชิ้นส่วนรถยนต์ไทย, เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <https://ttmmedia.wordpress.com/2011/09/26/aec-%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83/>.

แม้ว่าโดยรวมแล้วจะคาดว่า ผลของการเปิดเสรีดังกล่าวจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย แต่จากสถานการณ์แรงงานและค่าจ้างแรงงาน ในปัจจุบันของไทย ทำให้ไทยมีโอกาสจะสูญเสียความน่าลงทุนให้กับประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยในการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ เช่น อินโดนีเซีย ได้ โดยเฉพาะเมื่อค่าจ้างแรงงานของอินโดนีเซียอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าไทยค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ควรที่จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมทั้งเพื่อให้สามารถได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรี รวมถึงพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

จากที่ได้กล่าวถึงในเบื้องต้น แม้ปัจจุบันประเทศกลุ่ม CLMV จะยังมีกำแพงภาษีอยู่บ้าง แต่ภายหลังจากที่แต่ละประเทศต้องลดภาษีลงเหลือ ร้อยละ 0 ในปี 2558 ภายใต้กรอบความตกลง AEC คาดว่าจะส่งผลดีต่อไทยเพิ่มขึ้นอีกมาก โดยเฉพาะจะส่งผลดีต่อภาพรวมการส่งออกของประเทศไทยในอนาคต เนื่องจากประเทศในกลุ่มนี้เป็นประเทศเกิดใหม่ที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง ความพร้อมและคุณภาพชิ้นส่วนในประเทศยังไม่มากนัก ทำให้มีอุปสงค์ที่ยังมีโอกาสในการขยายตัวอีกมาก โดยเฉพาะเวียดนาม ซึ่งเป็นอีกประเทศที่มีอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนในประเทศ แต่ความพร้อมด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยังห่างจากไทยอยู่มาก โดยปัจจุบัน ในเวียดนามมีผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์ประมาณมากกว่า 100 ราย และมีอัตราการใช้ชิ้นส่วน ส่วนประกอบและเครื่องยนต์ใน ประเทศ โดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 10 ถึง 20 โดยส่วนประกอบที่ผลิตในประเทศส่วนใหญ่เป็นแบบง่าย ๆ รวมถึงมีต้นทุนที่สูงกว่าในการผลิต เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน เนื่องจากการขาดแคลนอุตสาหกรรมหล่อโลหะและเครื่องจักรที่ทันสมัย ทำให้เวียดนามต้องมีการนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์ชนิด OEM จากไทยค่อนข้างมาก นอกจากนี้การที่เวียดนามไม่สามารถผลิตรถยนต์ได้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศและต้องนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ เช่น ไทย ทำให้ชิ้นส่วน REM ของไทยน่าจะได้รับประโยชน์ดังกล่าวด้วย อนึ่ง กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า

เวียดนาม (Ministry of Industry and Trade: MoIT) ได้มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของเวียดนามจะเติบโตอย่างมากในทศวรรษหน้า ทั้งนี้เนื่องจากเวียดนามเป็นประเทศที่เศรษฐกิจมีโอกาสขยายตัวสูงสุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน ส่งผลให้รายได้ประชากรมียแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ประกอบกับภายในปี 2558 เวียดนามจำเป็นต้องลดภาษีสินค้าเกือบทั้งหมดในหมวดยานยนต์ที่นำเข้าจากประเทศในอาเซียนลงเหลือร้อยละ 0 ตามข้อผูกพันจากการเปิดเสรีอาเซียน ทำให้ชิ้นส่วนนำเข้า โดยเฉพาะจากไทย มีโอกาสจะเข้ามาในตลาดเวียดนามได้มากขึ้น [3, 4] ดังแสดงในรูปที่ 2.2



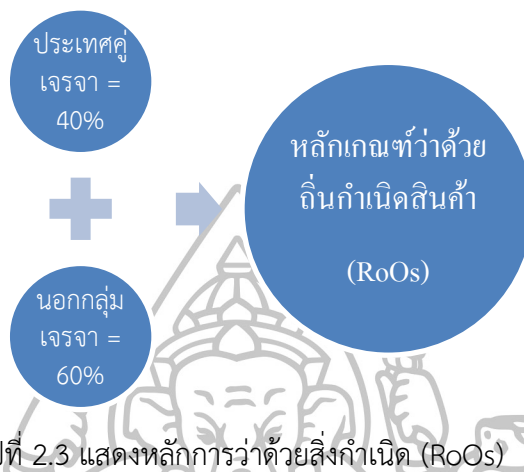
ปี	สัดส่วนการใช้รถ (คัน/1,000คน)	ขนาดตลาด (คัน)
2558	28	235,000
2563	38	347,000
2568	88	836,000

รูปที่ 2.2 แสดงยอดขายยานยนต์แยกตามประเภท และการคาดการณ์ตลาดยานยนต์เวียดนาม ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, การเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC ในปี 2558 : โอกาสสำหรับเอสเอ็มอีชิ้นส่วนรถยนต์ไทย, เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <https://ttmemedia.wordpress.com/2011/09/26/aec-%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83/>.

ส่วนประเทศอื่น ๆ ในกลุ่ม CLMV น่าจะเป็นในลักษณะของการนำเข้าชิ้นส่วนอะไหล่จากไทย ซึ่งทิศทางในอนาคตคาดว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทยจะ ได้ประโยชน์จากการส่งออกไปยังกลุ่ม CLMV พอสมควร หลังจากที่ภาษีจะลดลงเหลือร้อยละ 0 ทั้งหมดในปี 2558 ทั้งในส่วนชิ้นส่วนประกอบรถยนต์และอะไหล่ อย่างไรก็ตามความท้าทายของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไทยอยู่ที่ตลาดอะไหล่รถยนต์ที่อาจจะต้องเผชิญกับการแข่งขันจากอะไหล่ราคาถูกจากจีน ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศเหล่านี้ยังมีรายได้ต่ำทำให้อะไหล่ ราคาถูกจากจีนอาจได้รับความนิยมมากกว่า ส่วนตลาดชิ้นส่วนประกอบรถยนต์คาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบมากเท่าอะไหล่ เนื่องจากชิ้นส่วนที่ใช้ประกอบรถยนต์จำเป็นที่จะต้องรักษาระดับคุณภาพที่ระดับหนึ่ง ทำให้ชิ้นส่วนไทยที่ได้รับการยอมรับมากกว่าในเรื่องคุณภาพยังมีโอกาสในตลาด ประกอบกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นบริษัทจากญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อชิ้นส่วนจากไทย โดยการซื้อชิ้นส่วนจากบริษัทญี่ปุ่นด้วยกัน ซึ่งในไทยมีบริษัทผลิตชิ้นส่วนที่ถือหุ้นร่วมกันกับชาวญี่ปุ่นอยู่มาก การลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากผลของการเปิดเสรีทางการค้า AEC [5]

นอกจากการส่งออกสินค้าชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีโอกาสเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นประโยชน์ที่เห็นได้ในเชิงรูปธรรมเป็นอันดับแรก ๆ แล้วการเปิดเสรี ยังส่งผลให้ค่ายรถยนต์จากต่างประเทศเริ่มย้ายฐานการลงทุนผลิตรถยนต์มายังไทยมากขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านภาษีภายใต้เงื่อนไขหลักเกณฑ์ว่าด้วยถิ่นกำเนิด (Rule of Origins: RoOs) ดังแสดงในรูปที่ 2.3 ซึ่งจะมีการกำหนดว่าสินค้าที่จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีนั้นต้องผลิตในประเทศคู่เจรจาอย่างน้อยคิดเป็นมูลค่าเท่ากับร้อยละ

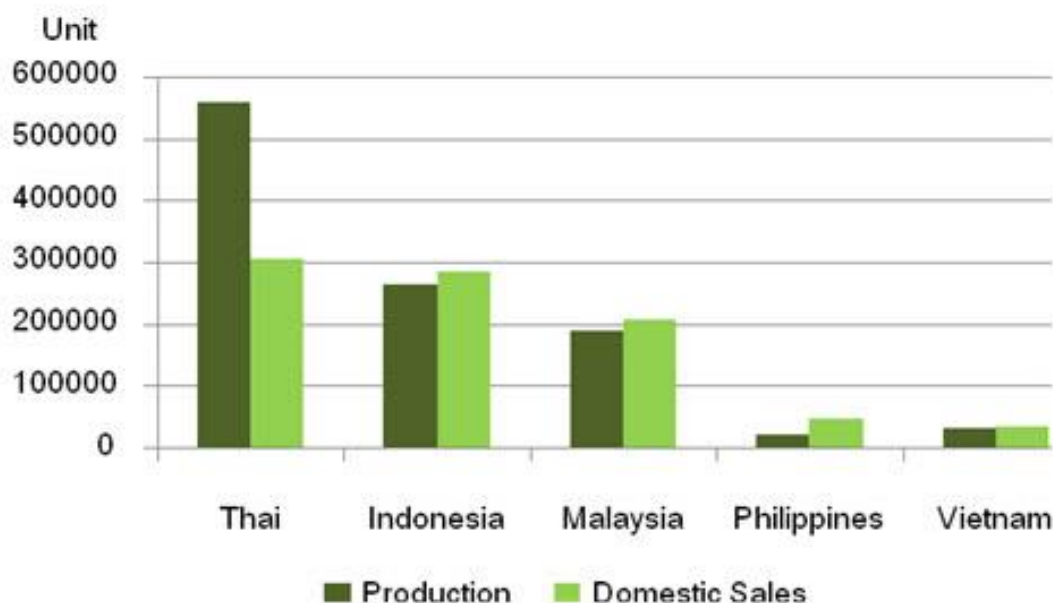
ละ 40 ของมูลค่าสินค้า ทั้งนี้เพื่อให้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกรถยนต์ในภูมิภาคอาเซียน และ ออสเตรเลีย ทำให้อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ได้รับประโยชน์ไปด้วย โดยเฉพาะ ชิ้นส่วน OEM [5]



รูปที่ 2.3 แสดงหลักการว่าด้วยถิ่นกำเนิด (RoOs)

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, การเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC ในปี 2558 : โอกาสสำหรับเอสเอ็มอีชิ้นส่วนรถยนต์ไทย, เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <https://ttmmedia.wordpress.com/2011/09/26/aec-%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83/>.

ซึ่งแนวโน้มการย้ายฐานการผลิตของค่ายรถยนต์มายังประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศญี่ปุ่นเพื่อการกระจายความเสี่ยงที่สูงขึ้น หลังจากเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหวและสึนามิ ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา โดยจากผลการสำรวจของ JBIC ประเทศไทย เป็นฐานการผลิตที่มีความน่าสนใจในการลงทุนเป็นอันดับ 3 รองจากจีนและอินเดีย ทำให้แนวโน้มการลงทุนจากญี่ปุ่นที่จะเข้ามายังไทยมีโอกาสมเพิ่มขึ้นมากในอนาคตอันใกล้นี้ เพื่อใช้ ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกโดยเฉพาะไปยังประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน โดยอาศัยประโยชน์ทางด้านภาษีจากความตกลงว่าด้วยสิทธิพิเศษทางการค้าภายใต้กรอบ AEC ซึ่งทิศทางดังกล่าวย่อมทำให้แนวโน้มการผลิตรถยนต์ในไทยเพิ่มสูงขึ้นได้อีกมากโอกาสของผู้ประกอบการในการขยายลงทุนไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน [4, 5]



รูปที่ 2.4 ยอดผลิตและยอดขายรถยนต์ใน 5 ประเทศผู้ผลิตรถยนต์ในอาเซียนในปี 2554  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

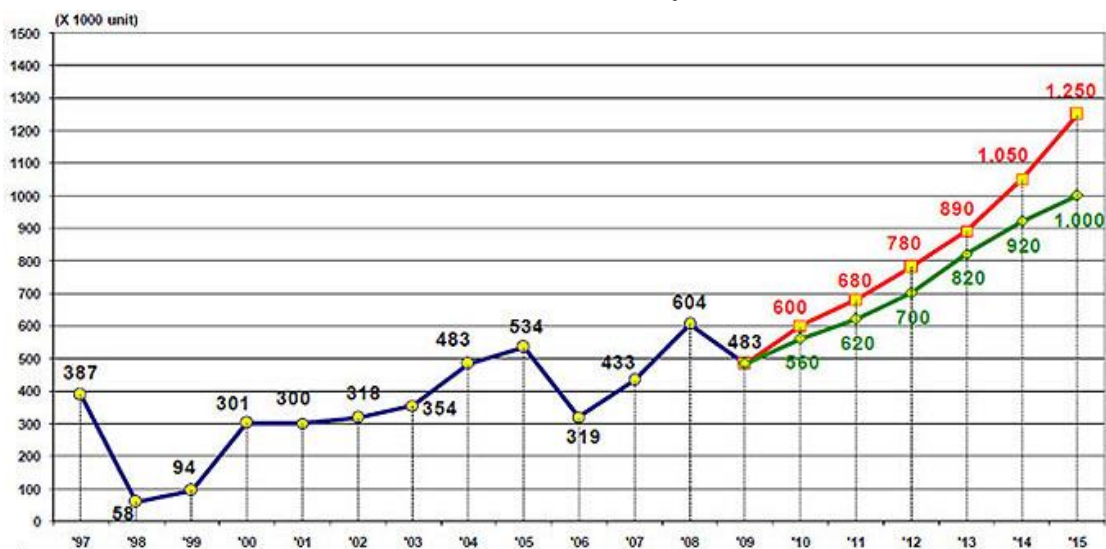
นอกจากนักลงทุนต่างชาติจะเข้ามาลงทุนในไทยเพิ่มขึ้นมากจากการเปิดเสรีทางการค้าแล้ว ในทางตรงกันข้าม การออกไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนก็อาจเป็น แนวทางหนึ่งที่ควรพิจารณา หากผู้ประกอบการไทยมีทุนมากพอ และพร้อมจะรับความเสี่ยงที่อาจจะ เกิดขึ้นในต่างประเทศ ซึ่งการขยายการลงทุนไปยังประเทศที่ค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า จะเป็นการช่วยลด ต้นทุนรวมถึงเป็นการเพิ่มผลกำไร รวมทั้งบางตลาดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อีกมากในอนาคต ซึ่ง ผู้ประกอบการจะได้รับสิทธิประโยชน์ทั้งในด้านภาษีในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศอื่น ๆ ในกลุ่ม รวมถึงสิทธิประโยชน์ในด้านอื่นๆในอนาคตด้วย เช่น การเคลื่อนย้ายแรงงาน เป็นต้น

จากรูปที่ 2.4 แสดงให้เห็นได้ว่าไทยเป็นประเทศเดียวที่มีการผลิตรถยนต์มากกว่าความ ต้องการในประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากไทยเน้นการผลิตเพื่อส่งออกเป็น หลักด้วยอีกทาง ขณะที่ประเทศ อื่น ๆ ยังต้องอาศัยการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ เช่น ไทย เพื่อให้สามารถรองรับกับอุปสงค์ใน ตลาดได้ อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ประกอบการที่มองหาช่องทางในการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ แล้ว หากดูจากโอกาสในการเติบโตของตลาดในอนาคต อินโดนีเซียและเวียดนามนับว่าเป็นตลาดที่ น่าสนใจ โดยเฉพาะอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นฐานการผลิตที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากไทย นอกจากนี้แนวโน้มตลาดรถยนต์ในประเทศของอินโดนีเซียที่มีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการ ขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและจำนวนการถือครองรถยนต์ต่อประชากรที่ยังอยู่ใน ระดับต่ำ ทำให้การผลิตรถยนต์ในอินโดนีเซียมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในอนาคต

สำหรับส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ในประเทศของอินโดนีเซียดังที่แสดงในรูปที่ 2.5 นั้น รถ อเนกประสงค์ MPV ถือครองส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดถึงร้อยละ 64 ของตลาดรวม ซึ่งรถยนต์ประเภทนี้ ที่ได้รับความนิยมเป็นหลักคือ รถรุ่น Toyota Avanza และ Toyota Innova ของค่ายโตโยต้า ส่งผล

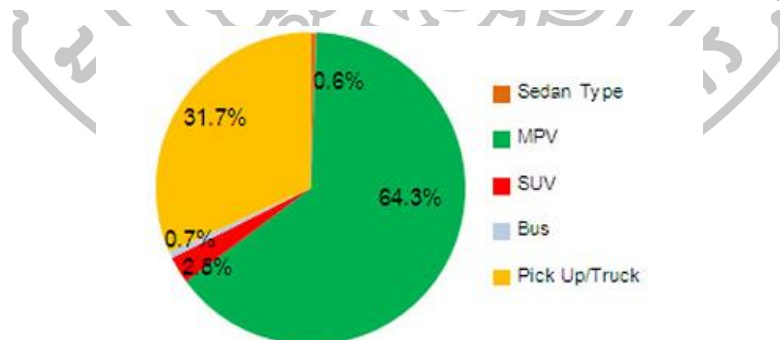


ให้โตโยต้าเป็นแบรนด์รถที่ถือครองส่วนแบ่งการผลิตรถยนต์สูงสุดในอินโดนีเซียถึงประมาณเกือบร้อยละ 40 และก็คล้าย ๆ กับประเทศไทยที่ค่ายรถญี่ปุ่นถือครองส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 95 ทำให้ผู้ประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนสำหรับค่ายรถญี่ปุ่นอยู่แล้ว อาจมีโอกาสนในการขยายการลงทุนเข้าไปในอินโดนีเซียได้ง่ายขึ้นอาศัยความสัมพันธ์กับค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นในไทย [4, 5, 6] และได้แสดงสัดส่วนการผลิตรถยนต์ในอินโดนีเซียตามประเภทดังแสดงในรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.5 แนวโน้มตลาดรถยนต์ในประเทศของอินโดนีเซีย

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, การเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC ในปี 2558 : โอกาสสำหรับเอสเอ็มอีชิ้นส่วนรถยนต์ไทย, เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <https://ttmemedia.wordpress.com/2011/09/26/aec-%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83/>.



รูปที่ 2.6 แสดงสัดส่วนการผลิตรถยนต์ในอินโดนีเซียตามประเภทในปี 2554

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

ซึ่งโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ประกอบด้วยผู้ประกอบการ 2 กลุ่มใหญ่คือ [3]

2.1.1 กลุ่มกิจกรรมหลัก (Core activities) ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งผู้ประกอบการยานยนต์ ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์นั่งส่วนบุคคล กลุ่มผู้ประกอบการรถจักรยานยนต์ และผู้ประกอบการเพื่อการพาณิชย์ เป็นต้น ที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ และบริษัทที่ร่วมทุนกับต่างชาติ ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สำคัญในการกำหนดบทบาททิศทางในการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมดของไทยดังแสดงในรูปที่ 2.7 โดยจำแนกผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ตามลำดับชั้นของโครงสร้างการผลิตได้ ดังนี้

2.1.1.1 ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 (First tier, Tier I) คือ ผู้จัดการหรือผู้ผลิตชิ้นส่วนประเภท อุปกรณ์และจัดส่งให้แก่โรงงานประกอบยานยนต์โดยตรง เช่น เครื่องยนต์ เบรก ล้อรถยนต์ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งต้องมีความสามารถทางเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนที่ได้มาตรฐานตามที่ผู้ประกอบการรถยนต์กำหนด

2.1.1.2 ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 (Second tier, Tier II) คือ ผู้จัดการหรือผู้ผลิตชิ้นส่วนย่อย (Individual part) เพื่อจัดส่งให้แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและโลหะการ พลาสติก ยาง เหล็ก อิเล็กทรอนิกส์ แก้ว และกระจก เป็นต้น ซึ่งอาจได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ผลิตชิ้นส่วนในลำดับที่ 1

2.1.1.3 ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 3 (Third tier, Tier III) คือ ผู้จัดการและผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อจัดส่ง ให้แก่ผู้จัดหา

2.1.2 กลุ่มกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการและกลุ่มนโยบายและสนับสนุน โดยมีรายละเอียดดังนี้

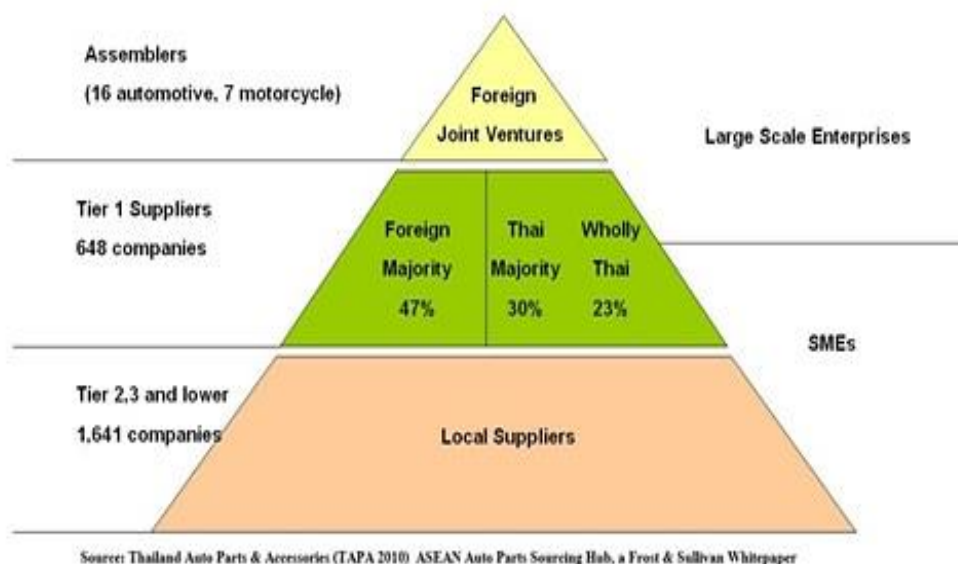
2.1.2.1 กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream industrial) เป็นกลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น เหล็ก กระจก หนัง พลาสติก เป็นต้น โดยมีการผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตชิ้นส่วนทั้งในด้านปริมาณ มาตรฐานและคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มของผู้ผลิตเครื่องจักรกล (Machine) แม่พิมพ์ (Mould) อุปกรณ์ยึดจับชิ้นงาน (Jig and fixture) และเครื่องมือ (Tooling) ต่าง ๆ

2.1.2.2 กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (Service industrial) เช่น ผู้ให้บริการกระจายสินค้า บริการ ด้านการเงิน การตรวจสอบ และทดสอบการบริการด้านการประกันภัย เป็นต้น

2.1.3 กลุ่มนโยบายและสนับสนุนประกอบด้วย 3 กลุ่มย่อยได้แก่

2.1.3.1 กลุ่มภาครัฐ ทำหน้าที่ในการวางแผนและกำหนดนโยบายระดับชาติ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

2.1.3.2 กลุ่มสถาบันยานยนต์และสมาคมผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และระหว่างเอกชนด้วยกันเอง เช่น สถาบันยานยนต์ สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เป็นต้น



รูปที่ 2.7 แสดงสัดส่วนโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไทย ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

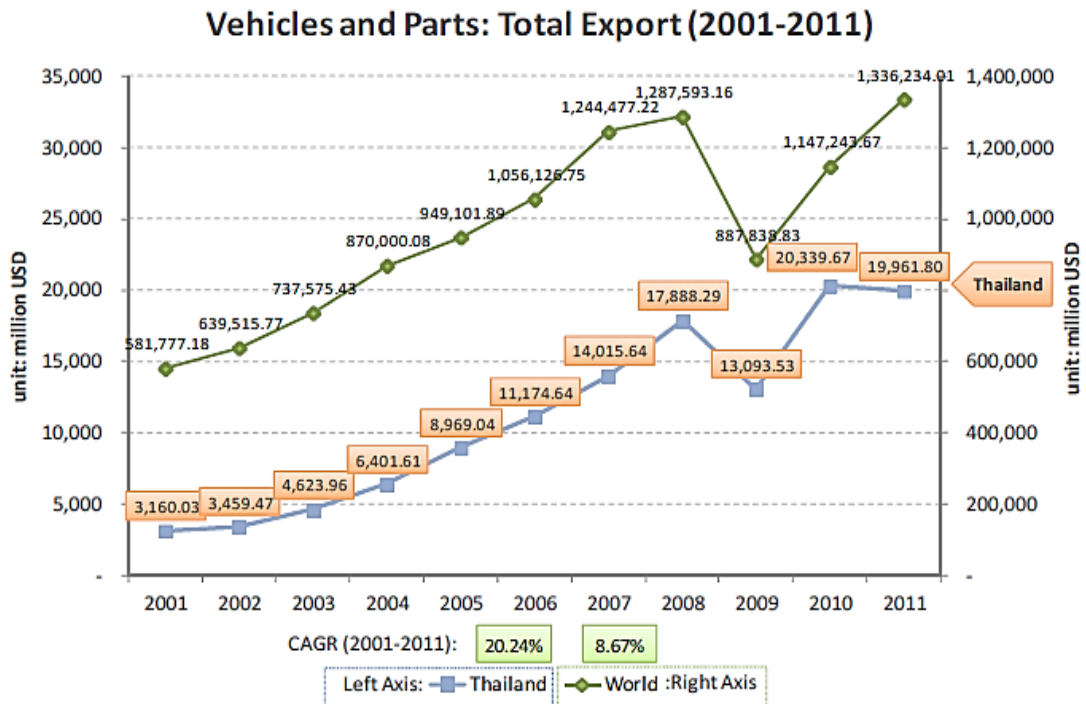
## 2.2 สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

### 2.2.1 แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลก

#### 2.2.1.1 ภาพรวมการส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลก

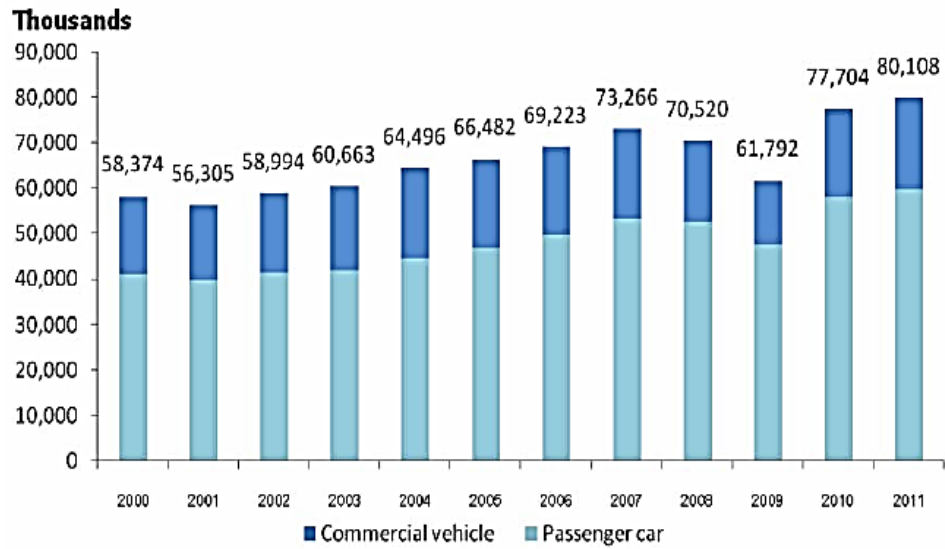
รูปที่ 2.8 แสดงมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลกและของไทย ระหว่างปี 2544-2554 (2001-2011) จากรูปที่ 2.9 พบว่าการส่งออกของโลกและของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นปี 2552 (2009) เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก ซึ่งการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของทั้งโลก จะพบว่าในปี 2554 (2011) มีการส่งออกทั้ง 1.34 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และในช่วงปี 2554-2554 (2001-2011) อยู่ที่ร้อยละ 8.67 ในขณะที่ไทยมีการส่งออกในปีเดียวกันที่ 19,961.80 ล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงปี 2554-2554 (2001-2011) สูงถึงร้อยละ 20.24 ซึ่งมีอัตราที่สูงกว่าของโลกมาก แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ในส่วนของปี 2554 (2011) ที่ไทยมียอดส่งออกลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในประเทศ [6, 7]



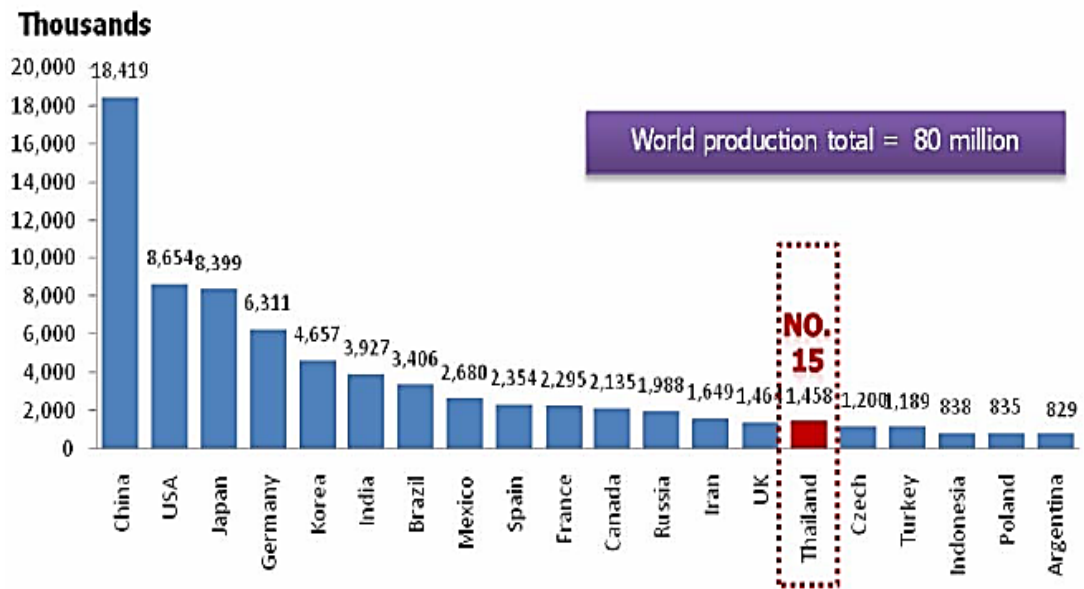


รูปที่ 2.8 แสดงมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลกและของไทย ช่วงปี 2544-2554 (2001-2011)  
ที่มา: ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย), โครงการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุน (ม.ป.ท., 2555).

อย่างไรก็ดี ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมียอดการผลิตยานยนต์ยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณการผลิตในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวน 69.2 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 23 และในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวน 80.1 ล้านคัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ร้อยละ 16 แสดงว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลกยังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งอุปทานจะถึงจุดอิ่มตัว แต่ตลาดในประเทศกำลังพัฒนากลับเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังแสดงในรูปที่ 2.9 เมื่อพิจารณาข้อมูลการผลิตในปี พ.ศ. 2554 พบว่า ประเทศจีนสามารถเป็นผู้ผลิตยานยนต์ที่มีปริมาณมากที่สุดในโลก จำนวน 18.4 ล้านคัน รองลงมาคือประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น จำนวน 8.6 และ 8.4 ล้านคัน ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยนั้น ยังเป็นผู้ผลิตลำดับที่ 15 ซึ่งมีปริมาณการผลิตยานยนต์ 1.5 ล้านคัน นอกจากนี้ ยังพบว่าประเทศผู้ผลิตยานยนต์ 20 ลำดับแรกนั้นเป็นผู้ผลิตยานยนต์ จากประเทศในภูมิภาคเอเชีย 7 ประเทศ มีปริมาณการผลิตยานยนต์รวมกันมากกว่าครึ่งของปริมาณการผลิตยานยนต์รวมทั่วโลก [7] ดังแสดงในรูปที่ 2.10



รูปที่ 2.9 ปริมาณการผลิตยานยนต์ของโลก  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).



รูปที่ 2.10 ปริมาณการผลิตยานยนต์รวมของประเทศผู้ผลิตยานยนต์ 20 ลำดับแรก ในปี พ.ศ. 2554  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

สำหรับแนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลก พบว่าบริษัทผู้ผลิตรายานยนต์จะย้ายฐานการผลิตไปใกล้ตลาดยานยนต์ไปยังแหล่งที่มีต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่งต่ำกว่า โดยตลาดในภูมิภาคเอเชียเป็นตลาดเกิดใหม่ที่กำลังเติบโตเนื่องจากประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ได้แสดงดังตารางที่ 2.1 และมีอัตราการถือครองยานยนต์ยังอยู่ในระดับต่ำที่เป็นไปตามตารางที่ 2.2 ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่า การผลิตรายานยนต์จะย้ายจากฐานการผลิตในภูมิภาคตะวันตก มาตั้งฐานการผลิตในภูมิภาคตะวันออกของโลกมากขึ้นนอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มว่าผู้ผลิตรายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์รายต่าง ๆ จะร่วมมือกันมากขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การผลิต การทำวิจัยพัฒนา และเทคโนโลยี เป็นต้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันร่วมกัน [6, 7]

ตารางที่ 2.1 จำนวนประชากรชนชั้นกลางของภูมิภาคต่าง ๆ และสัดส่วนประชากรชนชั้นกลาง

ภูมิภาค	ปี พ.ศ. 2552		ปี พ.ศ. 2563		ปี พ.ศ. 2573	
	จำนวน (ล้านคน)	สัดส่วน ชนชั้นกลาง (ร้อยละ)	จำนวน (ล้านคน)	สัดส่วน ชนชั้นกลาง (ร้อยละ)	จำนวน (ล้านคน)	สัดส่วน ชนชั้นกลาง (ร้อยละ)
อเมริกาเหนือ	338	18	333	10	322	7
อเมริกากลางและใต้	181	10	251	8	313	6
ยุโรป	664	36	703	22	680	14
เอเชียแปซิฟิก	525	28	1,740	54	3,228	66
แอฟริกา	137	8	222	7	341	7
รวมทั่วโลก	1,845	100	3,249	100	4,884	100

ที่มา: ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย), โครงการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุน (ม.ป.ท., 2555).

### 2.2.1.2 ภาพรวมความต้องการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลก

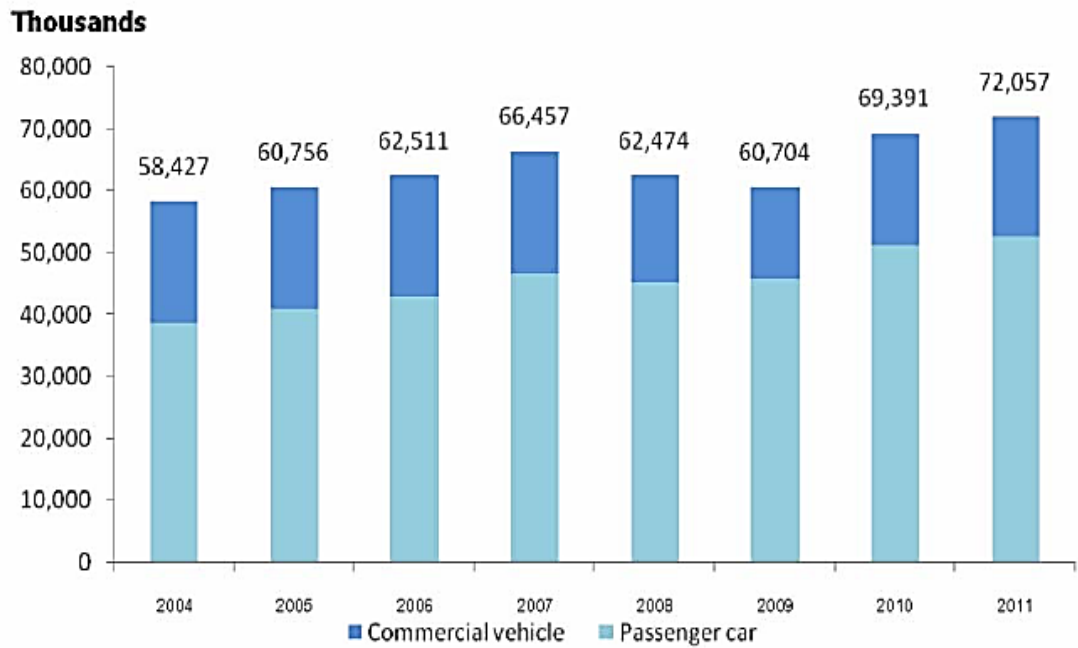
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 พบว่าปริมาณการจำหน่ายยานยนต์ทั่วโลก ได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2551 ที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกจากปัญหาหนี้ด้อยคุณภาพ (Sub-prime) ของสหรัฐอเมริกา ทำให้อัตราการเติบโตของการจำหน่ายยานยนต์รวมทั่วโลก ลดลงร้อยละ 6 จนเมื่อภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2553 ทำให้อัตราการเติบโตของการจำหน่ายเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ที่ปริมาณ 69 ล้านคันต่อปี และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2554 ที่ปริมาณ 72 ล้านคันต่อปี [7] ดังแสดงในรูปที่ 2.11

ตารางที่ 2.2 อัตราการถือครองยานยนต์ของประเทศต่าง ๆ

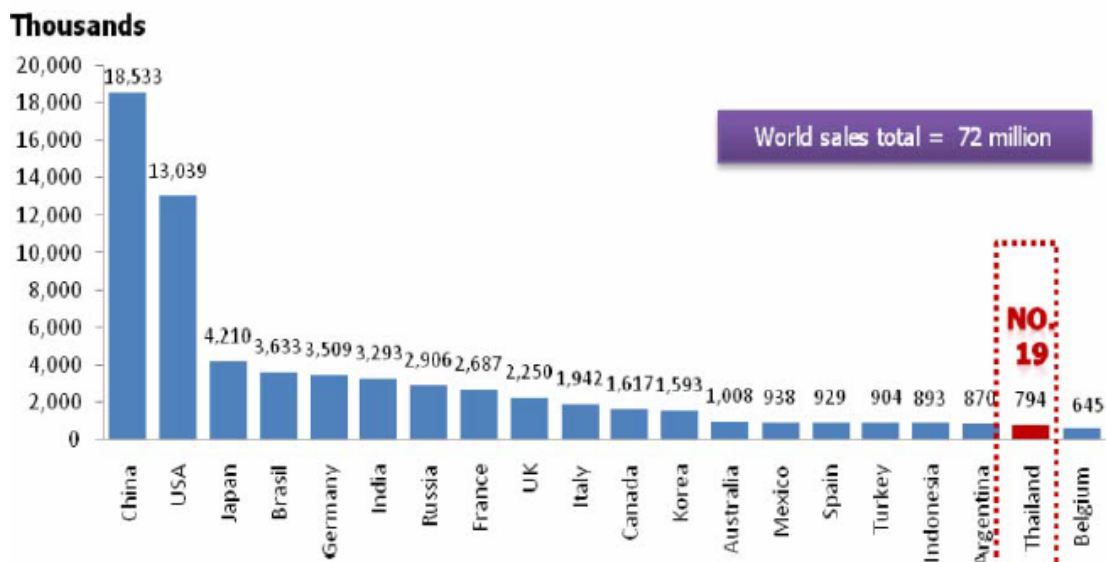
ประเทศ	อัตราการถือครอง (คนต่อรถ 1 คัน)	ประเทศ	อัตราการถือครอง (คนต่อรถ 1 คัน)
สหรัฐอเมริกา	1.3	เกาหลีใต้	2.8
ออสเตรเลีย	1.5	รัสเซีย	3.4
อิตาลี	1.5	เม็กซิโก	3.7
แคนาดา	1.6	อาร์เจนตินา	4.0
ออสเตรเลีย	1.7	บราซิล	6.1
ฝรั่งเศส	1.7	แอฟริกาใต้	6.3
ญี่ปุ่น	1.7	ไทย	6.5
สเปน	1.7	ตุรกี	6.5
เยอรมนี	1.8	อินโดนีเซีย	12.7
เนเธอร์แลนด์	1.8	จีน	17.1
อังกฤษ	1.8	อินเดีย	58.9
สวีเดน	1.9	เฉลี่ยทั่วโลก	6.8

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

เมื่อพิจารณาข้อมูลการจำหน่ายในปี พ.ศ. 2554 พบว่า ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีปริมาณจำหน่ายยานยนต์ภายในประเทศมากที่สุดถึง 18.5 ล้านคันเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตยานยนต์ของโลก รองลงมา คือประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 13.0 และญี่ปุ่น 4.2 ล้านคัน ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการจำหน่ายยานยนต์ในประเทศลำดับที่ 19 โดยมีปริมาณการจำหน่ายอยู่ที่ 0.79 ล้านคัน [7] ดังแสดงในรูปที่ 2.12



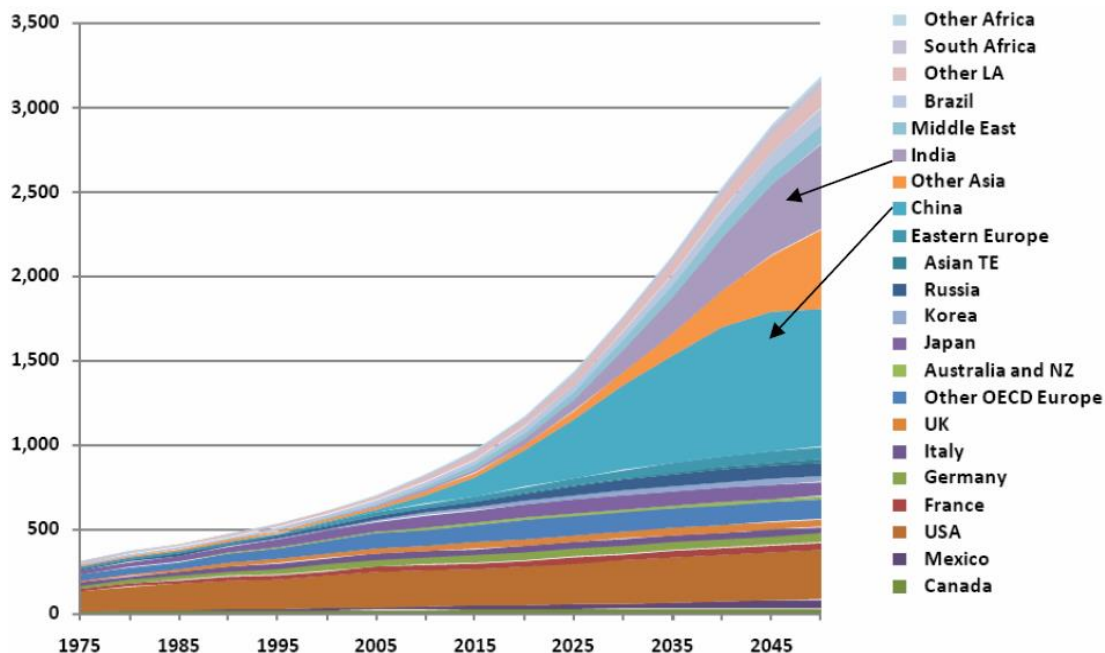
รูปที่ 2.11 ปริมาณการจำหน่ายยานยนต์ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).



รูปที่ 2.12 ปริมาณการจำหน่ายยานยนต์รวมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก 20 ลำดับแรก ในปี 2554  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

จากรูปที่ 2.13 FIA Foundation (FIA) คาดการณ์ ในอนาคตจนถึงปี พ.ศ. 2593 ว่าปริมาณยานยนต์ที่ใช้งานจะเพิ่มมากกว่าปัจจุบันถึง 3 เท่า และเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสัดส่วนการใช้

งานยานยนต์ของประเทศต่างๆ คือ ประเทศเศรษฐกิจเก่า (Mature economies) เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น จะมีสัดส่วนการใช้ยานยนต์ที่น้อยลง ในขณะที่ประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Emerging economies) เช่น จีน อินเดีย จะมีสัดส่วนการใช้ยานยนต์มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในอนาคตการจำหน่ายยานยนต์ในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่จะมีสัดส่วนมากกว่าประเทศเศรษฐกิจเก่า ซึ่งสอดคล้องกับที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ว่าประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ยังมีอัตราการถือครองยานยนต์ในระดับต่ำ จึงยังมีโอกาสเติบโต และขยายฐานการผลิตออกไปได้อีกมาก [7]



รูปที่ 2.13 คาดการณ์ปริมาณรถยนต์ที่ใช้งาน (In use) จนถึงปี พ.ศ. 2593

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

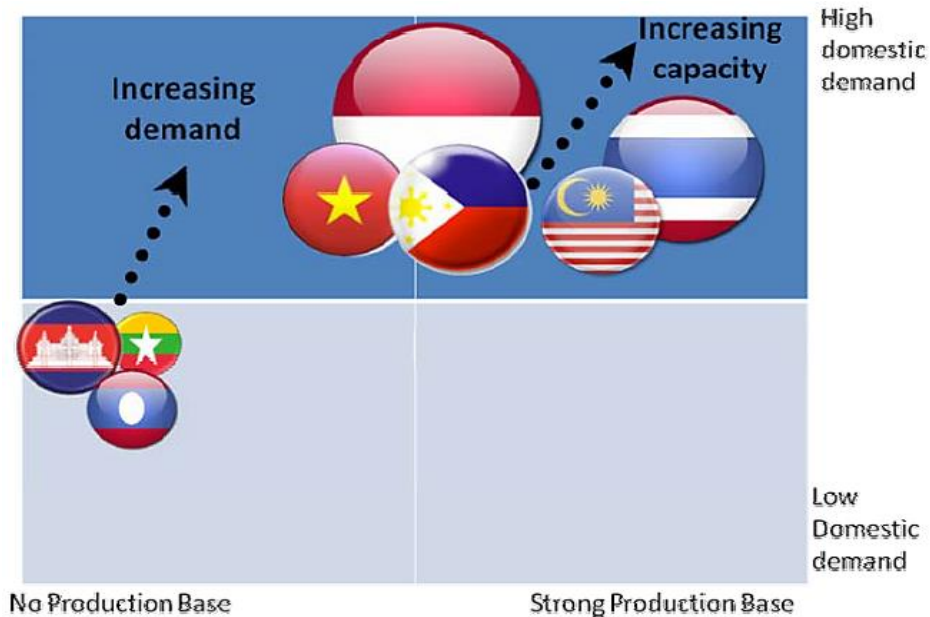
## 2.2.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของภูมิภาคอาเซียน

ประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน มีลักษณะของการผลิตยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ ของภายในประเทศแต่ละประเทศที่แตกต่างกันแสดงตามรูปที่ 2.14 ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ [7, 8]

2.2.2.1 กลุ่มประเทศที่เป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ที่มีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีโอกาสในการขยายตัวสูง ได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม

2.2.2.2 กลุ่มประเทศที่ไม่ได้เป็นฐานการผลิต แต่มีโอกา และเริ่มมีแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตและขยายตัว ได้แก่ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์

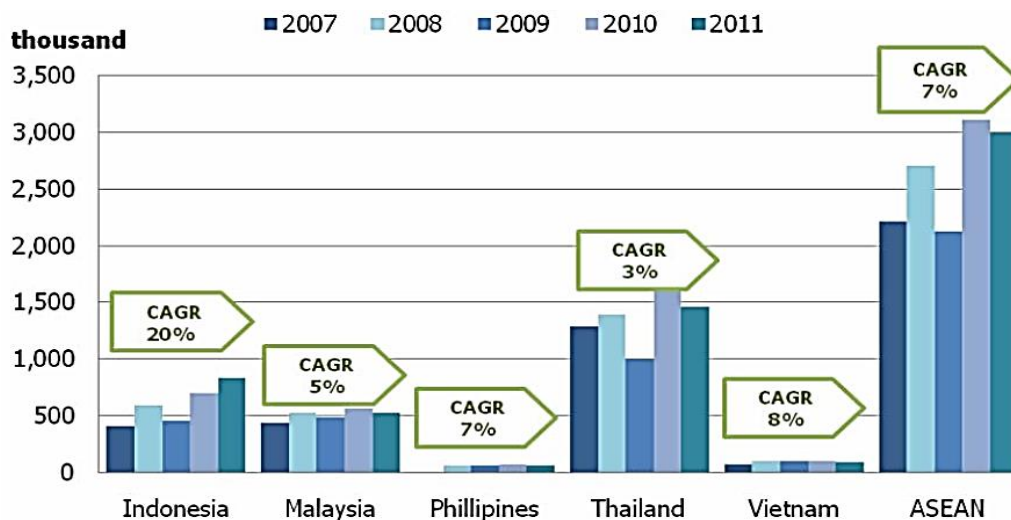




รูปที่ 2.14 ความสัมพันธ์ของการผลิตยานยนต์และตลาดในประเทศของประเทศไทย  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

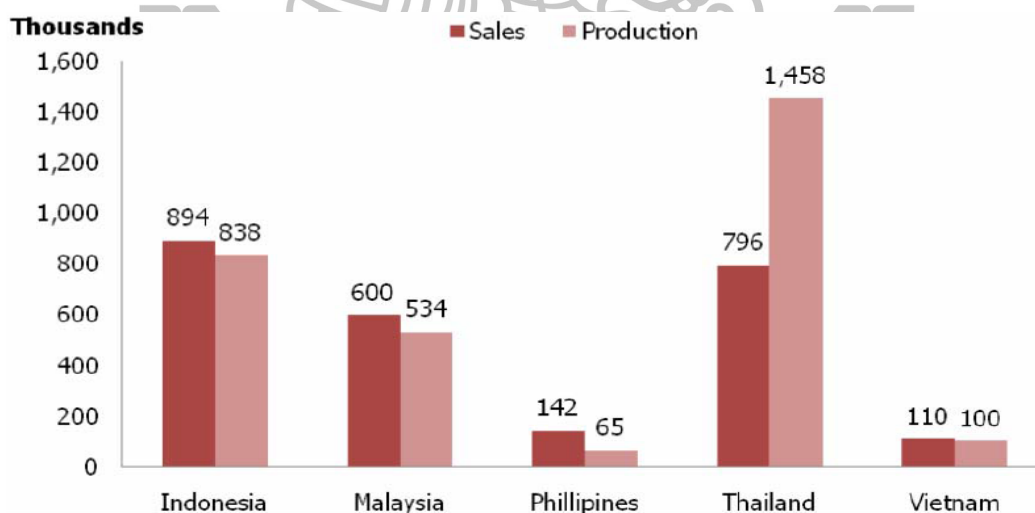
### 2.2.3 แนวโน้มการผลิตและจำหน่ายยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของอาเซียน

ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญ ประกอบด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พ.ศ. 2550-2554 มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์เฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ร้อยละ 7 โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปริมาณการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญในภูมิภาค และประเทศอินโดนีเซีย มี CAGR มากที่สุด ร้อยละ 20 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา ปริมาณการผลิตยานยนต์ รวมของอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2552 ที่ปริมาณการผลิตยานยนต์ลดลง เนื่องจากเกิดวิกฤตทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก จนถึงปี พ.ศ. 2553 ปริมาณการผลิตยานยนต์ จึงกลับสู่สภาวะปกติอีกครั้ง และในปี พ.ศ. 2554 ประเทศในกลุ่มอาเซียนสามารถผลิตยานยนต์ รวมกัน 3 ล้านคันต่อปี ซึ่งอัตราการผลิตยานยนต์ ลดลงจากปี พ.ศ. 2553 ที่ปริมาณ 3.1 ล้านคัน เนื่องจากเกิดสึนามิในประเทศญี่ปุ่น และมหาอุทกภัยในประเทศไทย ทำให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวนมาก และส่งผลถึงผู้ผลิตยานยนต์บางรายไม่สามารถทำการผลิตได้ตามปกติ ดังนั้นปริมาณการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยจึงลดลง แม้จะมีบางประเทศ เช่น อินโดนีเซีย มีการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ของประเทศในภูมิภาคอาเซียน จึงส่งผลให้การผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของกลุ่มประเทศอาเซียนโดยรวมลดลง [8] ดังแสดงในรูปที่ 2.15



รูปที่ 2.15 การผลิตยานยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียน ปี พ.ศ. 2550-2554  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตและจำหน่ายยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน พบว่า ทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนยกเว้นประเทศไทย มีปริมาณการจำหน่ายภายในประเทศที่สูงกว่าปริมาณการผลิต ซึ่งหมายความว่าประเทศเหล่านี้ ยังมีการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการภายในประเทศได้อย่างเพียงพอ ต่างจากประเทศไทยที่ผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ สำหรับจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออก [8] ดังแสดงในรูปที่ 2.16



รูปที่ 2.16 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียนในปี พ.ศ. 2554  
ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).



## 2.2.4 แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของกลุ่มสมาชิกอาเซียน

### 2.2.4.1 นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

ถึงแม้ว่าประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนจะตั้งอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน แต่สถานะทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศยังคงมีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านอุปสงค์ (demand) ของผู้บริโภคมีรสนิยมที่แตกต่างกัน และอุปทาน (supply) ในการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ไม่เท่ากัน ซึ่งส่งผลให้นโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ดังนี้ [7, 8]

**ประเทศอินโดนีเซีย** สภาพทางสังคมมีลักษณะครอบครัวใหญ่ จึงนิยมใช้รถยนต์นั่งที่สามารถบรรทุกสมาชิกภายในครอบครัวที่มีจำนวนมากได้ ทำให้รัฐส่งเสริมการผลิตยานยนต์นั่งอเนกประสงค์ (Multi-purpose vehicle: MPV) และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศอินโดนีเซีย มีความแข็งแกร่ง ดังนั้น ภาครัฐจึงส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์นั่งขนาดเล็กให้มีราคาถูกลง

**ประเทศมาเลเซีย** เป็นประเทศเดียวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีโครงการยานยนต์แห่งชาติ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2528 รัฐบาลต้องการให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นสัญลักษณ์การเปลี่ยนแปลงประเทศจากประเทศเกษตรกรรมเข้าสู่ยุคประเทศอุตสาหกรรมรวมทั้งต้องการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ภายในประเทศอย่างจริงจัง โดยเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2528 ผลิตยานยนต์ตรา “Proton” และต่อมาในปี พ.ศ. 2537 จึงมีโครงการที่สอง ผลิตยานยนต์ขนาดเล็ก ตรา “Perodua” เพื่อให้การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ มีความยั่งยืน ดังนั้น ภาครัฐจึงมีนโยบายส่งเสริมการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการ Green initiative program

**ประเทศฟิลิปปินส์** ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เกิดภัยธรรมชาติขึ้นบ่อยครั้ง อีกทั้งเกิดปัญหาสถานะเศรษฐกิจ และการเมืองที่ไม่มีเสถียรภาพ ทำให้ไม่มีการส่งเสริมการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ จากประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์บางประเภท ในส่วนฐานการผลิตระบบส่งกำลัง (Transmission) ประเภท Manual transmission สำหรับปิกอัพ

**ประเทศไทย** ในอดีตเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนต้องการพาหนะเพื่อขนส่งสินค้าเกษตรจึงกำหนดให้รถปิกอัพเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมาย (Product champion) และในปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้ยานยนต์ของภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้ยานยนต์นั่งขนาดกลางมากขึ้น ประกอบกับการกำหนดเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งภาครัฐได้คำนึงถึงการส่งเสริมการผลิตรถปิกอัพเพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนเป็นสังคมเมืองมากขึ้น จึงกำหนดให้ยานยนต์ที่ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า Eco car เป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายตัวที่สองของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

**ประเทศเวียดนาม** ประชาชนในประเทศยังมีรายได้ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ อีกทั้งยังมีกฎหมายควบคุมความเร็วในการขับเคลื่อน ทำให้ประชาชนนิยมใช้รถจักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ จึงเน้นการผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนจักรยานยนต์ขนาดเล็ก และราคาถูก เป็นหลัก

### 2.2.5 ความท้าทายอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

เกิดการแข่งขันกันเอง โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียมีตลาดใหญ่กว่าประเทศไทย ทำให้มีโอกาสที่ผู้ผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ในอินโดนีเซียจะเพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้น รวมทั้งนักลงทุนอาจย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปอินโดนีเซียได้ในส่วนของกรอบความตกลงด้านมาตรฐานและการรับรองผลิตภัณฑ์ยานยนต์ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประเทศไทยโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและกรมการขนส่งทางบกกำหนดมาตรฐานยานยนต์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานแนบท้าย MRA 19 รายการแล้ว นอกจากนี้ ประเทศไทยกำลังเตรียมความพร้อมด้านศูนย์ทดสอบ และ Technical service รวมถึงมีคณะทำงานที่ติดตามสถานการณ์ด้านมาตรฐานยานยนต์อย่างต่อเนื่อง เพราะศูนย์ทดสอบ และ Technical service เพื่อรองรับ ASEAN MRA นั้น จะทำให้ประเทศไทยเพิ่มขีดความสามารถด้านมาตรฐานและการรับรองในอาเซียน ซึ่งเป็นปัจจัยประการหนึ่งในการนำพาประเทศไทยไปสู่การเป็นผู้นำในเอเชียรวมถึงระดับโลก [9]

### 2.3 ปัจจัยในการขับเคลื่อนที่สำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้มีการพัฒนามามากกว่า 50 ปี และขยายการเติบโตจนกระทั่งเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา ได้มีส่วนช่วยเหลือในการพัฒนาประเทศไทย ด้วยการก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันสภาวะการแข่งขันในโลก และภูมิภาคเอเชียจะมีความรุนแรงมากขึ้น การใช้กลยุทธ์เช่นในอดีต อาจยังไม่เพียงพอที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ในการพิจารณาทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านต่างๆ ในช่วงต่อไปจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศได้อย่างต่อเนื่อง [9]

#### 2.3.1 นโยบายที่เหมาะสมจากภาครัฐ

ปัจจุบันประเทศไทยประสบความสำเร็จสู่เป้าหมายการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย และมีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นไปตามวิสัยทัศน์แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2550 - 2554 โดยเป็นฐานการผลิตรถปิกอัพอันดับ 1 ของโลก และยังเป็นฐานการผลิตรถยนต์สำหรับนั่ง การมีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาในการผลิตมายาวนานกว่า 50 ปี อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การขยายตัวและพัฒนาอย่างรวดเร็วของประเทศจีน อินเดีย และ อินโดนีเซีย ตลอดจนนโยบายของหลายประเทศที่เน้นการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ใต้หวัน จีน เป็นต้น ประกอบกับ

ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาอุทกภัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการลงทุน รวมถึงผลจากความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจของประเทศกลุ่มอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ดังนั้น การกำหนดนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ให้มีทิศทางที่ชัดเจน มีความสอดคล้องระหว่างนโยบายของหน่วยงานต่างๆ สำหรับการเร่งสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนด้วยการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากภัยธรรมชาติอย่างเป็นระบบ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเพื่อเตรียมรองรับแนวโน้มเทคโนโลยียานยนต์ในอนาคตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นเทคโนโลยีขั้นสูง สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญในด้านบุคลากร การบริหารจัดการเพื่อให้พัฒนาให้เกิดผลผลิตภาพเพิ่มอย่างต่อเนื่อง การยกระดับความสามารถด้านมาตรฐานของประเทศทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นประเด็นสำคัญที่จะช่วยรักษาและขยายการเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยในอนาคตข้างหน้า [9, 10]

### 2.3.2 การเตรียมการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

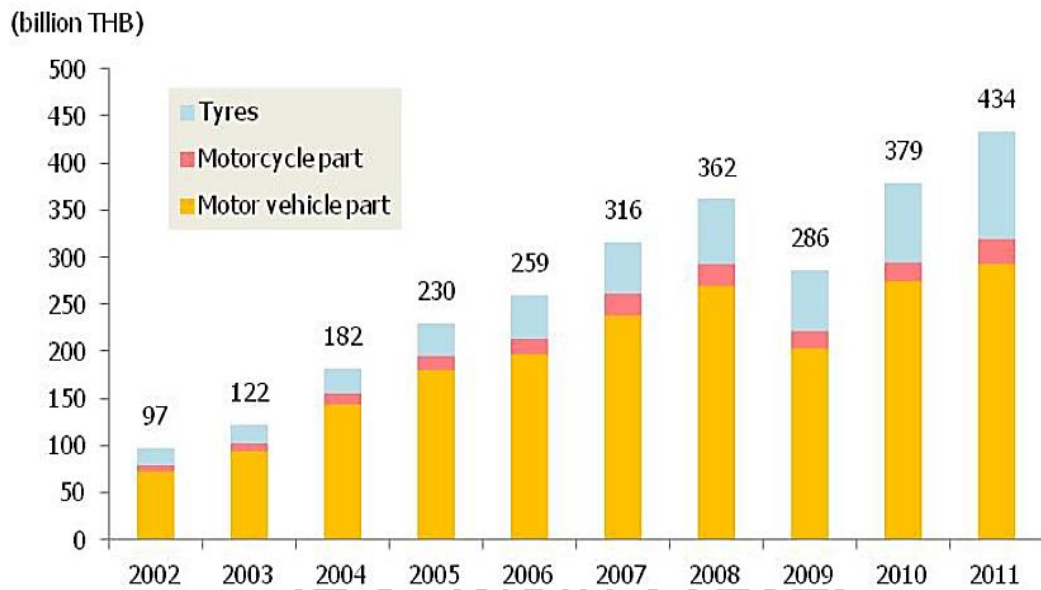
จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียานยนต์ที่มุ่งส่งเสริมเทคโนโลยีที่สะอาด ประหยัด และปลอดภัยให้กับผู้ขับขี่และผู้ใช้งานมากขึ้น ดังนั้นเพื่อให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีการพัฒนาเพื่อสอดคล้องกับความต้องการด้านเทคโนโลยีดังกล่าว การสร้างเสริมองค์ความรู้ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่จะสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความปลอดภัย เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง การใช้พลังงานทดแทนและพลังงานหมุนเวียน และที่สำคัญคือการลดน้ำหนักยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ การพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีมาตรฐานความปลอดภัย การพัฒนากระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับเทคโนโลยี จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ไปสู่การแข่งขันทางเศรษฐกิจได้ในอนาคต อย่างไรก็ตามการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการรองรับการวิจัย และพัฒนาในเรื่องดังกล่าว ได้แก่ ศูนย์ทดสอบและวิจัยพัฒนายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยศูนย์ทดสอบฯ นี้ต้องสามารถรองรับการทดสอบยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ได้ตามมาตรฐานสากล โดยเน้นการรับรองตามกรอบ ASEAN MRA เป็นลำดับแรก ซึ่งส่วนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือต้องรองรับการวิจัยและพัฒนาในเทคโนโลยีเป้าหมายและมีผู้ใช้บริการหลักในส่วนนี้คือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และหน่วยงานของรัฐในการใช้เป็นหน่วยงานกลางในการกำหนดมาตรฐานของประเทศ [10]

### 2.3.3 การสร้างมูลค่าให้เกิดในประเทศ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยสามารถสร้างมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก สูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศมากกว่า 4 แสนล้านบาท มีอัตราการขยายตัวการส่งออกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 30 ต่อปี และมีห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ยาวและต่อเนื่อง ตั้งแต่วัตถุดิบต้นน้ำของ

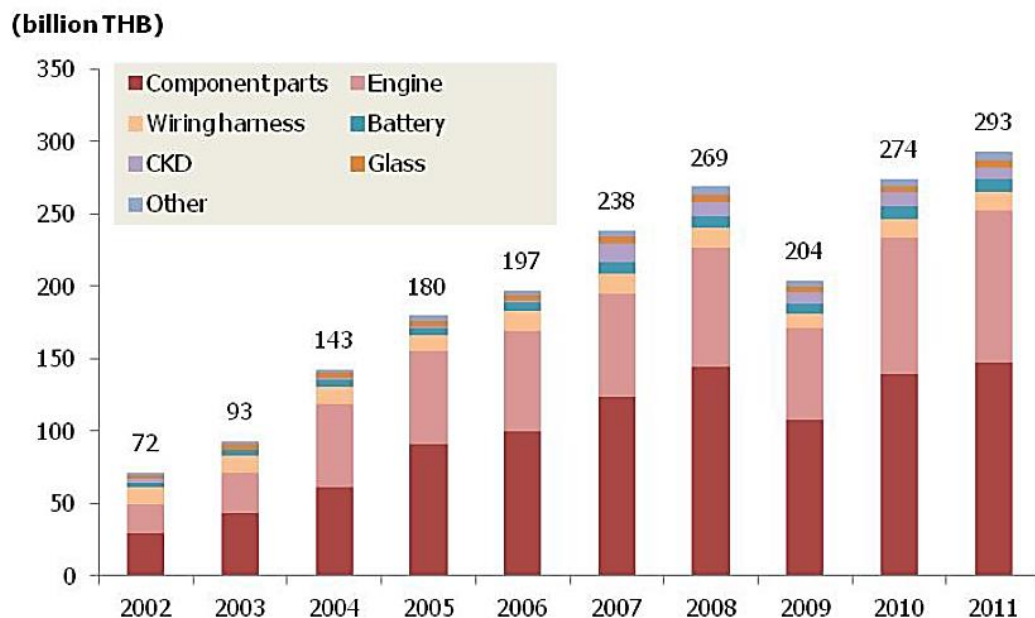
ชิ้นส่วนยานยนต์เช่น อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าปิโตรเคมี ผลิตภัณฑ์พลาสติก ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมยาง และอุตสาหกรรมสนับสนุน ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ สำหรับใช้เป็นส่วนประกอบของการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 ราย ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งประเทศไทยได้มีการเปิดตัวสู่การค้าแบบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ประเทศไทยจะมีการผลิตยานยนต์เพิ่มขึ้นเป็น 3 ล้านคัน อย่างไรก็ตามหากการผลิตยานยนต์เหล่านั้นเป็นเพียงการนำเข้าชิ้นส่วนมาประกอบ ก็จะไม่เป็นการสร้างมูลค่าการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศที่จะมีผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง ดังนั้นประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย คือการมีเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่งเพื่อเป็นรากฐานความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของประเทศ อย่างไรก็ตามในสภาวะการแข่งขันของโลกที่เข้มข้นขึ้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยจะต้องมีความสามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของอนาคต ตั้งแต่สภาวะเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี เพื่อเตรียมตัวสำหรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ของประเทศไทยในอนาคตข้างหน้า ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) การพัฒนาเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตที่สะอาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green manufacturing) การร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ภาคการศึกษา และผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ทั้งทางด้านความรู้ความสามารถ สร้างเสริมประสบการณ์ ในการบริหารต้นทุนให้ลดลงเพื่อทำการบุกเบิกตลาดที่มีความหลากหลายของสินค้าร่วมกันและตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นการวิจัยและพัฒนา ร่วมกันทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีองค์ความรู้ในการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันทางการค้าเปิดกว้าง และกระตุ้นให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ต้องปรับปรุงประสิทธิภาพ และคุณภาพของตนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องให้ร่วมกันในการเร่งปรับปรุงและพัฒนาให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์สามารถเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของอาเซียนและของโลกต่อไปได้ในอนาคต [10, 11]

## 2.4 แนวโน้มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย



รูปที่ 2.17 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย

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



รูปที่ 2.18 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย แบ่งตามประเภทชิ้นส่วน

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

นอกจากประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตยานยนต์และรถจักรยานยนต์รายสำคัญของโลกแล้ว ประเทศไทยยังเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายสำคัญอีกด้วย ซึ่งมีทิศทางการเติบโตสอดคล้องกับการผลิตยานยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ถึง 4 แสนล้านบาทแบ่งเป็นการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ร้อยละ 68 ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ร้อยละ 6 และยางสำหรับยานยนต์ร้อยละ 26 ดังแสดงในรูปที่ 2.17 เมื่อพิจารณาตามประเภทชิ้นส่วนยานยนต์ที่ส่งออก พบว่าประเทศไทยส่งออกเครื่องยนต์และส่วนประกอบ (Engine & Part) มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 36 [7, 9] ดังแสดงในรูปที่ 2.18

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีการขยายฐานการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนสามารถผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิตทั้งยานยนต์และจักรยานยนต์ ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเป็นที่ยอมรับในระดับโลก ทำให้สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้สร้างงานให้กับแรงงานจำนวนกว่า 100,000 คน โดยมีผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ประมาณ 1,657 ราย และโรงงานรวมทั้งยานยนต์และจักรยานยนต์ประมาณ 2,237 แห่ง ซึ่งส่วนมากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ดังกล่าวจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่อยู่ในกลุ่ม tier 2 และ tier 3 หรือ SMEs ของไทย ซึ่งโดยทั่วไปผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ มีตลาดในการจัดจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ 2 ตลาดหลัก ๆ ได้แก่ [7]

1. ตลาดชิ้นส่วนเพื่อนำไปใช้ประกอบยานยนต์ (Original Equipment Market: OEM) โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ต้องป้อนให้กับผู้ผลิตยานยนต์และจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ๆ สำหรับค่ายานยนต์และรถจักรยานยนต์ที่เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทยเพื่อประกอบยานยนต์และรถจักรยานยนต์เพื่อส่งออกและจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งความต้องการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตยานยนต์และรถจักรยานยนต์ของบริษัทผู้ประกอบยานยนต์

2. ตลาดชิ้นส่วนทดแทนหรืออะไหล่ทดแทน (Replacement Equipment Market: REM) เป็นตลาดชิ้นส่วนยานยนต์และอะไหล่ยานยนต์เพื่อการทดแทนชิ้นส่วนยานยนต์เดิมที่ชำรุด หรือสึกหรอตาม สภาพการใช้งาน ซึ่งชิ้นส่วนยานยนต์แต่ละชิ้นจะมีอายุการใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อป้อนสู่ตลาดทดแทนนี้มีทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อมไทย ทำให้ชิ้นส่วนยานยนต์มีคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตที่หลากหลาย โดยมีทั้งชิ้นส่วนยานยนต์แท้ ชิ้นส่วนยานยนต์เทียม และชิ้นส่วนยานยนต์ปลอม ดังนั้นการจัดจำหน่ายให้กับศูนย์บริการชิ้นส่วนยานยนต์ของค่ายานยนต์ต่างๆ ไม่ค่อยทำการจัดเก็บสต็อกชิ้นส่วนยานยนต์ทดแทนมากนัก เพราะเน้นการจัดเก็บเฉพาะชิ้นส่วนยานยนต์ที่ใช้ในการซ่อมแซมยานยนต์บ่อยครั้งเท่านั้น เพื่อลดต้นทุนในการจัดเก็บของชิ้นส่วนยานยนต์และอะไหล่ยานยนต์ต่าง ๆ

#### 2.4.1 สถานการณ์ที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

จากจากข้อมูลของ ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) ประมวลจาก International Trade Centre ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่สูงในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งอธิบายได้จากปัจจัยต่าง ๆ ภายในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ได้แก่ศักยภาพการผลิตของประเทศไทยที่สามารถผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และมีต้นทุนไม่สูงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับ

กับประเทศผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเช่นกัน ซึ่งฝ่ายที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ทั้งภาครัฐและเอกชน จะต้องเข้าใจและเตรียมตัวเพื่อลดผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเน้นการปรับตัวของผู้ประกอบการซึ่งมีเป้าหมายทางธุรกิจที่สำคัญคือ การรักษาอัตราการเติบโตในระยะสั้น และการรักษาส่วนแบ่งตลาดหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในระยะยาว ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อส่งออกของไทย ได้แก่ [4, 7, 8]

1. สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในตลาดที่สำคัญ ๆ และยิ่งส่งผลกระทบต่ออุปทานยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์
2. สภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบและการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุในการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เหล็กกล้า หนึ่ง และยางพารา
3. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการของประเทศคู่ค้า และคู่แข่งของไทย เช่น การทำเขตการค้าเสรี หรือนโยบายกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTMs) เป็นต้น
4. ปัญหาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความประหยัดพลังงาน เป็นต้น
5. ปัจจัยด้านนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลไทยกับผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเช่น นโยบายส่งเสริมการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ หรือความไม่มีเสถียรภาพในการดำเนินนโยบายของภาครัฐ เป็นต้น
6. ปัจจัยด้านภัยพิบัติของไทยและประเทศคู่ค้าวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไทย มีผลทำให้ประเทศไทยต้องลดกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

## 2.5 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงได้ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานหากผู้บริหารหรือผู้ดำเนินการทราบถึงเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรก็จะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้น องค์กรจึงควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อเป็นการประเมินหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ขององค์กร ผลการวิเคราะห์มักถูกใช้เป็นรากฐานของการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อที่จะทำให้บรรลุตาม วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย หรือ นโยบายขององค์กร ในการ การวิเคราะห์ SWOT Analysis [11, 16, 17]

2.5.1 ความหมายของ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคตซึ่งแบ่งไว้คือ SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

1. Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
2. Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
3. Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้
4. Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป [11]

2.5.2 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กรซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไรจุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายใน ที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม [11]

2.5.3 ขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้าง ด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กรทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถ กำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มัน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก องค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้ [11]

2.5.4 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรการประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กร ทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อ การบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหารคน เงิน วัสดุ การจัดการ รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกระทบก่อนหน้านี้ด้วย [11]

จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการ เสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมอง ของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร



2.5.5 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้นสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรเช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของ ประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง กรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผล กระทบประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถหลีกเลี่ยงข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้ หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้ อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผล กระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มี ความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้ [11, 17]

2.5.6 ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมเมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพ แวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กร กำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์ เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไป ในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้ [11, 17, 18]

2.5.6.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive - Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

2.5.6.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลาย ประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

2.5.6.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาสเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่ หลาย อย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-Oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้ พร้อมทั้งจะฉกฉวยโอกาสต่างๆที่เปิดให้

2.5.6.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ

ดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทนข้อพิจารณาในการวิเคราะห์ SWOT มีดังนี้ [11, 15, 17]

1. ควรวิเคราะห์แยกแยะควรทำอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีความสำคัญจริง ๆ เป็นสาเหตุหลัก ๆ ของปัญหาที่แท้จริง กล่าวคือ เป็นปัจจัยที่มีประโยชน์ในการนำไปกำหนดเป็นนโยบาย ตลอดจนสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ ที่จะทำให้องค์กร/ชุมชนบรรลุเป้าหมายที่เป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย (Result) ได้จริง

2. การกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ไม่ควรกำหนดของเขตของความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น จุดอ่อน (W) หรือ จุดแข็ง (S) หรือ โอกาส (O) หรือ อุปสรรค (T) ให้มีความหมายคาบเกี่ยวกัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตัดสินใจ และชี้ชัดว่าปัจจัยที่กำหนดขึ้นมาเป็นปัจจัยในกลุ่มใด ทั้งนี้เพราะปัจจัยที่อยู่ต่างกลุ่มกัน ก็ต้องสมควรที่จะนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่ต่างกันออกไป

ปัจจัยภายใน /ปัจจัยภายนอก	S จุดแข็งภายในองค์กร	W จุดอ่อนภายในองค์กร
O โอกาสภายนอก	SO การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็ง ภายในและโอกาสภายนอกมาใช้	WO การแก้ไขจุดอ่อนภายใน โดย พิจารณาจากโอกาสภายนอก ที่เป็นผลดีต่อองค์กร
T อุปสรรคภายนอก	ST การแก้ไขหรือลดอุปสรรคภายนอกโดยนำจุดแข็งภายในมาใช้	WT การแก้ไขหรือลดความเสียหาย ของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในองค์กรและอุปสรรคภายนอก

3. ข้อดี – ข้อเสีย ของการทำ SWOT Analysis ข้อดี เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ให้ความสะดวกเป็นอย่างมากสำหรับผู้ที่น่า SWOT มาใช้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ด้านต่างๆ มากมาย เช่น

การตัดสินใจเลือกเมื่อมีทางเลือกหลาย ๆ ทาง - การกำหนดความสำคัญก่อนหลังของเหตุการณ์

การบริหารความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการให้เกิดขึ้น - การวิเคราะห์และแก้ปัญหาในการดำเนินการ

การวิเคราะห์โครงการริเริ่มใหม่

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น

การสร้างกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ฯลฯ

ข้อเสีย ของการใช้ SWOT ก็มีอยู่ไม่น้อยเช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบกับ ประโยชน์และความหลากหลายในการประยุกต์ใช้งาน เช่น

โอกาสผิดพลาดเกิดจาก คุณภาพของข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์ ทักษะ ประสบการณ์ และความเข้าใจในความรู้พื้นฐานของเทคนิค SWOT ของผู้วิเคราะห์

ต้องทบทวน SWOT เป็นระยะ ๆ เพื่อตรวจสอบสภาพว่า เหตุการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ยังเหมือนเดิมหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปแล้วหรือไม่

## 2.6 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกการแข่งขันในเชิงธุรกิจ

การเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อม ในการวิเคราะห์ SWOT องค์กรควรได้ศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และ ภายนอกกิจการ เพื่อให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม และ ผลกระทบที่เกิดขึ้น การเก็บรวบรวมข้อมูลอาจทำได้หลายวิธี ร่วมกัน ดังนี้ [8, 11, 14, 15]

1. จากข้อมูล จากหน่วยงานเก็บรวบรวมไว้แล้ว
2. ข้อมูลจากพนักงานในองค์กร
3. หนังสือพิมพ์ วารสารทางธุรกิจต่าง ๆ
4. หน่วยงานของรัฐ หรือ เอกชน
5. ฐานข้อมูลต่างๆ ทั้งภายใน ภายนอกองค์กร
6. ข้อมูลจากลูกค้า และ ผู้จัดส่งวัตถุดิบ
7. ข้อมูลจากการวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาวะ

แวดล้อม

นอกจากข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ธุรกิจอาจต้องพยากรณ์ คาดการณ์ ถึงสภาพแวดล้อมในอนาคต เช่น การพยากรณ์ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ กำหนดกลยุทธ์ ที่เหมาะสม กับองค์กรต่อไป การพยากรณ์ ทำได้หลายวิธีด้วยกัน ทั้งในเชิงคุณภาพ และ เชิงปริมาณ ดังนี้

1. การใช้ข้อมูลจากอดีตมาคาดการณ์อนาคต
2. ใช้ข้อวิจารณ์ หรือ ความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ
3. ใช้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
4. ระดมสมอง
5. การคาดการณ์สถานการณ์ในอนาคต
6. จากนักพยากรณ์อนาคต
7. ใช้สถิติในการวิเคราะห์

การถ่วงเฉลี่ย การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) สภาพแวดล้อมของธุรกิจ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน (Task Environment) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของกิจการ ประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร เช่น รัฐบาล ชุมชน คู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เจ้าหนี้ แรงงาน กลุ่มผลประโยชน์

2. สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (General Environment) เป็นปัจจัยที่ไม่กระทบต่อการดำเนินงานระยะสั้นขององค์กร แต่มีผลต่อการตัดสินใจในระยะยาว ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี ภูมิศาสตร์ และปัจจัยระหว่างประเทศ

### 2.6.1 สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน (Task Environment)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานขององค์กร อาจจะเรียกว่า การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis) คือ กลุ่มขององค์กรที่มีผลิตผลและบริการคล้ายคลึงกัน หรือกลุ่มธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกัน สภาพแวดล้อมการดำเนินงานจะประกอบไปด้วยปัจจัยที่เฉพาะเจาะจง และกระทบต่อการบริหารงานขององค์กรในทันที เช่น คู่แข่งขัน ลูกค้า แรงงาน และ ผู้จัดจำหน่าย ซึ่งรูปแบบการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่นิยมใช้กัน คือ รูปแบบการประเมินสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (5-F Model) ของ Michael E. Porter ดังรูปที่ 2.19 หรือ Five Force Model ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย คือ [8, 11, 13]

1. การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (New Entrants)
2. คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)
3. การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitutes)
4. อำนาจการเจรจาต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power OF Buyers)
5. อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

2.6.1.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (New Entrants) โดยทั่วไปผู้เข้ามาใหม่ จะเพิ่มกำลังการผลิตใหม่แก่อุตสาหกรรม ความต้องการส่วนแบ่งการตลาด และ ทรัพยากรของผู้มาใหม่ จะคุกคามต่อองค์กรที่มีอยู่เดิมทันที การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ จะขึ้นอยู่กับอุปสรรคการเข้ามา (Entry Barrier) และการตอบโต้จากคู่แข่งที่มีอยู่เดิม ถ้าเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ง่าย ก็มีการแข่งขันสูง เป็นอุปสรรคในการทำธุรกิจ อุปสรรคการเข้ามาในอุตสาหกรรมได้แก่ การประหยัดต่อขนาด (Economics of scale) ความแตกต่างของสินค้า เงินลงทุนสูง ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขาย ความสามารถในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย และ นโยบายของรัฐ [8, 13]

2.6.1.2 คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Competitors) หรือ สภาพการแข่งขันระหว่างบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน การดำเนินการของคู่แข่งหนึ่งจะมีผลกระทบต่อคู่แข่งอื่น และอาจจะทำให้เกิดการตอบโต้ ความรุนแรงของสภาพการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมยังเติบโตสูง การแข่งขันก็ไม่รุนแรง คุณลักษณะของสินค้าและบริการ มีความเหมือน หรือ ความต่างกัน มูลค่าของต้นทุนคงที่ กำลังการผลิต การออกจากอุตสาหกรรม ถ้าการออกไปยาก มีข้อจำกัด จะทำให้คู่แข่งไม่ได้ลดจำนวนลง การแข่งขันจะสูง ข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรม เช่น การลงทุนในโรงงานสูง ไม่สามารถนำไปใช้ในกิจการอื่น ไม่

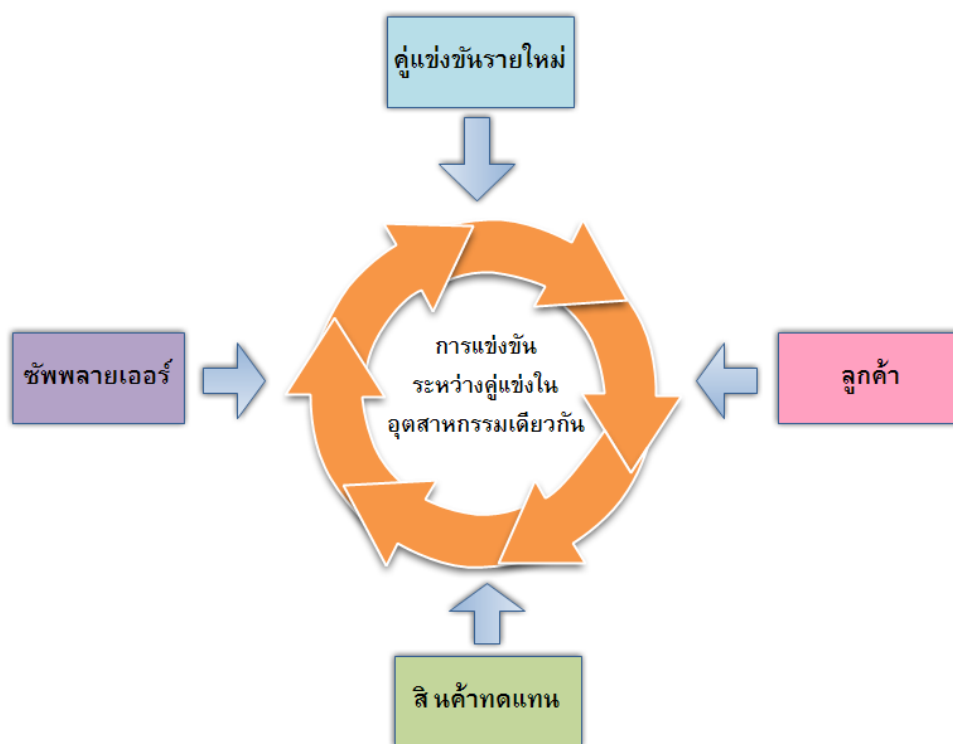
สามารถขายต่อได้ ต้นทุนการออกจากอุตสาหกรรมสูง เช่น ค่าชดเชยแก่ลูกจ้างความผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร/ต้นทุนคงที่ยังไม่ถึงจุดคุ้มทุน ความภาคภูมิใจของผู้บริหารกลัวเสียหน้าเมื่อออกจากอุตสาหกรรมแรงผลักดันจากรัฐบาล [8, 13]

2.6.1.3 การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitutes) สินค้าทดแทนเป็นสินค้าหรือบริการ ที่สามารถนำไปใช้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แทนสินค้าหรือบริการอื่นได้ เช่นเดียวกัน หรือ โกล้เคียงกัน เช่น เครื่องจักรสานพลาสติก แทน เครื่องจักรสานที่ทำด้วยหวาย การใช้น้ำตาลเทียมแทนน้ำตาลธรรมชาติ การใช้โทรสารแทนการส่งจดหมายถึงลูกค้า เครื่องเล่น VDO/VCD กลายเป็นผลิตภัณฑ์ทดแทนเครื่องฉายภาพยนตร์มากขึ้นธุรกิจในอุตสาหกรรมหนึ่ง จะเป็นคู่แข่งกับธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่น ที่ผลิตภัณฑ์ทดแทนได้ ทำให้มีข้อจำกัดในการกำหนดราคา และความสามารถในการทำกำไร คือ ถ้าตั้งราคาสูง ลูกค้าจะเปลี่ยนใจไปซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทน เช่น ราคาเนื้อหมูขึ้นสูงมาก ผู้บริโภคหันไปซื้อเนื้อไก่แทน ดังนั้น ถ้ามีสินค้าทดแทน การแข่งขันจะสูง [11, 12]

2.6.1.4 อำนาจการเจรจาต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power OF Buyers) ผู้ซื้อหรือลูกค้า จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมด้วย ถ้าลูกค้ามีอำนาจต่อรอง สภาพการแข่งขันจะสูง เพราะลูกค้าสามารถที่จะกดดันราคาให้ต่ำลง และ คุณภาพของสินค้าและบริการดีขึ้น และสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคู่แข่ง ผู้ซื้อจะมีอำนาจการเจรจาต่อรองสูงเมื่อลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ในสัดส่วนสูงจากบริษัท ลูกค้ามีโอกาสรวมธุรกิจไปข้างหลัง (Backward Integrated) ไปสู่ธุรกิจที่จำหน่ายวัตถุดิบให้กับองค์กรเช่นกลุ่มผู้จำหน่ายรถยนต์ซึ่งจะประกอบรถยนต์เองแทนที่จะเป็นเพียงตัวแทนจำหน่าย มีทางเลือกอื่น ๆ ในการจัดซื้อมากมาย เนื่องจากสินค้าในตลาดไม่แตกต่างกันมาก ลูกค้าจะเลือกซื้อจากผู้ค้ารายใดก็ได้ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงผู้จำหน่ายวัตถุดิบต่ำ (Lo of switching cost) [8, 11]

2.6.1.5 อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) ถ้าผู้จำหน่ายวัตถุดิบ หรือ Supplier มีอำนาจต่อรอง การแข่งขันจะสูง เนื่องจาก ผู้จำหน่ายวัตถุดิบสามารถกระทบอุตสาหกรรมได้ด้วยการขึ้นราคาหรือลดปริมาณของวัตถุดิบลงผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะมีอำนาจการเจรจาต่อรองสูงเมื่อมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบน้อยรายแต่จำหน่ายไปยังบริษัทจำนวนมาก [11, 17]

ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ซื้อเป็นสัดส่วนที่น้อยจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบเมื่อเทียบกับลูกค้ารายอื่น ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบอื่นสูงเช่น ค่าใช้จ่ายในการปรับเครื่องจักร เปลี่ยนจากรถยนต์ใช้น้ำมันเบนซิน ไปเป็นใช้ก๊าซ (NGV) ไม่มีผลิตภัณฑ์แทนผู้จำหน่ายวัตถุดิบสามารถรวมธุรกิจไปข้างหน้า สู่ธุรกิจที่เป็นลูกค้าขององค์กร (Foreward Integrated) เช่น กลุ่มผู้กลั่นน้ำมัน จะตั้งปั้มน้ำมันเอง



รูปที่ 2.19 แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ของ Michael E. Porter ที่มา: Pachareeya Klayplub, การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน, เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2558, เข้าถึงได้จาก <http://phatchareeyagm301.blogspot.com/>.

## 2.7 การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในหมู่นักวิจัย ทั้งนี้เพราะการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นวิธีที่สะดวกและสามารถใช้วัดได้อย่างกว้างขวาง แบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของคำถามเป็นชุด ๆ ที่ได้ถูกรวบรวมไว้อย่างมีหลักเกณฑ์และเป็นระบบ เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัดจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเป้าหมายให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงทั้งในอดีต ปัจจุบันและการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามสามารถทำได้ด้วยการสัมภาษณ์หรือให้ผู้ตอบตอบด้วยตนเอง สำหรับบทความนี้จะมุ่งเน้นที่การสร้างแบบสอบถามสำหรับผู้ตอบด้วยตนเอง มีการกล่าวถึงโครงสร้างของแบบสอบถาม ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม และข้อเด่นข้อด้อยของการใช้แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบตอบด้วยตนเอง เพื่อให้ให้นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจสามารถสร้างแบบสอบถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเป้าหมาย อันจะนำมาซึ่งผลการวิจัยที่ความถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้ [18, 19, 20]

## 2.7.1 โครงสร้างของแบบสอบถาม

โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

2.7.1.1 หนังสือนำหรือคำชี้แจง โดยมากมักจะอยู่ส่วนแรกของแบบสอบถาม อาจมีจดหมายนำอยู่ด้านหน้าพร้อมคำขอบคุณ โดยคำชี้แจงมักจะระบุถึงจุดประสงค์ที่ให้ออบแบบสอบถาม การนำคำตอบที่ได้ไปใช้ประโยชน์ คำอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถาม พร้อมตัวอย่าง พร้อมทั้งจบลงด้วยชื่อและที่อยู่ของผู้วิจัย หรืออาจเพิ่มข้อความที่ระบุว่าผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลไปเปิดเผย

2.7.1.2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว คำตอบที่ได้จะเป็นข้อเท็จจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น การที่จะถามข้อมูลส่วนตัวอะไรบ้างนั้นขึ้นอยู่กับกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยคิดว่าตัวแปรที่สนใจจะศึกษานั้นมีอะไรบ้างที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เพื่อที่จะถามเฉพาะข้อมูลส่วนตัวที่จำเป็นในการวิจัยเรื่องนั้น ๆ เท่านั้น

2.7.1.3 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด เช่น พฤติกรรม ปრაกฏการณ์หรือความคิดเห็นของผู้ตอบในเรื่องนั้น ๆ เป็นชุดคำถามที่ให้ผู้ตอบบอกถึงพฤติกรรมหรือปრაกฏการณ์ หรือให้แสดงความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ

## 2.7.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

**ขั้นที่ 1** ศึกษาคุณลักษณะที่จะวัดผู้วิจัยจะต้องทราบว่าคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัดให้มีอะไรบ้าง โดยอาจดูได้จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวความคิดหรือสมมติฐานการวิจัย จากนั้นจึงศึกษาคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัดดังกล่าวให้เข้าใจอย่างละเอียดทั้งเชิงทฤษฎีและนิยามเชิงปฏิบัติการ ซึ่งอาจได้จากเอกสาร ตำราหรือผลการวิจัยต่าง ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

**ขั้นที่ 2** กำหนดประเภทของข้อคำถาม ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาประเภทของข้อคำถามที่จะวัดคุณลักษณะที่ต้องการ ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. คำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเต็มที่ คำถามปลายเปิดจะนิยมใช้กันมากในกรณีที่ผู้วิจัยไม่สามารถคาดเดาได้ว่าคำตอบจะเป็นอย่างไร หรือใช้คำถามปลายเปิดในกรณีที่ต้องการได้คำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิด ตัวอย่างคำถามปลายเปิด เช่น  
ท่านตัดสินใจประกอบอาชีพค้าขาย เพราะ .....

2. คำถามปลายปิด (Close Ended Question) เป็นคำถามที่ผู้วิจัยมีแนวคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้เท่านั้น คำตอบที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้ามักได้มาจากการทดลองใช้คำถามในลักษณะที่เป็นคำถามปลายเปิด แล้วนำมาจัดกลุ่มของคำตอบ หรือได้มาจากการศึกษาผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือจากแนวความคิดของผู้วิจัยเอง และจากข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งข้อคำถามแต่ละประเภทมีข้อเด่นข้อด้อย ดังนี้

### ข้อเด่น

#### คำถามปลายเปิด

1. สามารถสร้างคำถามได้ง่าย
2. เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเต็มที่
3. คำตอบที่ได้จะตรงกับความรู้สึกนึกคิดของผู้ตอบ มากกว่าคำถามปลายปิด

#### คำถามปลายปิด

1. ไม่ต้องเสียเวลาในการสรุปประเด็นคำตอบ
2. คำตอบที่ได้รับจะจำกัดเฉพาะประเด็นที่เราสนใจศึกษาเท่านั้น
3. ผู้ตอบไม่ต้องเสียเวลาในการคิดหาคำตอบและเขียนเรียบเรียงคำตอบ
4. คำตอบปลายปิดช่วยให้ผู้ตอบไม่ค่อยรู้สึก ลำบากใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่ต้องการจะตอบ เช่น รายได้

### ข้อด้อย

#### คำถามปลายเปิด

1. คำตอบที่ได้จะมีความหลากหลายบางคำตอบก็ไม่อยู่ในประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจ
2. เสียเวลาในการสรุปประเด็นคำตอบเพื่อนำมาลงรหัส
3. เสียเวลาในการคิดหาคำตอบ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการตอบคำถาม
4. บางคำถามผู้ตอบอาจมีความรู้สึกลำบากใจหรือไม่อยากตอบ เช่น รายได้ เป็นต้น

#### คำถามปลายปิด

1. ผู้ตอบไม่มีอิสระในการตอบ เพราะถูกจำกัดให้เลือกตอบเฉพาะคำตอบที่มีให้เลือกเท่านั้น
2. ผู้วิจัยต้องเสียเวลาในการคิดหาคำตอบไว้ล่วงหน้าว่าผู้ตอบจะตอบอะไรบ้าง ซึ่งอาจไม่ตรงกับคำตอบของผู้ตอบ อาจแก้ไขได้โดยการมีคำตอบ “อื่น ๆ โปรดระบุ” ไว้ด้วย

**ขั้นที่ 3** การร่างแบบสอบถาม เมื่อผู้วิจัยทราบถึงคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด และกำหนดประเภทของข้อคำถามที่จะมีอยู่ในแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงลงมือเขียนข้อคำถามให้ครอบคลุมทุกคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด โดยเขียนตามโครงสร้างของแบบสอบถามที่ได้กล่าวไว้แล้ว และหลักการในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่าต้องการจะถามอะไรบ้าง โดยจุดมุ่งหมายนั้นจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่จะทำ
2. ต้องสร้างคำถามให้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เพื่อป้องกันการมีข้อคำถามนอกประเด็นและมีข้อคำถามจำนวนมาก
3. ต้องถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะวัด โดยมีจำนวนข้อคำถามที่พอเหมาะไม่มากหรือน้อยเกินไป แต่จะมากหรือน้อยเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมที่จะวัด ซึ่งตามปกติพฤติกรรมหรือเรื่องที่จะวัดเรื่องหนึ่ง ๆ นั้นควรมีข้อคำถาม 25-60 ข้อ



4. การเรียงลำดับข้อความ ควรเรียงลำดับให้ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน และแบ่งตามพฤติกรรมย่อย ๆ ไว้เพื่อให้ผู้ตอบเห็นชัดเจนและง่ายต่อการตอบ นอกจากนั้นต้องเรียงคำถามง่าย ๆ ไว้เป็นข้อแรก ๆ เพื่อชักจูงให้ผู้ตอบอยากตอบคำถามต่อ ส่วนคำถามสำคัญ ๆ ไม่ควรเรียงไว้ตอนท้ายของแบบสอบถาม เพราะความสนใจในการตอบของผู้ตอบอาจจะน้อยลง ทำให้ตอบอย่างไม่ตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการวิจัยมาก

5. ลักษณะของข้อความที่ดี ข้อคำถามที่ดีของแบบสอบถามนั้น ควรมีลักษณะดังนี้

5.1 ข้อคำถามไม่ควรยาวจนเกินไป ควรใช้ข้อความสั้น กระชับ ตรงกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับเรื่อง

5.2 ข้อความ หรือภาษาที่ใช้ในข้อความต้องชัดเจน เข้าใจง่าย

5.3 ไม่ใช่คำถามนำหรือแนะให้ตอบ

5.4 ไม่ถามเรื่องที่เป็นความลับเพราะจะทำให้ได้คำตอบที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง

5.5 ไม่ควรใช้ข้อความที่มีความหมายกำกวมหรือข้อความที่ทำให้ผู้ตอบแต่ละคนเข้าใจความหมายของข้อความไม่เหมือนกัน

5.6 ไม่ถามในเรื่องที่รู้แล้ว หรือถามในสิ่งที่วัดได้ด้วยวิธีอื่น

5.7 ข้อคำถามต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องคำนึงถึงระดับการศึกษา ความสนใจ สภาพเศรษฐกิจ ฯลฯ

5.8 ข้อคำถามหนึ่ง ๆ ควรถามเพียงประเด็นเดียว เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและตรงจุดซึ่งจะง่ายต่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

5.9 คำตอบหรือตัวเลือกในข้อคำถามควรมีมากพอ หรือให้เหมาะสมกับข้อคำถามนั้น แต่ถ้าไม่สามารถระบุได้หมดก็ให้ใช้ว่า อื่นๆ โปรดระบุ .....

5.10 ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เกี่ยวกับค่านิยมที่จะทำให้ผู้ตอบไม่ตอบตามความเป็นจริงเช่น ท่านมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศหรือไม่

5.11 คำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม ต้องสามารถนำมาแปลงออกมาในรูปของปริมาณและใช้สถิติอธิบายข้อเท็จจริงได้ เพราะปัจจุบันนิยมใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นแบบสอบถามควรคำนึงถึงวิธีการประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย

**ขั้นที่ 4** การปรับปรุงแบบสอบถาม หลังจากการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยควรนำแบบสอบถามนั้นมาพิจารณาทบทวนอีกครั้งเพื่อหาข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไข และควรให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจแบบสอบถามนั้นด้วยเพื่อที่จะได้นำข้อเสนอแนะและข้อวิพากษ์วิจารณ์ของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

**ขั้นที่ 5** นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อวิเคราะห์คุณภาพเป็นการนำเอาแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเล็ก ๆ เพื่อนำผลมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งการวิเคราะห์หรือตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทำได้หลายวิธี แต่ที่สำคัญมี 2 วิธี ได้แก่

1. ความเที่ยงตรง (Validity) หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือพฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of item Objective Congruence: IOC) หรือ ดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนขึ้นไป ประเมินเนื้อหาของข้อถามเป็นรายข้อ

ความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ (Criterion-related Validity) หมายถึง ความสามารถของแบบวัดที่สามารถวัดได้ตรงตามสภาพความเป็นจริง แบ่งออกได้เป็นความเที่ยงตรงเชิงพยากรณ์และความเที่ยงตรงตามสภาพ สถิติที่ใช้วัดความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ เช่น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ทั้งของ Pearson และ Spearman และ ค่า t-test เป็นต้น

ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) หมายถึง ความสามารถของแบบสอบถามที่สามารถวัดได้ตรงตามโครงสร้างหรือทฤษฎี ซึ่งมักจะมีในแบบวัดทางจิตวิทยาและแบบวัดสติปัญญา สถิติที่ใช้วัดความเที่ยงตรงตามโครงสร้างมีหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) การตรวจสอบในเชิงเหตุผล เป็นต้น

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง เครื่องมือที่มีความคงเส้นคงวา นั่นคือ เครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่แน่นอนคงที่จะวัดก็ครั้งผลจะได้เหมือนเดิม สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเชื่อมั่นมีหลายวิธีแต่นิยมใช้กันคือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ คอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient :  $\alpha$  coefficient) ซึ่งจะใช้สำหรับข้อมูลที่มีการแบ่งระดับการวัดแบบประมาณค่า (Likert Scale)

**ขั้นที่ 6** ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะต้องทำการแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้จากผลการวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของถ้อยคำหรือสำนวน เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพผู้ตอบอ่านเข้าใจได้ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งจะทำให้ผลงานวิจัยเป็นที่น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

**ขั้นที่ 7** จัดพิมพ์แบบสอบถาม จัดพิมพ์แบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วเพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจำนวนที่จัดพิมพ์ควรมีน้อยกว่าจำนวนเป้าหมายที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล และควรมีการพิมพ์สำรองไว้ในกรณีที่แบบสอบถามเสียหรือสูญหายหรือผู้ตอบไม่ตอบกลับ

### 2.7.3 ข้อเด่นและข้อด้อยของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

การใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีข้อเด่นและข้อด้อยที่ต้องพิจารณาประกอบในการเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ข้อเด่นของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีดังนี้ คือ

2.7.3.1 ถ้าตัวอย่างมีขนาดใหญ่ วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะเป็นวิธีการที่สะดวกและประหยัดกว่าวิธีอื่น

2.7.3.2 ผู้ตอบมีเวลาตอบมากกว่าวิธีการอื่น

2.7.3.3 ไม่จำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานเก็บข้อมูลมากเหมือนกับวิธีการสัมภาษณ์หรือวิธีการสังเกต

2.7.3.4 ไม่เกิดความลำเอียงอันเนื่องมาจากการสัมภาษณ์หรือการสังเกต เพราะผู้ตอบเป็นผู้ตอบข้อมูลเอง

2.7.3.5 สามารถส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ได้

2.7.3.6 ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

### 2.7.4 ข้อด้อยของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีดังนี้คือ

2.7.4.1 ในกรณีที่ส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ มักจะได้แบบสอบถามกลับคืนมาน้อย และต้องเสียเวลาในการติดตาม อาจทำให้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้

2.7.4.2 การเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถามจะใช้ได้เฉพาะกับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่อ่านและเขียนหนังสือได้เท่านั้น

2.7.4.3 จะได้ข้อมูลจำกัดเฉพาะที่จำเป็นจริง ๆ เท่านั้น เพราะการเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถามจะต้องมีคำถามจำนวนน้อยข้อที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

2.7.4.4 การส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ หน่วยตัวอย่างอาจไม่ได้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเองก็ได้ ทำให้คำตอบที่ได้มีความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกับความจริง

2.7.4.5 ถ้าผู้ตอบไม่เข้าใจคำถามหรือเข้าใจคำถามผิด หรือไม่ตอบคำถามบางข้อหรือไม่ตรงตรงให้รอบคอบก่อนที่จะตอบคำถาม ก็จะทำให้ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้ โดยที่ผู้วิจัยไม่สามารถย้อนกลับไปสอบถามหน่วยตัวอย่างนั้นได้อีก

2.7.4.6 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาทางไปรษณีย์ อาจเป็นกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมา ดังนั้นข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะมีความลำเอียงอันเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างได้การใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งข้อเด่นข้อด้อย ดังนั้นการเลือกใช้จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการทำวิจัย ประชากรเป้าหมาย ลักษณะข้อมูลที่ต้องการ และอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยจะต้องนำมาพิจารณาประกอบกัน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลและสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขัน รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการยกระดับขีดความสามารถให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดของการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 3.1 การศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยการสร้างแบบสอบถาม (questionnaire design) เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเกี่ยวกับตำแหน่งการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาส ที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ที่อยู่ในลำดับ tier 2 และ tier 3

#### 3.2 ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ในการวิจัย

##### 3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ใช้การสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในลำดับ tier 2 และ tier 3 โดยตรงจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

##### 3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

###### 3.2.2.1 ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

[www.dft.go.th](http://www.dft.go.th) (สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า, กรมการค้าต่างประเทศ; ก.ย. 2554)

ข้อมูล; การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน

[www2.moc.go.th](http://www2.moc.go.th) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)

ข้อมูล; ไทยกับการจัดทำเขตการค้าเสรี

[www.fti.or.th](http://www.fti.or.th) (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย)

ข้อมูล; โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์

[www.thaiauto.or.th](http://www.thaiauto.or.th) (สถาบันยานยนต์, กระทรวงอุตสาหกรรม)

ข้อมูล; สรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของ SMEs ไทย

[tpso.moc.go.th](http://tpso.moc.go.th) (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้า; ก.ค. 2555)

ข้อมูล; ยุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาดรถยนต์ AEC  
 www.dbd.go.th (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์) ประมวลโดย; สำนักงานส่งเสริม  
 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
 ข้อมูล; สรุปลานการณัุอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ของ SMEs ไทย  
 Bryan Cave (Thailand) Co., Ltd; Bryan Cave International Consulting LLC; Bryan Cave  
 LLP  
 ข้อมูล; อุตสาหกรรมยานยนต์และขึ้นส่วน  
 www.ptit.org สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย  
 ข้อมูล; สถานการณัุและแนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกไทย

### 3.2.2.2 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัย

ทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอนาคต (จัดทำโดย ดร.ยศพงษ์ ลออนวล, ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ  
 สถาบันยานยนต์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
 พระจอมเกล้าธนบุรี)  
 แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555 ถึง 2559 (จัดทำโดย สถาบันยานยนต์, กระทรวง  
 อุตสาหกรรม; ธ.ค. 2555)  
 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยานยนต์ (จัดทำโดยรอง  
 ศาสตราจารย์ ดร. พัทธราภรณ์ เนียมมณี, รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์,  
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ NIDA)  
 โครงการจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาเทคโนโลยีด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ (เสนอต่อ คลัสเตอร์ยาน  
 ยนต์และการจราจร, สำนักบริหารจัดการคลัสเตอร์และโปรแกรมวิจัย, สำนักงานพัฒนา  
 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสถาบันยานยนต์; มิ.ย. 2553)  
 เทคนิคการเขียนแบบสอบถามสำหรับการทำวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ โดย วิรัช วิรัชนิภาวรรณ

### 3.3 วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็น งานวิจัยเชิงสำรวจ โดยสร้างใช้เครื่องมือแบบสอบถามขึ้นมาจากการ  
 รวบรวมแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผลกระทบต่ออุปสรรคในอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยาน  
 ยนต์ไทย และตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ ของบริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยาน  
 ยนต์ไทย ที่อยู่ในลำดับ tier 2 และ tier 3 เพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงภายในและภายนอก รวมถึง  
 นำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยการสร้างแบบสอบถามนั้น เป็นแบบผสมซึ่งมีทั้งปลายปิดและ  
 ปลายเปิด

ดังนั้นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มบริษัทผู้ผลิต  
 ขึ้นส่วนยานยนต์ได้นั้น จะต้องทำการตรวจสอบมาตรฐานของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้  
 เกิดความน่าเชื่อถือของตัวแบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ สำหรับการ  
 วิจัยในครั้งนี้ รวมถึงใช้ทฤษฎี SWOT มาใช้ในการวิเคราะห์หา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค  
 จากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล  
 ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์  
 ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ  
 ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์  
 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

### 3.4 การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

การวิเคราะห์แบบสอบถามซึ่งเครื่องมือที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ โดยเริ่มต้นจากการตรวจสอบและปรับปรุงเนื้อหาของข้อคำถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 ท่านได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจวบ กล่อมจิตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จันทร์เพ็ญ อนุรัตน์านนท์ และ อาจารย์ ดร.สิทธิชัย แซ่หล่ม นอกจากนี้ยังได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงโดยผู้ทรงคุณวุฒิมาวิเคราะห์การหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index, CVI) จากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยอีก 4 บริษัท ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความเชี่ยวชาญและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ที่ได้แสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ส่วนที่	ข้อที่	ระดับความคิดเห็นของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย															
		บริษัท 1				บริษัท 2				บริษัท 3				บริษัท 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	1				/				/				/				/
	2				/				/				/				/
	3				/				/				/				/
	4				/				/				/				/
	5				/				/				/				/
2	1				/				/				/				/
	2			/				/				/				/	
	3				/				/				/				/
	4				/				/				/				/
	5				/				/				/				/
	6			/				/				/				/	
	7				/				/				/				/
	8			/				/				/				/	
	9			/				/				/				/	
	10				/				/				/				/

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (ต่อ)

ส่วนที่	ข้อที่	ระดับความคิดเห็นของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย															
		บริษัท 1				บริษัท 2				บริษัท 3				บริษัท 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3	1				/				/				/				/
	2				/				/				/				/
	3				/				/				/				/
	4				/				/				/				/
	5			/				/				/				/	
	6			/				/				/				/	
	7			/				/				/				/	
	8			/				/				/				/	
	9			/				/				/				/	
	10			/				/				/				/	
	11			/				/				/				/	
	12		/				/				/				/		
	13		/				/				/				/		
	14			/			/				/				/		
	15			/			/				/				/		
	16			/			/				/				/		
	17			/			/				/				/		
	18			/			/				/				/		
	19			/			/				/				/		
	20			/			/				/				/		
4	1				/				/				/				/
	2				/				/				/				/
	3				/				/				/				/
	4				/				/				/				/
	5				/				/				/				/
	6				/				/				/				/
5	อื่นๆ				/				/				/				/

การกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีต่อข้อคำถามแต่ละข้อโดยใช้ระดับความคิดเห็น 4 ระดับ ดังนี้

ระดับ 1 คือ ไม่สอดคล้อง

ระดับ 2 คือ สอดคล้อง

ระดับ 3 คือ สอดคล้องค่อนข้างมาก

ระดับ 4 คือ สอดคล้องมาก

ในการหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index, CVI) จะแบ่งออกเป็นสองกรณีคือ การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (Item Content Validity Index, I-CVI) และการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity for Scale, S-CVI) อย่างไรก็ตามงานวิจัยฉบับนี้ข้อคำถามไม่มีความซับซ้อนมากนัก ดังนั้นสามารถหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในกรณีของการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (I-CVI) ก็เพียงพอแล้ว ซึ่งหาได้จากจำนวนผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่ประเมินข้อคำถามในระดับที่สอดคล้อง 3 หรือ 4 ทหารด้วยจำนวนบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยทั้งหมด ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จะต้องมีค่ามากกว่า 0.80 และถ้าแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดจะมีค่าเท่ากับ 1

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (I-CVI)

ส่วนที่	รายละเอียดในแต่ละส่วน	ค่า I-CVI
1	แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล	1.0
2	แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1.0
3	แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ	0.9
4	แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1.0
5	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	1.0

จากตารางที่ 3.1 และผลการคำนวณค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามที่แสดงในตารางที่ 3.2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญทุกท่านมีความคิดเห็นในระดับ 3 หรือ 4 คะแนน ได้แก่ทุกข้อคำถามซึ่งมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 1 ทั้งหมด ซึ่งผ่านเกณฑ์การพิจารณาอยู่แล้ว ยกเว้นข้อคำถามที่ 12 และ 13 ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ดังนั้น จึงขอคิดค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (I-CVI) ในส่วนที่ 3 ส่วนเดียวได้ดังต่อไปนี้

$$I-CVI = \frac{\sum R_{3,4}}{N} \quad \text{เมื่อ } R_{3,4} = 18 \text{ และ } N = 20$$

$$I-CVI = \frac{18}{20}$$

$$I-CVI = 0.90$$



ดังนั้น แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามในส่วนที่ 3 มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหารายชื่อเท่ากับ 0.90 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาเช่นกัน และสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมสำหรับการนำไปเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนได้เป็นอย่างดี

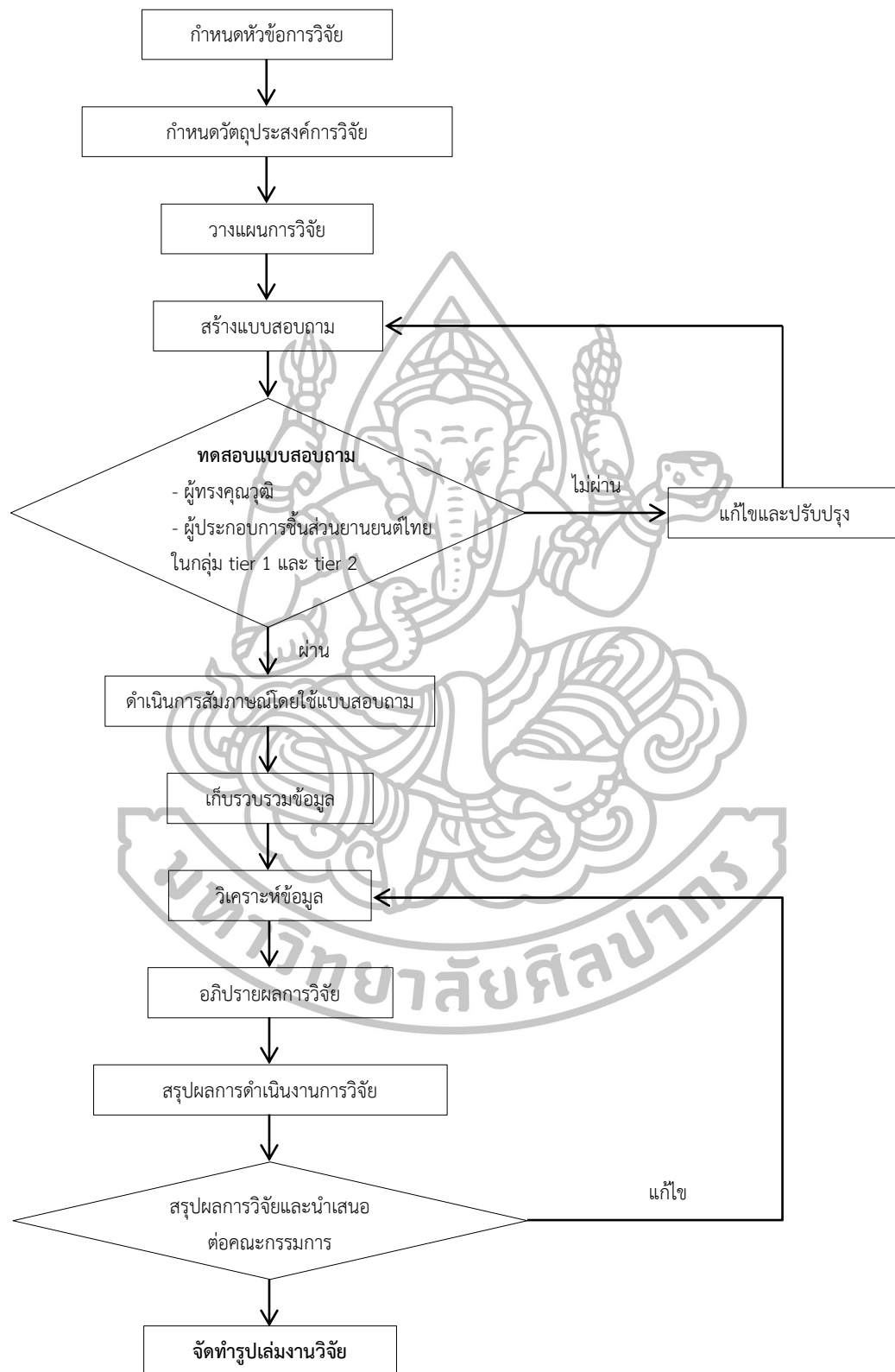
### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 ใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) มาวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิถึงแรงผลักดันที่ส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน

3.5.2 ใช้โปรแกรม IBM SPSS Statistics Version 23 และ Microsoft Excel 2013 ในการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิทั้งหมดของแบบสอบถาม ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่าง ๆ และความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์



## 3.5 แผนผังการทำวิจัย



## บทที่ 4

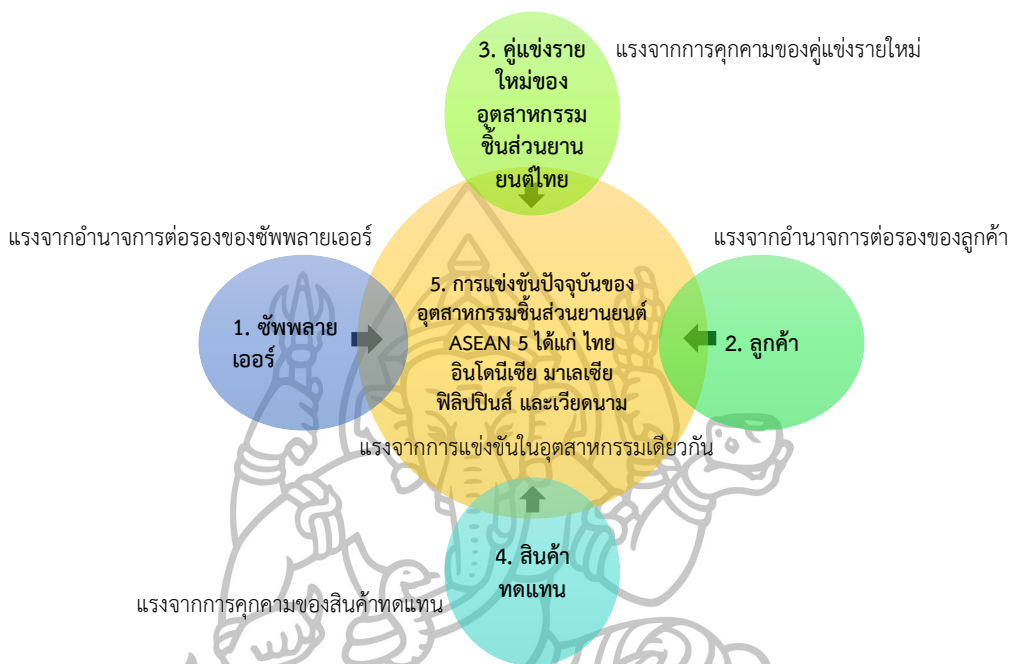
### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยนี้ได้ศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเบื้องต้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยโดยใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) และนอกจากนี้ได้ทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน และตำแหน่งในการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสำรวจข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของบริษัททั้งหมด 86 บริษัท จากบริษัทที่มีการขึ้นทะเบียนกับสมาคมยานยนต์ทั้งสิ้น 432 บริษัท เมื่อนำมาคำนวณระดับความเชื่อมั่น โดยใช้วิธียามาเน่ (Taro Yamane) พบว่า มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.10 ดังนั้นกลุ่มประชากรที่ได้จากการสำรวจอยู่ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 จากนั้นข้อมูลที่ได้จากศึกษารวบรวมสามารถนำมาวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 การวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านสภาวะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.7 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
- 4.8 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
- 4.9 ตอบสมมติฐานการวิจัย

#### 4.1 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันตามแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ดังแสดงในรูปที่ 4.1



รูปที่ 4.1 แรงกดดันทั้ง 5 ประการ ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

เมื่อพิจารณารูปที่ 4.1 สามารถวิเคราะห์แนวโน้ม ภัยคุกคาม และประเมินสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ตามแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) ได้ดังนี้

**4.1.1 แรงจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Bargaining Force of Suppliers)**  
พบว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยส่วนใหญ่ทำการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ตามคำสั่งซื้อของบริษัทผู้ผลิตยานยนต์จากค่ายต่างๆ ซึ่งเป็นการผลิตหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ในเวลาและตามจำนวนที่ต้องการ (Just In Time) นอกจากนี้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยยังเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมโลหะ เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบบางชนิดยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง ทำให้มีต้นทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบที่สูง ประกอบกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจำเป็นต้องทำการส่งวัตถุดิบต่อครั้งที่มีความถี่ไม่มาก เพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง หรือถ้าหากต้องส่งจำนวนมากก็ต้องแบกรับภาระต้นทุนคงคลัง

**4.1.2 แรงจากอำนาจการต่อรองของลูกค้ำ (Bargaining Force of Buyers)** พบว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีมาตรฐานหลายระดับ ชิ้นส่วนยานยนต์บางประเภทไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิตรายอื่น จึงไม่สามารถติดตราสินค้า (Brand) ได้ ทำให้คู่ค้าเปลี่ยนค่าปลอมที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ประกอบกับการระบุหมายเลขเพื่อเทียบเคียงอะไหล่ชิ้นส่วนยานยนต์ในส่วนของ Original equipment manufacturer (OEM) และ Replacement Equipment Manufacturers (REM) ยังไม่มีความแพร่หลายมากนัก ทำให้ชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ไม่สะดวกต่อลูกค้ำที่ต้องการซื้ออะไหล่ไปซ่อมแซมเอง ส่งผลให้ลูกค้ำขาดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้เมื่อประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ การที่ลดภาษีนำเข้าระหว่างประเทศในเขตการค้าเสรีอาเซียน ยังส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นยกตัวอย่างเช่น การลดภาษีนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นศูนย์จะทำให้บริษัทผู้ผลิตรายอื่นมีการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อมาประกอบจากประเทศอื่น ๆ ที่มีราคาต้นทุนต่ำกว่าและมีเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยกว่าหรือทัดเทียมประเทศไทย ซึ่งปัญหานี้อาจส่งผลต่อผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในอนาคตได้เช่นกัน

**4.1.3 แรงจากการคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrance)** พบว่าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ รวมถึงผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยบางรายยังสามารถทำได้ยาก เนื่องจากในปัจจุบันและอนาคต ยานยนต์สมัยใหม่เริ่มได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่น ยานยนต์ไฮบริด (Hybrid-cars) และยานยนต์อีโคคาร์ (Eco-cars) เป็นต้น ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนในการผลิตอย่างมหาศาล ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรมเป็นอย่างดีและความรู้ด้านการลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิตที่สูงตามไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการน้อยรายที่จะสามารถผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้ได้มาตรฐานของยานยนต์สมัยใหม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งที่น่ากลัวที่สุดเมื่อมีการเปิดการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อาจทำให้คู่แข่งรายใหม่จากประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งมีกำลังตั้งฐานการผลิตและมีเทคโนโลยีในการผลิตสูงเข้ามาลงทุนได้ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศจีนอาจจะเข้ามาตั้งฐานการผลิตในกลุ่มประเทศอาเซียนที่สามารถใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ รวมไปถึงมีแหล่งทรัพยากรที่สมบูรณ์ และมีความพร้อมทางด้านแรงงานฝีมือได้อย่างเช่น อินโดนีเซีย ซึ่งจะทำให้ไทยนั้นสูญเสียสถานะความเป็นผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้

**4.1.4 แรงจากการคุกคามของสินค้าทดแทน (Threats of Substitute Products)** พบว่าชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ที่ใช้สำหรับยานยนต์ในอนาคตนั้น ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง ดังนั้นผลกระทบนี้จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทยบางรายที่ขาดแคลนเงินลงทุนด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยได้ เช่น ผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำพวกท่อวางพลาสติกที่ใช้สำหรับหม้อน้ำยานยนต์จะสามารถผลิตและขายได้ในจำนวนที่ลดลง เมื่อมีการนำยานยนต์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่เข้ามาทดแทนการใช้เชื้อเพลิงจากปิโตรเลียมในการขับเคลื่อนระบบของเครื่องยนต์ เป็นต้น

**4.1.5 แรงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Firms)** พบว่าสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ทำให้เกิดการแข่งขันทะหว่างกันของผู้ประกอบการทั้งในและ

ต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม ASEAN 5 ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของตนเอง ซึ่งประกอบไปด้วย ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม นอกจากนี้ อินโดนีเซีย ยังเป็นประเทศคู่แข่งที่น่ากลัวของไทยอย่างมาก เพราะอินโดนีเซียถือว่าเป็นประเทศที่มีความพร้อมในด้านวัตถุดิบที่สมบูรณ์รวมถึงความพร้อมในด้านแรงงานที่มีมาตรฐาน อีกทั้งภาครัฐบาลอินโดนีเซียยังให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้หลาย ๆ ประเทศให้ความสนใจที่จะลงทุนตั้งฐานการผลิตในอินโดนีเซียมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังพบว่า กลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีสถานะการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นกลุ่มประเทศที่ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ได้เช่นกัน เพราะมีความพร้อมทางด้านแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และแรงงานฝีมือที่สมบูรณ์ ดังนั้นปัญหาเหล่านี้อาจเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในอนาคตได้ เพราะฉะนั้น หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ ควรมีการกำหนดนโยบายในการสนับสนุนอย่างเต็มรูปแบบ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด เพื่อให้เกิดการเสริมสร้างขีดความสามารถของสถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต่อไปในอนาคตได้



#### 4.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 86 ท่าน เพศชาย 63 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และเพศหญิง 23 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.1 เนื่องจากเป็นแบบสอบถามที่ใช้สำรวจผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเพศชายมากกว่าเพศหญิง

เมื่อวิเคราะห์ตามวุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 52.3 และปริญญาโทร้อยละ 47.7 ดังแสดงในตารางที่ 4.2 ดังนั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมีความรู้และทราบถึงสถานะที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของกลุ่มประชากร

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (ท่าน)	ร้อยละ
เพศชาย	63	73.3
เพศหญิง	23	26.7
รวม	86	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงวุฒิการศึกษาของกลุ่มประชากร

วุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (ท่าน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0.0
อนุปริญญา/ปวส.	0	0.0
ปริญญาตรี	45	52.3
ปริญญาโท	41	47.7
ปริญญาเอก	0	0.0
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	86	100.0

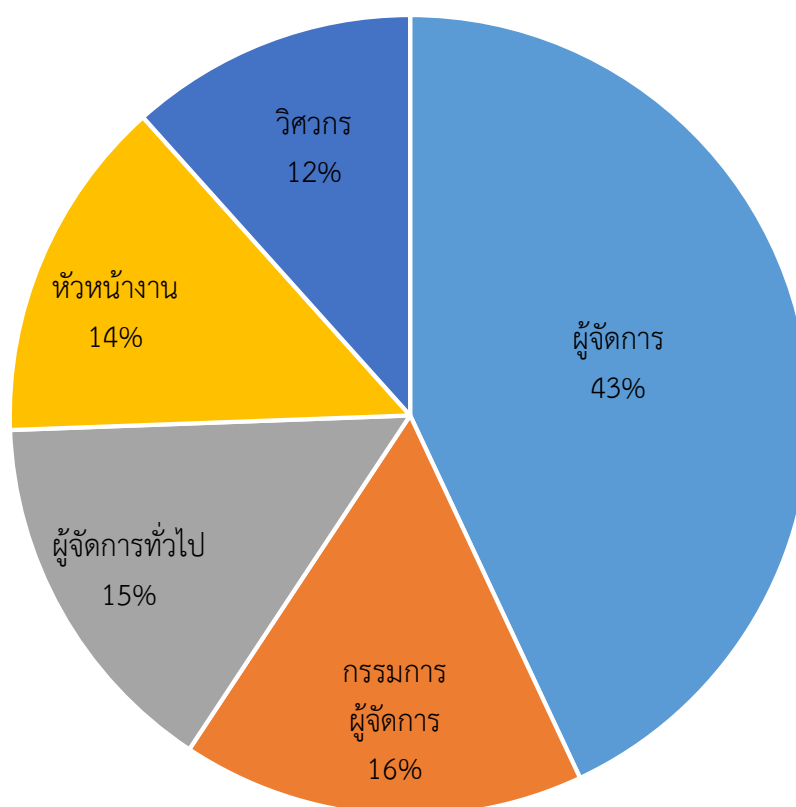
กลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมีอายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มากที่สุดอยู่ระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.6 และรองลงมาคืออายุการปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 23.3 อายุการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 16-20 ปี ร้อยละ 18.6 อายุการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 17.4 และอายุการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 15.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มากพอสมควรกับการที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึกได้

นอกจากนี้ยังพบว่าตำแหน่งในการปฏิบัติงานของกลุ่มประชากรที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 43.0 กรรมการผู้จัดการร้อยละ 16.0 ผู้จัดการทั่วไปร้อยละ 15.0 หัวหน้างานร้อยละ 14.0 และวิศวกรร้อยละ 12.0 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.2 ดังนั้น กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่ง

ทางด้านบริหารองค์กร ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามฉบับนี้มีความเป็นไปได้สูงมากที่จะได้ข้อมูลอย่างแท้จริงเกี่ยวกับสถานะที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยสำหรับการศึกษาในเชิงลึก

ตารางที่ 4.3 แสดงอายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของกลุ่มประชากร

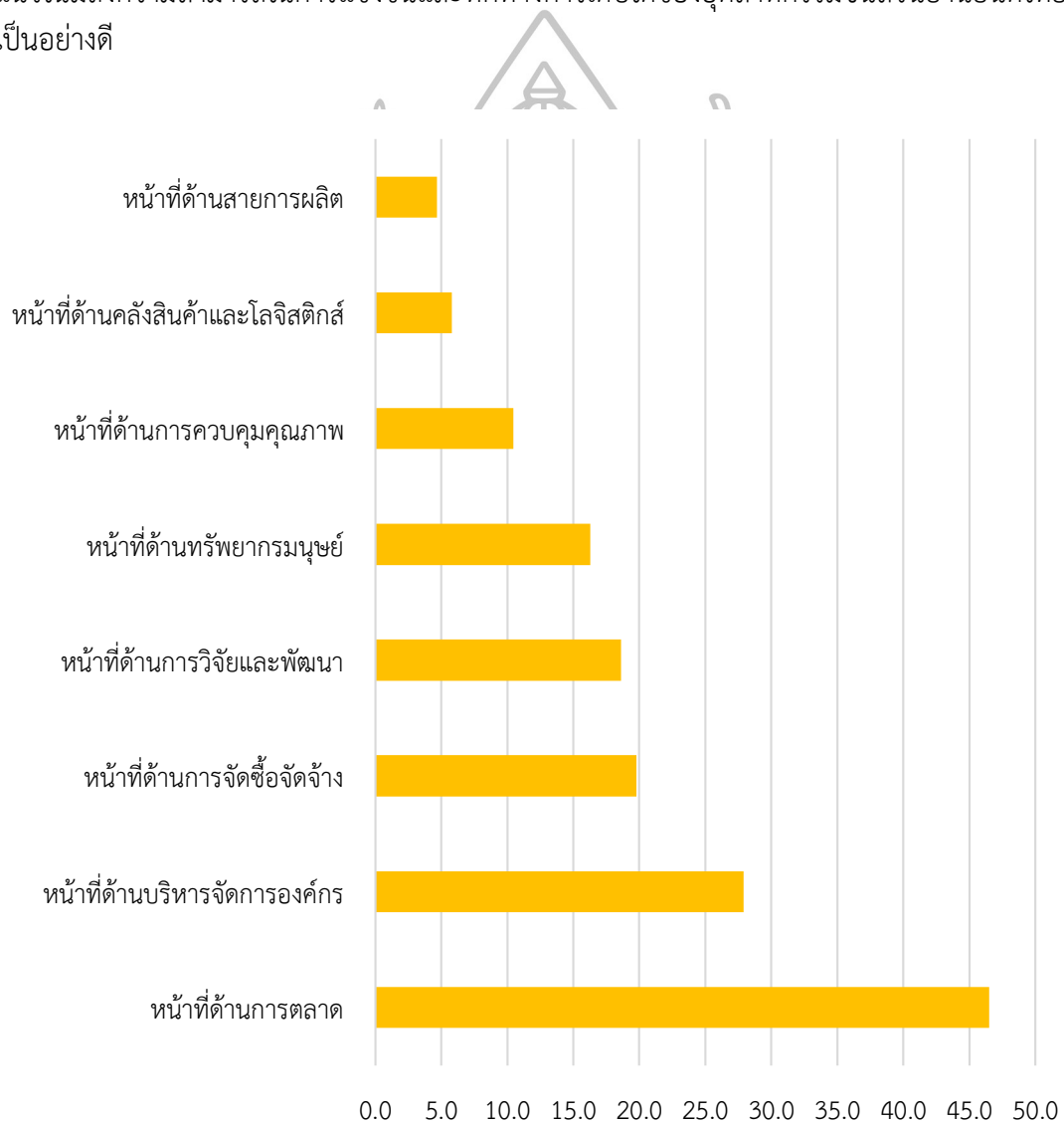
อายุการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์	จำนวน (ท่าน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	13	15.1
ระหว่าง 5-10 ปี	15	17.4
ระหว่าง 11-15 ปี	22	25.6
ระหว่าง 16-20 ปี	16	18.6
มากกว่า 20 ปี	20	23.3
รวม	86	100.0



รูปที่ 4.2 แสดงตำแหน่งของกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถาม



จากการวิเคราะห์หน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มประชากรส่วนใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการตลาดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือหน้าที่ด้านบริหารจัดการองค์กรร้อยละ 27.9 ด้านการจัดซื้อจัดจ้างร้อยละ 19.8 ด้านการวิจัยและพัฒนาร้อยละ 18.6 หน้าที่ด้านทรัพยากรมนุษย์ร้อยละ 16.3 หน้าที่ด้านการควบคุมคุณภาพร้อยละ 10.5 หน้าที่ด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์ร้อยละ 5.8 และหน้าที่ด้านสายการผลิตร้อยละ 4.7 ดังแสดงในรูปที่ 4.3 จากข้อมูลข้างต้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการตลาด และด้านบริหารจัดการองค์กร ดังนั้นการศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากแบบสอบถามในการวิจัยนี้สามารถมองเห็นแนวโน้มถึงความสามารถในการแข่งขันและทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 4.3 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบหลักของกลุ่มประชากร

#### 4.3 การวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

จากการวิเคราะห์ปริมาณการผลิตของบริษัท พบว่า บริษัทมีปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้วลดลงคิดเป็นร้อยละ 46.5 ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.5 และปริมาณการผลิตเท่าเดิมร้อยละ 14.0 ดังแสดงในตารางที่ 4.4 แสดงว่าในปัจจุบันสถานะของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย มีอุปสรรคบางอย่างเกิดขึ้นทำให้มีปริมาณการผลิตในปี 2557 ไม่ดีเท่าที่ควร

นอกจากนี้ยังพบว่ากำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีที่ 2557 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 53.5 เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.0 และเท่าเดิมร้อยละ 10.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นได้ว่าบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีกำไรสุทธิที่ลดลง ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับตารางที่ 4.4 ซึ่งมีความสอดคล้องกับปริมาณการผลิตที่ลดลง ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้กำไรสุทธิของสถานประกอบการนั้นลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ยังได้มีการเตรียมงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาบุคลากรคิดเป็นร้อยละ 79.1 แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการได้สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรอย่างจริงจัง ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.4 แสดงปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้วของบริษัท

ปริมาณการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	12	14.0
เพิ่มขึ้น	34	39.5
ลดลง	40	46.5
<b>รวม</b>	<b>86</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.5 แสดงกำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีที่แล้วของบริษัท

กำไรสุทธิ	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	9	10.5
เพิ่มขึ้น	31	36.0
ลดลง	46	53.5
<b>รวม</b>	<b>86</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.6 แสดงการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัท

งบประมาณที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
มี	68	79.1
ไม่มี	18	20.9
<b>รวม</b>	<b>86</b>	<b>100.0</b>

การวิเคราะห์สถานะของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปัจจุบันยัง พบว่า สถานประกอบการยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือและมีความไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 58.1 ดังแสดงในตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในกลุ่ม Tier 2 และ Tier 3 ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยนั้น ยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมืออย่างมาก

นอกจากนี้ยังพบว่า สถานประกอบการไม่มีการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 59.3 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่อยู่ในกลุ่ม Tier 2 และ Tier 3 ยังขาดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์มีการควบคุมคุณภาพ และได้มาตรฐานการผลิต แต่ยังทำให้คู่ค้าคลั่งกับผลิตภัณฑ์ปลอมที่ไม่ได้รับรองมาตรฐาน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.7 แสดงความเพียงพอของช่างแรงงานฝีมือในบริษัท

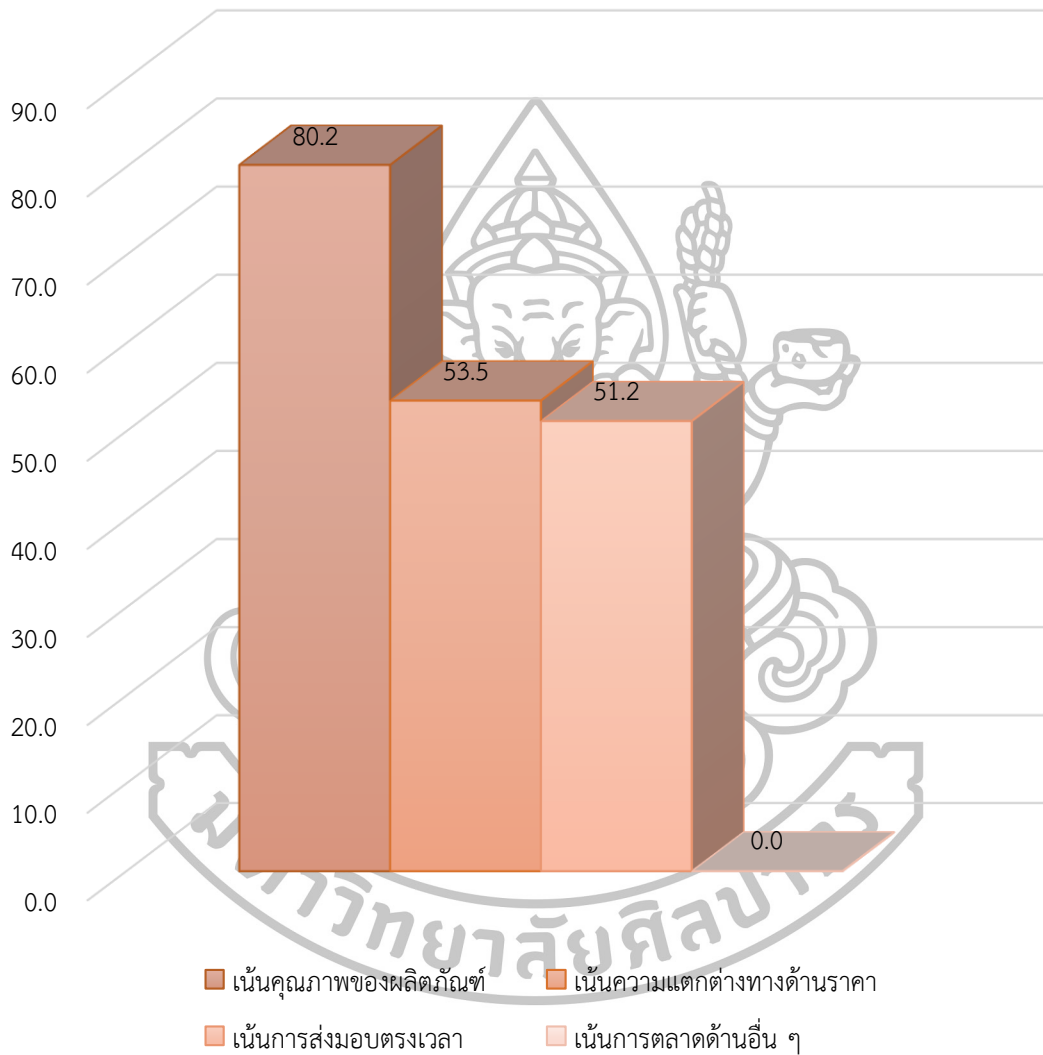
ความเพียงพอของช่างแรงงานฝีมือ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	36	41.9
ไม่เพียงพอ	50	58.1
รวม	86	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand) ของบริษัท

การเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มี	35	40.7
ไม่มี	51	59.3
รวม	86	100.0



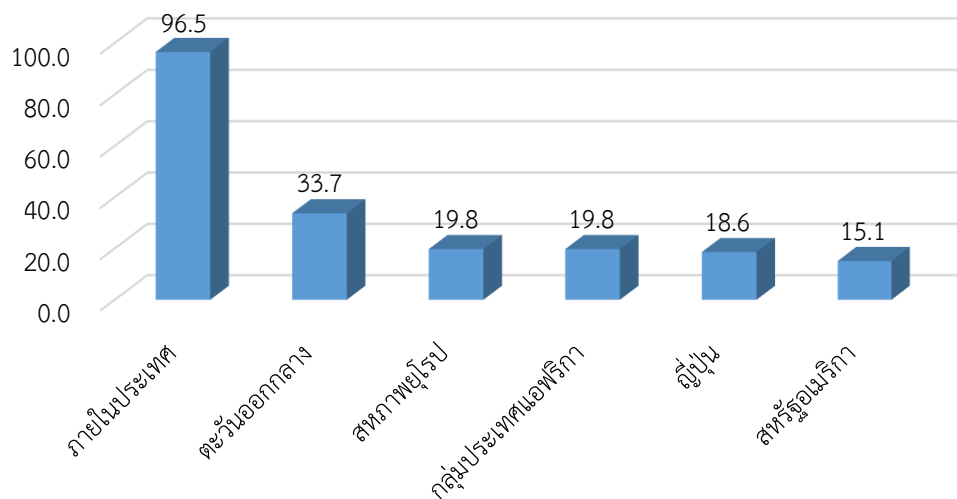
จากการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาด พบว่า สถานประกอบการเน้นการส่งเสริมการตลาด โดยการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 80.2 เน้นความแตกต่างทางด้านราคาร้อยละ 53.5 และเน้นการส่งมอบตรงเวลาร้อยละ 51.2 แสดงให้เห็นว่า บริษัทเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ดังนั้น จากข้อมูลในแบบสอบถามทำให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่อยู่ในกลุ่ม Tier 2 และ Tier 3 มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 4.4



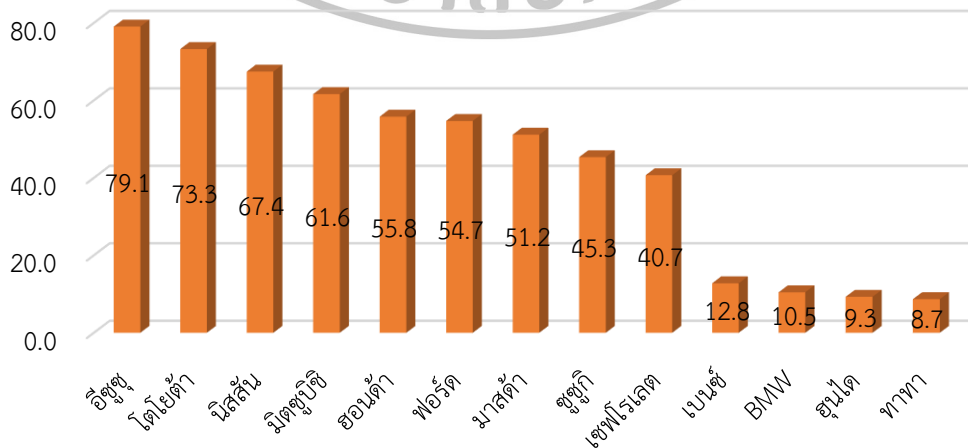
รูปที่ 4.4 แสดงการส่งเสริมการตลาดของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

การวิเคราะห์ตลาดชิ้นส่วนของบริษัทในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย พบว่าตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของบริษัทคิดเป็นร้อยละ 96.5 ตะวันออกกลางร้อยละ 33.7 สหภาพยุโรปและกลุ่มประเทศแอฟริการ้อยละ 19.8 ญี่ปุ่นร้อยละ 18.6 และสหรัฐอเมริการ้อยละ 15.1 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่อยู่ในกลุ่ม Tier 2 และ Tier 3 ยังคงเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับนโยบายทางการตลาดของบริษัทด้วย

ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศไทยของบริษัทได้แก่ อีซูซุคิดเป็นร้อยละ 79.1 โตโยต้าร้อยละ 73.3 นิสสันร้อยละ 67.4 มิตซูบิชิร้อยละ 61.6 ฮอนด้าร้อยละ 55.8 ฟอรัตร้อยละ 54.7 มาสด้าร้อยละ 51.2 ซูซูกิร้อยละ 45.3 เซฟโรเลตร้อยละ 40.7 เบนซ์ร้อยละ 12.8 บีเอ็มดับเบิลยูร้อยละ 10.5 ฮุนไดร้อยละ 9.3 และทาทาร้อยละ 8.7 ดังแสดงในรูปที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าบริษัทประกอบยานยนต์จากแบรนด์ (Brand) ต่าง ๆ ยังมีความเชื่อมั่นและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศไทยเพื่อนำไปประกอบเป็นยานยนต์ออกจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง

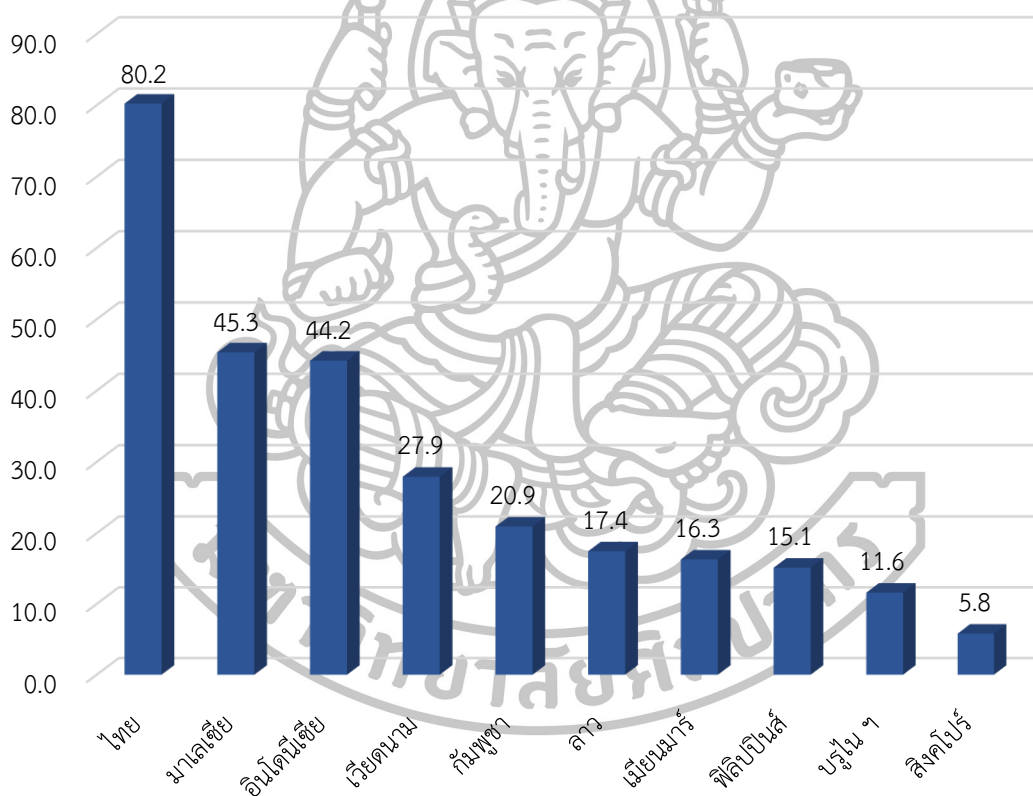


รูปที่ 4.5 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท



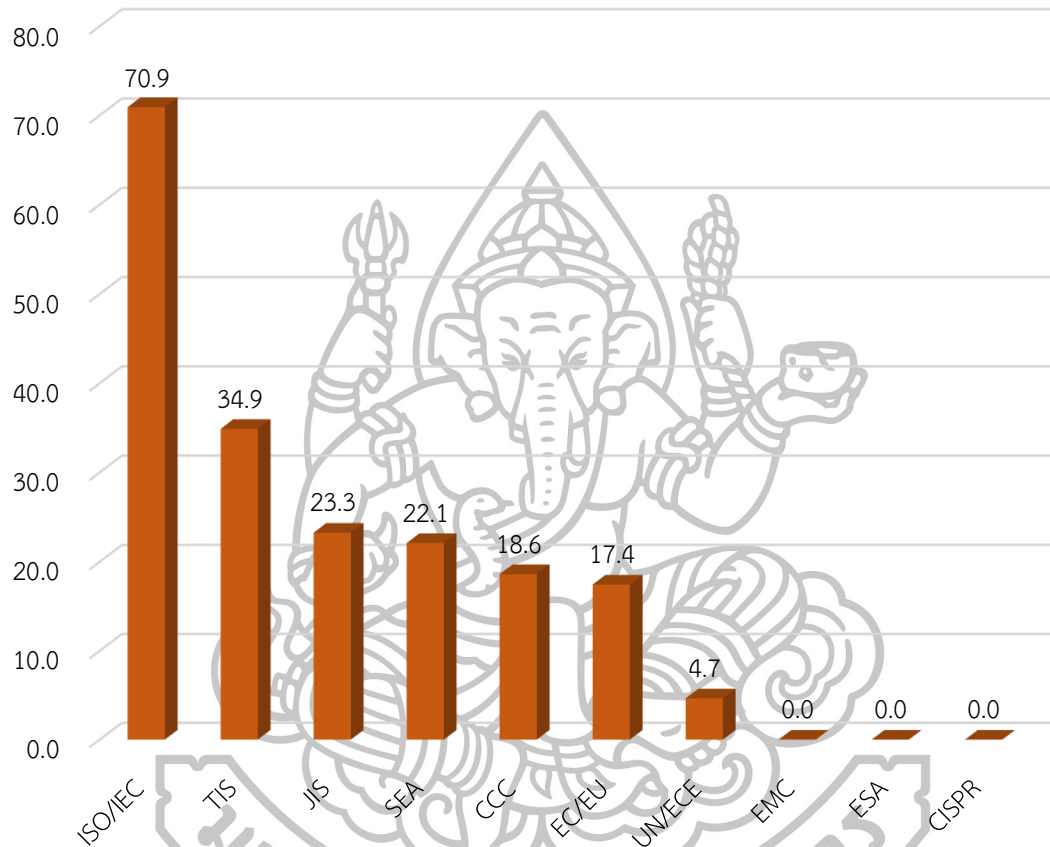
รูปที่ 4.6 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศของบริษัท

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ถึงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัท ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยอีกด้วย ผลจากการวิเคราะห์พบว่า บริษัทมีตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 80.2 มาเลเซียร้อยละ 45.3 อินโดนีเซียร้อยละ 44.2 เวียดนามร้อยละ 27.9 กัมพูชาร้อยละ 20.9 ลาวร้อยละ 17.4 เมียนมาร์ร้อยละ 16.3 ฟิลิปปินส์ร้อยละ 15.1 บรูไนดารุสซาลามร้อยละ 11.6 และสิงคโปร์ร้อยละ 5.8 ดังแสดงในรูปที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศอาเซียนรวมไปถึงกลุ่มประเทศ ASEAN 5 ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของตนเอง ประกอบด้วย ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม นอกจากนี้กลุ่มประเทศ CLMV ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมาก ณ ปัจจุบันนี้ กล่าวคือประเทศกลุ่มอาเซียน กลุ่ม ASEAN 5 และกลุ่ม CLMV มีการยอมรับชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากไทยและนำเข้าผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง



รูปที่ 4.7 แสดงตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนของบริษัท

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับมาตรฐานที่ใช้รับรองผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท พบว่ามีบริษัทที่ใช้มาตรฐาน ISO/IEC คิดเป็นร้อยละ 70.9 TIS ร้อยละ 34.9 SEA ร้อยละ 22.1 JIS ร้อยละ 23.3 CCC ร้อยละ 18.6 EC/EU ร้อยละ 17.4 และ UN/ECE ร้อยละ 4.7 ดังแสดงในรูปที่ 4.8 แสดงให้เห็น ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ใช้มาตรฐานที่มีการยอมรับในระดับสากล อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น



รูปที่ 4.8 แสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัท

#### 4.4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านสถานะทางการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ในส่วนของการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านสถานะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) และศึกษาข้อมูลปฐมภูมิในเชิงลึกจากแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยอภิปรายผลออกมาในระดับการวัดของข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และการวิจัยนี้ได้คำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นตามสูตรการคำนวณได้ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากการคำนวณข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด





เมื่อวิเคราะห์สภาวะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย พบว่า บริษัทขนาดกลาง และขนาดย่อมที่อยู่ในกลุ่ม Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานแปลผลออกมามีค่ามาก แต่ในทางกลับกันส่วนใหญ่แล้ว บริษัทมีการขาดแคลนแรงงานฝีมือ ขาดแคลนการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์จึงไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นอกจากนี้บริษัทส่วนใหญ่ยังขาดแคลนงบประมาณในการขยายฐานการผลิต และไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายในกลุ่มประเทศอาเซียน และยังรวมถึงผลกระทบจากบริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาลงทุน ผลกระทบจากชิ้นส่วนยานยนต์ทดแทนที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิต อีกทั้งบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไม่ค่อยมีบทบาทในการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องมากนัก ทำให้ไม่ทราบถึงประเทศคู่ค้าที่บริษัทจะสามารถขยายฐานการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วสามารถทราบได้อย่างชัดเจนว่าบริษัทมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมายาวนานและมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียน แต่ยังคงขาดข้อมูลทางด้านตำแหน่งทางการแข่งขันหรือประเทศที่เป็นพันธมิตรทางการค้า รวมทั้งยังขาดนโยบายที่สามารถผลักดันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่เต็มรูปแบบ ซึ่งข้อมูลนี้สามารถเชื่อถือได้โดยการพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความแปรปรวนพบว่าการกระจายตัวของข้อมูลน้อย ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาวะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ประเด็นของความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าความแปรปรวน (Variance)	แปลผล
1. บริษัททำการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน	4.16	0.371	0.138	มาก
2. บริษัทใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานการผลิตสูง	3.29	0.611	0.373	ปานกลาง
3. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.38	0.597	0.357	ปานกลาง
4. แรงงานฝีมือของบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	2.33	0.676	0.457	น้อย
5. บริษัทมีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์ (Brand) อย่างต่อเนื่อง	2.52	0.891	0.794	น้อย
6. บริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดชิ้นส่วนยานยนต์	2.44	0.953	0.908	น้อย
7. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน	3.24	0.932	0.869	ปานกลาง
8. บริษัทมีการจัดเตรียมงบประมาณที่ใช้ในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่	2.56	0.902	0.814	น้อย

ตารางที่ 4.9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานะทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (ต่อ)

ประเด็นของความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าความ แปรปรวน (Variance)	แปลผล
9. บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	2.49	0.732	0.535	น้อย
10. บริษัทมีโอกาสที่ขยายฐานการลงทุนไปต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	4.28	0.835	0.698	มากที่สุด
11. ลูกค้าของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	3.94	0.692	0.479	มาก
12. บริษัทมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น	3.27	0.583	0.339	ปานกลาง
13. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการขอลดราคาสินค้าของลูกค้า	4.17	0.636	0.405	มาก
14. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการลดปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	4.28	0.567	0.321	มากที่สุด
15. บริษัทมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการกำลังการผลิต	2.48	0.904	0.817	น้อย
16. บริษัทมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาสินค้าที่เป็นชิ้นส่วนประกอบหรือวัตถุดิบ	3.95	0.810	0.657	มาก
17. วัตถุดิบที่ใช้ในบริษัทของท่านมีผู้ขายน้อยราย	3.76	0.667	0.446	มาก
18. บริษัทเกิดผลกระทบเมื่อมีการลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยจากบริษัทต่างชาติ	4.27	0.583	0.339	มากที่สุด
19. บริษัทเกิดผลกระทบต่อการแข่งขันกับสินค้าทดแทน	3.88	0.622	0.386	มาก
20. บริษัทมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายกับทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2.33	0.603	0.363	น้อย
<b>ผลความคิดเห็นในภาพรวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.708</b>	<b>0.525</b>	<b>ปานกลาง</b>

#### 4.5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นด้านทัศนคติของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย พบว่า มีความต้องการคิดค้นผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ใหม่ ๆ และต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแตกต่างกันในตัวผลิตภัณฑ์ และหลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบเป็นอย่างมาก แต่ถึงอย่างไรบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยยังขาดแคลนเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและลดต้นทุนของกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อให้ได้มาตรฐานตามความต้องการได้ นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ยังมีความต้องการพัฒนาทางด้านโลจิสติกส์อย่างเร่งด่วนอีกด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงความคิดเห็นด้านทัศนคติของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ประเด็นของความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าความ แปรปรวน (Variance)	แปลผล
1. บริษัทมีความต้องการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	3.70	0.959	0.919	มาก
2. บริษัทใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดต้นทุนของกระบวนการผลิต	2.42	0.901	0.811	น้อย
3. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแตกต่างกันเมื่อมีการนำไปใช้งานจริง	4.14	0.349	0.121	มาก
4. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่หลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบ	3.77	0.777	0.604	มาก
5. บริษัทต้องการข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งทางการแข่งขันของแหล่งตลาดใหม่ ๆ	4.48	0.715	0.511	มากที่สุด
6. บริษัทมีความต้องการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ (logistics)	4.01	0.360	0.129	มาก
<b>ผลความคิดเห็นในภาพรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.677</b>	<b>0.516</b>	<b>มาก</b>

#### 4.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจในเชิงลึกจากบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย สำหรับการวิจัยครั้งนี้สามารถนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทได้โดยการใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ดังแสดงในหัวข้อต่อไปนี้

##### 4.6.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย SWOT Analysis

ในการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis สามารถแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก ๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยภายใน 2 ปัจจัย ได้แก่ จุดแข็ง (Strength) และ จุดอ่อน (Weakness) ปัจจัยภายนอก 2 ปัจจัย ได้แก่ โอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat)

**4.6.1.1 จุดแข็ง (Strength)** บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นที่ยาวนาน จึงมีลูกค้าประจำที่ให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของบริษัทประกอบยานยนต์ และมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน ดังนั้นเมื่อนวัตกรรมของยานยนต์สมัยใหม่มีการพัฒนาเร็วกว่าเทคโนโลยีที่บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยใช้ในกระบวนการผลิตอาจทำให้สูญเสียจุดแข็งของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ในอนาคต

**4.6.1.2 จุดอ่อน (Weakness)** บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและต้องการอย่างเร่งด่วนมาก และบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้บริษัทไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นอกจากนี้ยังพบว่า บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยส่วนใหญ่ขาดแคลนงบประมาณในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มอาเซียนที่มีแหล่งทรัพยากรด้านวัตถุดิบที่สมบูรณ์กว่าไทย

**4.6.1.3 โอกาส (Opportunity)** เมื่อรัฐบาลมีนโยบายเดินหน้าประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์และขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ในประเทศต่าง ๆ ของกลุ่มอาเซียนได้มากขึ้น

**4.6.1.4 อุปสรรค (Threat)** อุปสรรคที่เกิดขึ้นกับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย พบว่าในปัจจุบันมีบริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาตั้งฐานการผลิตและมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้นทำให้ รัฐบาลไม่ทราบถึงแนวทางการพัฒนาที่แท้จริงให้กับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย นอกจากนี้ผลกระทบอีกด้านหนึ่งเป็นการขอลดราคาจากลูกค้าเมื่อตลาดชิ้นส่วนยานยนต์เปิดกว้างขึ้นทำให้พฤติกรรมของลูกค้าสามารถเลือกซื้อชิ้นส่วนยานยนต์ได้หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นการแข่งขันทางด้านราคาถือว่าเป็นอุปสรรคจากปัจจัยภายนอกที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เช่นกัน

#### 4.6.2 การประเมินสถานการณ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากผลการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis

**4.6.2.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็งและโอกาส)** สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เป็นความต้องการอย่างสูงที่สุดของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย เมื่อไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 แล้ว หากว่าบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีการพัฒนาเทคโนโลยีและนโยบายด้านการตลาดที่ต่อเนื่องจะเพิ่มจุดแข็งร่วมกับโอกาสที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยสู่อาเซียนได้อย่างเต็มรูปแบบ

**4.6.2.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อนและอุปสรรค)** เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดที่บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไม่ยากให้เกิดขึ้น จากสถานการณ์ของการขาดแคลนแรงงานช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและบริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์ผนวกกับการลงทุนของต่างชาติที่มีเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่ทันสมัยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตมาจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเกิดการชล่อตัวอย่างต่อเนื่องเพราะความเชื่อมั่นของลูกค้าที่หันไปสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์จากบริษัทต่างชาติเพราะมีความมั่นใจในมาตรฐานการผลิต

**4.6.2.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อนและโอกาส)** เป็นสถานการณ์ที่บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยนั้นมีโอกาสที่จะยกระดับขีดความสามารถ แต่ในเรื่องของการที่บริษัทส่วนใหญ่ยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่เชี่ยวชาญและไม่มีการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ ประกอบกับโอกาสที่รัฐบาลมีนโยบายเข้าสู่เขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ทำให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีโอกาสในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังแหล่งตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างมาก

**4.6.2.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็งและอุปสรรค)** สถานการณ์นี้นักจะเกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน ซึ่งจุดแข็งของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยนั้นมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน และมีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นที่ยาวนานทำให้มีลูกค้าประจำ รวมถึงมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน แต่ในปัจจุบันเริ่มมีเทคโนโลยีของยานยนต์สมัยใหม่เข้ามาในตลาดยานยนต์เช่น ยานยนต์อีโคคาร์ ยานยนต์ที่ใช้ไฟฟ้า และยานยนต์ไฮบริด เป็นต้น ทำให้เทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตและเป็นเทคโนโลยีที่ใช้มาเป็นระยะเวลายาวนานไม่สามารถรองรับกับยานยนต์สมัยใหม่ได้ ในทางกลับกันทำให้ลูกค้าประจำหันไปสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์กับบริษัทต่างชาติที่มีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยได้มาตรฐานเพิ่มมากขึ้น

#### 4.6.3 การวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย TOWS Matrix

**4.6.3.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)** บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีจุดแข็งทางการดำเนินการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจนทำให้ลูกค้าประจำมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์สูง อีกทั้งยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน ในขณะที่เดียวกันยังมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิตและจัดจำหน่ายไปยังประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน เมื่อมีนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันประเทศไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558

**4.6.3.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)** จากจุดแข็งในหัวข้อที่ผ่านมาซึ่งเกิดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยนั้นก็คือในปัจจุบันและอนาคตนั้นบริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีได้เริ่มเข้ามาตั้งฐานการผลิตและมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น ซึ่งบริษัทต่างชาตินั้นมีมาตรฐานในการผลิตสูงทำให้เป็นข้ออ้างของลูกค้าที่จะทำการต่อรองขอลดราคากับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

**4.6.3.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)** ปัญหาทางด้านขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ การไม่ส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์ การขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิตและการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบ ปัญหาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดอ่อนของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตาม ภาครัฐบาลมีนโยบายผลักดันประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และขยายฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้ ถ้าหากว่าบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีมาตรฐานพอ

**4.6.3.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)** จากจุดอ่อนของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย และยังเกิดอุปสรรคที่บริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งฐานการผลิตมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งทำให้บริษัทต่างชาติได้เข้ามามีบทบาทในการเสนอเสนอต่อภาครัฐบาลมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการเสนอเสนอหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์กับบริษัทต่างชาติเพิ่มขึ้น

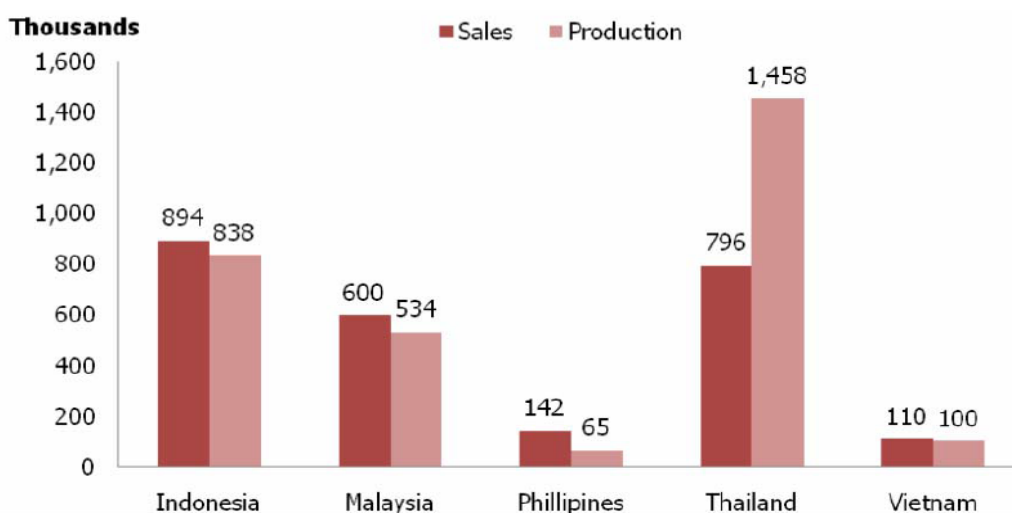
ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยด้วย TOWS Matrix จากข้อมูลปฐมภูมินั้น ได้แสดงดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

<p><b>ปัจจัยภายใน</b> (Internal Environment)</p> <p><b>ปัจจัยภายนอก</b> (External Environment)</p>	<p><b>จุดแข็ง (Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นที่ยาวนาน</li> <li>2. บริษัทมีลูกค้าประจำที่ให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์</li> <li>3. บริษัทมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน</li> <li>4. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน</li> </ol>	<p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ</li> <li>2. บริษัทส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์</li> <li>3. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนงบประมาณการขยายฐานการผลิต</li> <li>4. บริษัทส่วนใหญ่ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบ</li> </ol>
<p><b>โอกาส (Opportunity)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลมีนโยบายผลักดันประเทศไทยเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ</li> <li>2. บริษัทมีโอกาสที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์และขยายฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังตลาดแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียนได้</li> </ol>	<p><b>SO: กลยุทธ์เชิงรุก</b></p> <p>S1O1: กระตุ้นความน่าเชื่อถือของบริษัทให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มประเทศอาเซียน</p> <p>S2O1: รัฐบาลกำหนดนโยบายที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นระหว่างลูกค้าประจำและบริษัทผู้ผลิต</p> <p>S4O1: กำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องกันทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อย่างยั่งยืน</p> <p>S3O2: พัฒนาเครื่องจักรเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศอาเซียน</p>	<p><b>WO: กลยุทธ์เชิงแก้ไข</b></p> <p>W1O1: สร้างพันธมิตรระหว่างประเทศในภูมิภาคเพื่อแบ่งศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีร่วมกัน</p> <p>W2O1: รัฐบาลกำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>W3O2: จัดหางบประมาณและแนวทางการขยายฐานการผลิตจากบริษัทที่ประสบผลสำเร็จ</p> <p>W4O2: ขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่ที่มีความสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรในการผลิต</p>
<p><b>อุปสรรค (Threat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทต่างชาติที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีเข้ามาตั้งฐานการผลิตมากขึ้น</li> <li>2. บริษัทต่างชาติมีบทบาทในการเสนอนโยบายต่อภาครัฐบาลมากขึ้น</li> <li>3. การขอลดราคาจากลูกค้าเมื่อมีบริษัทลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มขึ้น</li> </ol>	<p><b>ST: กลยุทธ์เชิงป้องกัน</b></p> <p>S1T2: รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อร่วมกันกำหนดเชิงนโยบายในการผลักดันบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมไทย</p> <p>S3T1: รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ร่วมกันมากขึ้น</p> <p>S2T3: เสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์มากขึ้น</p>	<p><b>WT: กลยุทธ์เชิงรับ</b></p> <p>W2T1: สูญเสียลูกค้าให้กับบริษัทต่างชาติที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย</p> <p>W3T1: สูญเสียการตลาดให้กับบริษัทต่างชาติที่มีงบประมาณในการลงทุนตั้งฐานการผลิต</p> <p>W2T3: ยอดขายของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมไทยลดลง</p>

#### 4.7 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยจากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix แล้ว ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย [7] ดังแสดงในรูปที่ 4.9 และกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญอันดับต้นๆ ของไทย มาทำการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบตำแหน่งทางการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้ดังต่อไปนี้



รูปที่ 4.9 แสดงปริมาณการผลิตและจำหน่ายยานยนต์ของประเทศสมาชิกอาเซียนในปี พ.ศ. 2554 ที่มา: สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี พ.ศ. 2555-2559 (ม.ป.ท., 2555).

##### 4.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิของอินโดนีเซียด้วย SWOT Analysis

**4.7.1.1 จุดแข็ง (Strength)** อินโดนีเซียมีทรัพยากรแรงงานสูงมากและมีค่าจ้างแรงงานต่ำ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายโดยเฉพาะถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะต่าง ๆ ทำให้ภาครัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายที่สนับสนุนการลงทุนตั้งฐานการผลิตจากต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ อาทิเช่น การสนับสนุนการลงทุนทางด้านการผลิตภาคธุรกิจ ค่าเช่าที่ดินต่ำและระยะเวลาเช่านาน เป็นต้น ซึ่งทำให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้ประชากรมีรายได้ต่อหัวมากขึ้นและประชากรของอินโดนีเซียมีมากถึง 240 ล้านคน หรือเกือบร้อยละ 50 ของประชากรทั้งหมดในกลุ่มประเทศอาเซียน ในขณะที่ประชานิยมซื้อยานยนต์เพิ่มขึ้นเพราะระบบขนส่งมวลชนในอินโดนีเซียไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร [2, 8]

**4.7.1.2 จุดอ่อน (Weakness)** ถึงแม้ว่าอินโดนีเซียมีแรงงานที่มาก แต่แรงงานเหล่านั้นยังไม่มีคุณภาพและไม่มีความเชี่ยวชาญและไม่มีทักษะ และขาดการใช้เทคโนโลยี รวมถึงผู้บริหารที่อยู่ในระดับกลางยังขาดประสบการณ์ในการทำงาน และในสภาพภูมิประเทศของอินโดนีเซียเป็นหมู่เกาะและกระจายตัวกันทำให้สาธารณูปโภคพื้นฐานยังไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร [2, 8]



**4.7.1.3 โอกาส (Opportunity)** รัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผลึกต้นให้อินโดนีเซียเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้อินโดนีเซียยังเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมากซึ่งถือว่าเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ รวมไปถึงเศรษฐกิจของอินโดนีเซียมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและเรียกเก็บภาษีนำเข้าจากในอัตราค่อนข้างต่ำ ทำให้สภาพเศรษฐกิจคล่องตัวมากขึ้น [2, 8]

**4.7.1.4 อุปสรรค (Threat)** อินโดนีเซียมีระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ ยังอยู่ในระหว่างการเร่งพัฒนาต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานที่นานพอสมควรและมาตรการทางการค้าในรูปแบบที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers) นอกจากนี้เทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมในอินโดนีเซียยังไม่มีคุณภาพเท่าเทียมกับเทคโนโลยีมากรวมถึงสภาพภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะทำให้การขนส่งมีความจำกัดอยู่ที่การแข่งขันทางเรือเป็นหลักจึงเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานโดยส่วนใหญ่ [2, 8]

#### 4.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของมาเลเซียด้วย SWOT Analysis

**4.7.2.1 จุดแข็ง (Strength)** มาเลเซียเป็นประเทศที่มีปริมาณสำรองน้ำมันและก๊าซธรรมชาติมากเป็นอันดับ 3 และ 2 ของเอเชียแปซิฟิก ตามลำดับ รวมถึงแรงงานฝีมือมีความเชี่ยวชาญ และการจัดการด้านโลจิสติกส์ได้ครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้นำเข้าและส่งออก นอกจากนี้มาเลเซียพยายามลดขั้นตอนการดำเนินการตรวจสอบสินค้าและการกำหนดคุณภาพเพื่อจูงใจให้นักลงทุนในการใช้บริการโลจิสติกส์ [2, 8]

**4.7.2.2 จุดอ่อน (Weakness)** มาเลเซียเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต แต่มาเลเซียจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าบางรายการที่ไม่พอเพียงต่อปริมาณความต้องการของตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ เช่น ยางพารา และผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากโลหะ เป็นต้น นอกจากนี้การลงทุนตั้งฐานการผลิตในมาเลเซียต้องใช้ต้นทุนที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันทำให้ต่างชาตินั้นหันมาลงทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำเช่น เวียดนาม ไทย และอินโดนีเซีย เป็นต้น [2, 8]

**4.7.2.3 โอกาส (Opportunity)** รัฐบาลมาเลเซียได้ร่วมมือกับบริษัทเอกชนและต่างชาติในการสร้างนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในการปรับปรุง ออกแบบและพัฒนาโครงสร้างของยานยนต์ยกตัวอย่างเช่น ยี่ห้อ Proton เนื่องจากสภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูงและการขยายตัวที่น้อยลงเพราะมาเลเซียสามารถสร้างตลาดในภูมิภาคที่มีประชากรเป็นชาวมุสลิมซึ่งมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิตไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีชาวมุสลิมได้ [2, 8]

**4.7.2.4 อุปสรรค (Threat)** การแข่งขันของตลาดยานยนต์ของมาเลเซียยี่ห้อ Proton และยานยนต์ต่างชาติ ซึ่งมีคุณภาพดีกว่าส่งผลให้ยานยนต์ Proton มียอดขายลดลง อีกทั้งรัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายกีดกันภาษีการขายที่สูง ทำให้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์บางรายการไม่สามารถส่งไปจำหน่ายที่มาเลเซียได้อย่างเต็มที่ [2, 8]

#### 4.7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิของกลุ่มประเทศ CLMV ด้วย SWOT Analysis

**4.7.3.1 จุดแข็ง (Strength)** กลุ่มประเทศ CLMV เป็นกลุ่มประเทศที่มีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสูงกว่าการเติบโตเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งกลุ่มประเทศ CLMV นั้นมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อย่างมาก และยังมีแรงงานเป็นจำนวนมากและต้นทุนในการจ้างแรงงานไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตามหนึ่งในสมาชิกของกลุ่มประเทศ CLMV มีฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศเอง คือ เวียดนาม และเวียดนามก็เป็นสมาชิกของกลุ่ม ASEAN 5 อีกด้วย ดังนั้น ต่างชาติจึงให้ความสนใจเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ยังกลุ่มประเทศ CLMV มากขึ้นเช่นกัน [2, 8]

**4.7.3.2 จุดอ่อน (Weakness)** กลุ่มประเทศ CLMV มีระบบสาธารณสุขูปโภคพื้นฐานที่ยังไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร และยังคงขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะถึงแม้ว่าจะมีแรงงานที่ค่อนข้างมากก็ตาม และพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเป็นที่ยากลำบากและภูเขา การคมนาคมไม่สะดวก

**4.7.3.3 โอกาส (Opportunity)** รัฐบาลของกลุ่มประเทศ CLMV มีนโยบายร่วมกันในการส่งเสริมให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น โดย ส่วนใหญ่แล้วเป็นนักลงทุนจากประเทศจีน เข้ามาเช่าพื้นที่และนำแรงงานมาปฏิบัติการเอง ทำให้แรงงานที่อยู่ในกลุ่มประเทศ CLMV ส่วนใหญ่นั้นเป็นแค่แรงงานขั้นต่ำและมีความเป็นอยู่ที่ไม่ดีมากนัก [2, 8]

**4.7.3.4 อุปสรรค (Threat)** โดยส่วนใหญ่แล้วอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดกับกลุ่มประเทศ CLMV จะเป็นทางด้านโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานที่ยังมีความแตกต่างกัน รวมทั้งการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้มีต้นทุนการขนส่งระหว่างประเทศสูง และมีผู้ประกอบการขนส่งเพียงไม่กี่รายที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ [2, 8]

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และกลุ่มประเทศ CLMV เมื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบตำแหน่งทางการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย พบว่า บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน และมีแรงงานช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ แต่ยังคงขาดการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดแคลนแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แต่ในอินโดนีเซียนั้นมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายเช่น ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะต่าง ๆ ทำให้ภาครัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายที่สนับสนุนการลงทุนตั้งฐานการผลิตจากนักลงทุนต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ อีกทั้งแรงงานในอินโดนีเซียมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นและมีค่าจ้างแรงงานต่ำแต่ยังไม่มีคุณภาพ ปัญหาอีกอย่างหนึ่งอินโดนีเซียมีภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะจึงไม่สะดวกต่อการขนส่งมากนัก ทำให้นักลงทุนยังมีความคลุมเครือในการตั้งฐานการผลิตในอินโดนีเซีย ส่วนมาเลเซียนั้นเป็นประเทศที่ต่างชาติเห็นถึงความสำคัญในการลงทุนตั้งฐานการผลิตไม่มากนักเพราะ ประชากรของมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมซึ่งมีค่านิยมในทางวัฒนธรรมที่สูง และรัฐบาลมาเลเซียยังกีดกันเรื่องภาษีนำเข้าตลอดจนมีการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ของยานยนต์ยี่ห้อ Proton เป็นของมาเลเซียเองอย่างต่อเนื่อง มาโดยตลอด แต่ถึงอย่างไรแรงงานในมาเลเซียก็ยังมีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทต่างชาติยังคงตั้งฐานการผลิตในมาเลเซียมาโดยตลอด แสดงให้เห็นว่าประเทศ

คู่แข่งที่สำคัญของไทยนั้นคงจะเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มากกว่าไทยอย่างอินโดนีเซียมากกว่า ซึ่งในปัจจุบันนี้ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจที่จะลงทุนตั้งฐานการผลิตในอินโดนีเซียมากขึ้นเพราะอินโดนีเซียมีความพร้อมในทุกด้าน เว้นแต่สภาพภูมิประเทศและความเชี่ยวชาญของแรงงานฝีมือ แต่ในอนาคตปัญหาเหล่านี้อาจไม่ใช่อุปสรรคของนักลงทุนต่างชาติเสมอไปถ้าแรงงานในอินโดนีเซียมีการพัฒนาทักษะให้เชี่ยวชาญมากขึ้น ส่วนกลุ่มประเทศ CLMV นั้นมีจุดแข็งที่สำคัญที่น่าสนใจคือ ทรัพยากรธรรมชาติ เท่านั้น แต่ในทางกลับกันกลุ่มประเทศ CLMV เป็นกลุ่มประเทศที่เป็นโอกาสที่ไทย สามารถขยายฐานการผลิตหรือจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ได้มากขึ้นเมื่อไทยเข้าร่วมเขตการค้าเสรีอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้นประเทศไทยควรมีนโยบายในการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบโดยเริ่มพัฒนาจากบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยให้ยังคงขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

#### 4.8 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

4.8.1 สามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเผยแพร่กับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 เพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนได้เป็นอย่างดี

4.8.2 สามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ประเทศไทยได้ก้าวข้ามวังวนกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap-MIT) ในภาคหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.8.3 สามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการยกระดับขีดความสามารถผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 จากการผลิตให้บริษัทประกอบยานยนต์ภายในประเทศไทยสู่การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียและของโลกได้อย่างยั่งยืน

4.8.4 สามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเชื่อมโยงกับหน่วยงานของภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และศูนย์วิจัย เป็นต้น ในการจัดลำดับความสำคัญอย่างแท้จริง เพื่อให้การช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ และสามารถลดต้นทุนทางด้านการศึกษาและพัฒนาให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ได้อีกด้วย

#### 4.9 ตอบสมมติฐานการวิจัย

4.9.1 สามารถนำแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) มาวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากข้อมูลทุติยภูมิได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากการศึกษาพบว่า แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ สามารถใช้ในการวิเคราะห์สถานะการแข่งขันได้เป็นอย่างดี และครอบคลุมถึงสถานะการแข่งขันให้กับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อีกด้วย

4.9.2 สามารถทราบประเทศคู่แข่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างแท้จริง

จากการศึกษาพบว่า อินโดนีเซีย เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ซึ่งอ้างอิงได้จากแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) และ SWOT Analysis เนื่องจากอินโดนีเซียมียอดขายที่สูงกว่าปริมาณการผลิต และมีแหล่งทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ มีความพร้อมทางด้านแรงงานฝีมือและมีต้นทุนการจ้างแรงงานต่ำ ดังนั้นหลาย ๆ ประเทศจึงให้ความสนใจที่จะลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในอินโดนีเซียเพิ่มมากขึ้น

4.9.3 สามารถใช้เครื่องมือ SWOT Analysis มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อย่างแท้จริง

จากการศึกษาพบว่า สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้เป็นอย่างดี และสามารถแบ่งสภาพแวดล้อมทางด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ออกมาให้ทราบได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

4.9.4 สามารถใช้เครื่องมือ TOWS Matrix มาวิเคราะห์แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยได้ที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 อย่างแท้จริง

จากการศึกษาพบว่า สามารถกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้เป็นอย่างดี รวมถึงแนวทางในการผลักดันเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้อีกด้วย ดังแสดงในหัวข้อที่ 4.6.3

4.9.5 สามารถวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์การบริหารองค์กรของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษา พบว่า ในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มียอดขายลดลงเป็นส่วนใหญ่เมื่อเทียบกับปี 2557 อย่างไรก็ตาม ส่งผลให้ปริมาณการผลิตลดลงเช่นกัน และพบว่าจุดอ่อนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยคือไม่มีการส่งเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand) เป็นของตนเอง และปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ แต่ถึงอย่างไรผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยส่วนใหญ่ยังมีการจัดสรรงบประมาณที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมาก และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยบางรายได้เน้นการส่งเสริมการตลาดทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จึงทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อมไทยบางรายยังสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังบริษัทประกอบยานยนต์ค่ายต่าง ๆ รวมไปถึงภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่น ๆ ได้อีกด้วย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

เนื่องจากรัฐบาลไทยมีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยได้เข้าร่วมเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ภายในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถเพื่อให้ประเทศไทยยังคงความเป็นผู้นำในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และไทยนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มประเทศ ASEAN 5 ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศของตนเอง อย่างไรก็ตามสภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ที่ยังขาดแคลนและมีความคลุมเครือของแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนยังไม่ทราบตำแหน่งการแข่งขันของตนเองมากนัก ดังนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วนที่สุดเพื่อให้ไทยยังคงความเป็นผู้นำในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในระดับภูมิภาคต่อไป

ดังนั้น การวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน รวมถึงการศึกษากลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยเริ่มจากการใช้แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Force Model) เพื่อวิเคราะห์ข้อเท็จจริงเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ หลังจากนั้นได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยการสำรวจกลุ่มบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อศึกษาสภาวะการแข่งขันและสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน จากนั้นนำผลการสำรวจข้อมูลเชิงลึกมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทุติยภูมิของประเทศคู่แข่ง เพื่อวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันที่แท้จริงของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนชิ้นส่วนยานยนต์ไทย รวมถึงแนวทางการปฏิบัติและกลยุทธ์ในการยกระดับขีดความสามารถได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบริษัทผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในปัจจุบันนี้คือ บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่แล้วไม่มีการส่งเสริมตราสินค้า (Brand) และยังขาดแคลนช่างแรงงานฝีมือที่มีทักษะเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้ปริมาณการผลิตและกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับปี 2557 แต่อย่างไรก็ตามบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้มีการจัดเตรียมงบประมาณที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากรไว้เป็นจำนวนมาก แสดงว่าสถานประกอบการได้สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร แต่ยังขาดแคลนความพร้อมทางด้านทรัพยากรบุคลากรและกลยุทธ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่แท้จริง

5.1.2 สภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย พบว่า จุดแข็งของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการผลิตชิ้นส่วนมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและมีลูกค้าประจำค่อนข้างมาก และจุดอ่อนส่วนใหญ่คือไม่ค่อยมีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์มากนัก และยังขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีทักษะ รวมถึงยังขาดแคลนงบประมาณในการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ อีกด้วย

5.1.3 แนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ควรใช้กลยุทธ์แบบเชิงรุกคือ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ควรมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน และควรสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์กับลูกค้าให้มากขึ้น และกลยุทธ์เชิงแก้ไขคือ ควรมีการจัดการทรัพยากรแรงงานฝีมือให้มีทักษะ และการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีด้านวิศวกรรมโดยการขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิตใน Tier 1 ได้อีกด้วย

5.1.4 ตำแหน่งการแข่งขันของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจากการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า อินโดนีเซีย เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยอย่างมาก เพราะมีแหล่งทรัพยากรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในประเทศที่อุดมสมบูรณ์ รวมถึงความพร้อมในด้านแรงงานจำนวนมากและมีต้นทุนการจ้างแรงงานที่ต่ำ อีกทั้งภาครัฐบาลอินโดนีเซียยังให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้คู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศคือ มาเลเซียซึ่งรัฐบาลมาเลเซียมีการเสริมสร้างตราผลิตภัณฑ์ของยานยนต์ยี่ห้อ Proton เป็นของมาเลเซียเองอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด นอกจากนี้ในปัจจุบันยังพบว่า กลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีสภาพการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นกลุ่มประเทศที่ต่างชาติเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เช่นกัน เพราะมีความพร้อมทางด้านแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ และแรงงานฝีมือที่สมบูรณ์

## 5.2 อุปสรรคที่พบในการวิจัย

5.2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม

5.2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่เห็นผลประโยชน์เพียงพอที่จะให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน จึงทำให้ได้รับการปฏิเสธในการตอบแบบสอบถาม

5.2.3 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้ไม่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สถาบันยานยนต์ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น ทำให้สถานประกอบการบางแห่งไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

5.2.4 ขาดแคลนงบประมาณในการทำวิจัย เพราะในการทำวิจัยเชิงสำรวจจำเป็นต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด

5.2.5 ผู้วิจัยขาดแคลนงบประมาณในส่วนของการจัดงานประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้ร่วมปรับปรุงผลที่ได้จากการวิจัยเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องที่สุด

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 ในการวิจัยต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรเครือข่ายในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้ผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ใน Tier 2 และ Tier 3 ของห่วงโซ่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยนั้น ได้แลกเปลี่ยนกลยุทธ์ในการพัฒนาขีดความสามารถระหว่างประเทศพันธมิตรได้มากขึ้น ไม่ใช่เป็นการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบคู่แข่งเพียงอย่างเดียว

5.3.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาประเด็นความต้องการของการสร้างหรือการจ้างผู้เชี่ยวชาญจากประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ยกตัวอย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่น มาปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งหัวหน้าวิศวกร หรือหัวหน้านักวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางที่เป็นไปได้ต่อไป



### รายการอ้างอิง

- [1] สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ. (2554). **คู่มือการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน**. ม.ป.ท.
- [2] อัญชญา วิทยารธรรมรัช. (2547). **ไทยกับการจัดทำเขตการค้าเสรี**. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.thaifita.com/thaifita/portals/0/file/pre\\_tuapr47](http://www.thaifita.com/thaifita/portals/0/file/pre_tuapr47).
- [3] สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2557). **โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์**. เข้าถึงเมื่อ 19 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry\\_overview.../s45\\_46\\_9\\_12.doc](http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_overview.../s45_46_9_12.doc).
- [4] ยศพงษ์ ลอนนวล. (2557). **“ทิศทางของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอนาคต.”** เอกสารบรรยายพิเศษสำหรับการประชุมระดมสมอง แนวทางการสร้างผลกระทบของ สวทช. ที่รับรู้ได้ชัดเจนในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศ: อุตสาหกรรมยานยนต์ วันพุธที่ 4 มิถุนายน 2557 เวลา 13.00 – 16.30 น. ณ INC2 โถงอาคาร A.
- [5] คลัสเตอร์ยานยนต์และการจราจร, สำนักบริหารจัดการคลัสเตอร์และโปรแกรมวิจัย, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสถาบันยานยนต์. (2553). **โครงการจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาเทคโนโลยีด้านอุตสาหกรรมยานยนต์**. ม.ป.ท.
- [6] สถาบันยานยนต์, กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555). **แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555 ถึง 2559**. ม.ป.ท.
- [7] สถาบันยานยนต์, กระทรวงอุตสาหกรรม. (2558). **สรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของ SMEs ไทย**. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2015/บทความ/สรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของ%20SMEs%20ไทย.pdf>.
- [8] ศุภานาด ศิริพงษ์ และ กิตติศักดิ์ ดีเสมอ. (2555). **“สินค้ายุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาดรถยนต์ AEC.”** สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. เข้าถึงเมื่อ 26 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก [http://internet.pcoc.demotoday.net/wappPCOC/.../File\\_IPD\\_FILE14196444.pdf](http://internet.pcoc.demotoday.net/wappPCOC/.../File_IPD_FILE14196444.pdf).
- [9] สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์. (2558). **ธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วนในตลาดสิงคโปร์**. เข้าถึงเมื่อ 15 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.ditp.go.th/contentts\\_attach/95765/95765.pdf](http://www.ditp.go.th/contentts_attach/95765/95765.pdf).
- [10] บริษัท ไบอัน เคฟ (ประเทศไทย) จำกัด เสนอต่อสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2555). **โครงการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุน**. ม.ป.ท.
- [11] พิชราภรณ์ เนียมมณี และ วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์. (2556). **การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยานยนต์**. ม.ป.ท.
- [12] ประไพ นำธวัช. (2557). **สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกไทย**. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.thaiplastics.org/content.../5.\\_situation\\_of\\_thailand\\_plast\\_.pdf](http://www.thaiplastics.org/content.../5._situation_of_thailand_plast_.pdf).



- [13] สมลักษณ์ สันติโรจกุล. (2554). **เศรษฐศาสตร์มหภาค 1**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- [14] ฝ่ายบริหารจัดการคลัสเตอร์และโปรแกรมวิจัย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2555). **โปรแกรมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนภายใต้แผนกลยุทธ์การวิจัยและพัฒนา สวทช. ระยะที่ 2 พ.ศ. 2554-2559**. ม.ป.ท.
- [15] วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). **แผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน SMEs ไทย 2555-2559**. ม.ป.ท.
- [16] ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2557). **วิเคราะห์ประเด็นธุรกิจ: ประเด็นนำติดตามในระยะถัดไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย**. เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/44604.pdf>.
- [17] เขมทัต สุคนธสิงห์. (2558). **โอกาสยานยนต์ไฟฟ้าไทยในอาเซียน**. เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiauto.or.th/2012/EV/2015/Program.asp>.
- [18] จุฬาลักษณ์ สุธะอารีย์. (2551). **การสร้างแบบสอบถาม: สร้างอย่างไรจึงจะได้แบบสอบถามที่ดี**. กองสถิติและวิจัย โรงเรียนนายเรือ. ม.ป.ท.
- [19] อลงกรณ์ อดุลยานนท์ และคณะ. (2548). **โครงการการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Benchmarking) สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.
- [20] วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2554). **เทคนิคการเขียนแบบสอบถามสำหรับการทำวิจัยหรือวิทยานิพนธ์**. ม.ป.ท.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้

**แบบสอบถาม**  
**เรื่อง**  
**การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย**  
**ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน**

---

**คำชี้แจง**

1. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องเขียนชื่อลงในแบบสอบถาม โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยคำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและไม่มีผลเสียหายใดๆ ต่อท่าน เนื่องจากผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์สรุปผลในภาพรวมเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศต่างๆ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3. โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณทุกท่าน  
ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาการจัดการงานวิศวกรรม  
ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

### 1. เพศ

- ชาย  หญิง

### 2. การศึกษา

- ประถมศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้น  มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
 อนุปริญญา/ปวส.  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  
 ปริญญาเอก  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 3. อายุงานที่ท่านประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

- น้อยกว่า 5 ปี  ระหว่าง 5-10 ปี  ระหว่าง 11-15 ปี  
 ระหว่าง 16-20 ปี  มากกว่า 20 ปี

### 4. ตำแหน่งปัจจุบันของท่าน

- ประธานกรรมการ  ผู้จัดการทั่วไป  หัวหน้างาน  
 กรรมการผู้จัดการ  ผู้จัดการ  วิศวกร  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 5. หน้าที่ความรับผิดชอบหลักของท่านในบริษัท

- ด้านบริหารจัดการองค์กร  ด้านการตลาด  ด้านทรัพยากรมนุษย์  
 ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง  ด้านห้องปฏิบัติการ  ด้านสายการผลิต  
 ด้านการควบคุมคุณภาพ  ด้านการวิจัยและพัฒนา  ด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....



## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

1. ปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว  เท่าเดิม  เพิ่มขึ้น (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....  
 ลดลง (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....
2. กำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว  เท่าเดิม  เพิ่มขึ้น (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....  
 ลดลง (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....
3. สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณซึ่งใช้ในการศึกษาอบรมและพัฒนาบุคลากรหรือไม่  
 มี  ไม่มี
4. บริษัทของท่านมีแรงงานช่างฝีมือเพียงพอหรือไม่  เพียงพอ  ไม่เพียงพอ
5. บริษัทของท่านมีตราผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองหรือไม่  มี  ไม่มี
6. ผลิตภัณฑ์ของท่านเน้นการตลาดทางด้านใด  
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เน้นความแตกต่างทางด้านราคา  เน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์  
 เน้นการส่งมอบตรงเวลา  อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของสถานประกอบการท่าน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ภายในประเทศ  ญี่ปุ่น  สหภาพยุโรป  
 สหรัฐอเมริกา  ตะวันออกกลาง  กลุ่มประเทศแอฟริกา  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
8. บริษัทของท่านผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับลูกค้ารายใดบ้างในประเทศ  
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 Toyota  Honda  Mitsubishi  Nissan  Mazda  
 Isuzu  Suzuki  Hyundai  Chevrolet  Ford  
 Benz  BMW  Tata  อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. บริษัทของท่านผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับลูกค้าใดบ้างในกลุ่มประเทศอาเซียน  
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 บรูไน ดารุสซาลาม  กัมพูชา  อินโดนีเซีย  ลาว  มาเลเซีย  
 เมียนมาร์  ฟิลิปปินส์  สิงคโปร์  เวียดนาม  ไทย
10. ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของท่าน มีข้อกำหนดด้านมาตรฐานใดบ้าง  
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 SAE  ISO/IEC  EMC  ESA  CISPR  
 CCC  EC/EU  UN/ECE  JIS  TIS  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่างๆ

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัททำการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน					
2. บริษัทใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานการผลิตสูง					
3. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
4. แรงงานฝีมือของบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์					
5. บริษัทมีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์ (Brand) อย่างต่อเนื่อง					
6. บริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดชิ้นส่วนยานยนต์					
7. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน					
8. บริษัทมีการจัดเตรียมงบประมาณที่ใช้ในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่					
9. บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ					
10. บริษัทมีโอกาสที่ขยายฐานการลงทุนไปต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ					
11. ลูกค้าของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ					
12. บริษัทมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น					
13. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการลดราคาสินค้าของลูกค้า					
14. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการลดปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า					
15. บริษัทมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบที่เพียงพอต่อกำลังการผลิต					
16. บริษัทมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาสินค้าที่เป็นชิ้นส่วนประกอบหรือวัตถุดิบ					
17. วัตถุดิบที่ใช้ในบริษัทของท่านมีผู้ขายน้อยราย					
18. บริษัทเกิดผลกระทบเมื่อมีการลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยจากบริษัทต่างชาติ					
19. บริษัทเกิดผลกระทบต่อการแข่งขันกับสินค้าทดแทน					
20. บริษัทของท่านมีบทบาทในการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐและ/หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง					

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ประเด็นคำถาม	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัทของท่านต้องการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ					
2. บริษัทใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดต้นทุนของกระบวนการผลิต					
3. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแตกต่างกันเมื่อมีการนำไปใช้งานจริง					
4. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่หลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบ					
5. บริษัทต้องการข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งทางการแข่งขันของแหล่งตลาดใหม่ ๆ					
6. บริษัทมีความต้องการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ (Logistics)					

#### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ อะไรบ้างที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจของท่านและของประเทศ

.....

.....

.....

.....

.....







ภาคผนวก ข  
ผลการตอบแบบสอบถาม

**แบบสอบถาม**  
**เรื่อง**  
**การวิเคราะห์หาตำแหน่งการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทย**  
**ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน**

---

**คำชี้แจง**

1. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องเขียนชื่อลงในแบบสอบถาม โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยคำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและไม่มีผลเสียหายใดๆ ต่อท่าน เนื่องจากผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์สรุปผลในภาพรวมเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศต่างๆ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3. โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณทุกท่าน  
ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาการจัดการงานวิศวกรรม  
ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

### 1. เพศ

ชาย...63...ท่าน

หญิง...23...ท่าน

### 2. การศึกษา

ประถมศึกษา...0...ท่าน

มัธยมศึกษาตอนต้น...0...ท่าน

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช...0...ท่าน

อนุปริญญา/ปวส...0...ท่าน

ปริญญาตรี...45...ท่าน

ปริญญาโท...41...ท่าน

ปริญญาเอก...0...ท่าน

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 3. อายุงานที่ท่านประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

น้อยกว่า 5 ปี...13...ท่าน

ระหว่าง 5-10 ปี...15...ท่าน

ระหว่าง 11-15 ปี...22...ท่าน

ระหว่าง 16-20 ปี...16...ท่าน

มากกว่า 20 ปี...20...ท่าน

### 4. ตำแหน่งปัจจุบันของท่าน

ประธานกรรมการ...0...ท่าน

ผู้จัดการทั่วไป...13...ท่าน

หัวหน้างาน...12...ท่าน

กรรมการผู้จัดการ...14...ท่าน

ผู้จัดการ...37...ท่าน

วิศวกร...10...ท่าน

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

### 5. หน้าที่ความรับผิดชอบหลักของท่านในบริษัท

ด้านบริหารจัดการองค์กร...24...ท่าน

ด้านการตลาด...40...ท่าน

ด้านทรัพยากรมนุษย์...14...ท่าน

ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง...17...ท่าน

ด้านห้องปฏิบัติการ...0...ท่าน

ด้านสายการผลิต...4...ท่าน

ด้านการควบคุมคุณภาพ...9...ท่าน

ด้านการวิจัยและพัฒนา...16...ท่าน

ด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์...5...ท่าน

อื่นๆ (โปรดระบุ).....



## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

1. ปริมาณการผลิตเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
 

เท่าเดิม...12...ท่าน	
เพิ่มขึ้น...34...ท่าน (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....	
ลดลง...40...ท่าน (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....	
2. กำไรสุทธิเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
 

เท่าเดิม...9...ท่าน	
เพิ่มขึ้น...31...ท่าน (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....	
ลดลง...46...ท่าน (คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์).....	
3. สถานประกอบการของท่านมีการจัดสรรงบประมาณซึ่งใช้ในการศึกษาอบรมและพัฒนาบุคลากรหรือไม่
 

มี...68...ท่าน	ไม่มี...18...ท่าน
----------------	-------------------
4. บริษัทของท่านมีแรงงานช่างฝีมือเพียงพอหรือไม่
 

เพียงพอ...36...ท่าน	ไม่เพียงพอ...50...ท่าน	
---------------------	------------------------	--
5. บริษัทของท่านมีตราผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองหรือไม่
 

มี...35...ท่าน	ไม่มี...51...ท่าน	
----------------	-------------------	--
6. ผลิตภัณฑ์ของท่านเน้นการตลาดทางด้านใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

เน้นความแตกต่างทางด้านราคา...46...ท่าน	เน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์...69...ท่าน	
เน้นการส่งมอบตรงเวลา...44...ท่าน	อื่นๆ โปรดระบุ.....	
7. ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของสถานประกอบการท่าน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

ภายในประเทศ...83...ท่าน	ญี่ปุ่น...16...ท่าน	สหภาพยุโรป...17...ท่าน
สหรัฐอเมริกา...13...ท่าน	ตะวันออกกลาง...29...ท่าน	
กลุ่มประเทศแอฟริกา...17...ท่าน	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
8. บริษัทของท่านผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับลูกค้ารายใดบ้างในประเทศ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

Toyota...63...ท่าน	Honda...48...ท่าน	Mitsubishi...53...ท่าน
Nissan...58...ท่าน	Mazda...44...ท่าน	Isuzu...68...ท่าน
Suzuki...39...ท่าน	Hyundai...8...ท่าน	Chevrolet...35...ท่าน
Ford...47...ท่าน	Benz...11...ท่าน	BMW...9...ท่าน
Tata...8...ท่าน	อื่นๆ โปรดระบุ.....	
9. บริษัทของท่านผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับลูกค้าใดบ้างในกลุ่มประเทศอาเซียน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

บรูไน ดารุสซาลาม...10...ท่าน	กัมพูชา...18...ท่าน	อินโดนีเซีย...38...ท่าน
ลาว...15...ท่าน	มาเลเซีย...39...ท่าน	เมียนมาร์...14...ท่าน
ฟิลิปปินส์...13...ท่าน	สิงคโปร์...6...ท่าน	เวียดนาม...24...ท่าน
ไทย...69...ท่าน		
10. ตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของท่าน มีข้อกำหนดด้านมาตรฐานใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

SAE...19...ท่าน	ISO/IEC...61...ท่าน	EMC...0...ท่าน
ESA...0...ท่าน	CISPR...0...ท่าน	CCC...16...ท่าน
EC/EU...15...ท่าน	UN/ECE...4...ท่าน	JIS...20...ท่าน
TIS...30...ท่าน	อื่นๆ โปรดระบุ.....	

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเด็นต่างๆ

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัททำการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน	14	72	0	0	0
2. บริษัทใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานการผลิตสูง	7	11	68	0	0
3. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	5	23	58	0	0
4. แรงงานฝีมือของบริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	1	7	11	67	0
5. บริษัทมีการส่งเสริมตราผลิตภัณฑ์ (Brand) อย่างต่อเนื่อง	4	11	11	60	0
6. บริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดชิ้นส่วนยานยนต์	6	10	0	70	0
7. บริษัทมีนโยบายการบริหารงานด้านการตลาดที่ชัดเจน	11	17	40	18	0
8. บริษัทมีการจัดเตรียมงบประมาณที่ใช้ในการขยายฐานการผลิตไปยังแหล่งตลาดใหม่	6	6	18	56	0
9. บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	0	12	18	56	0
10. บริษัทมีโอกาสที่ขยายฐานการลงทุนไปต่างประเทศเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	40	35	6	5	0
11. ลูกค้าของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเมื่อไทยเข้าร่วม AFTA ในปี 2558 อย่างเต็มรูปแบบ	18	45	23	0	0
12. บริษัทมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น	6	11	69	0	0
13. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการลดราคาสินค้าของลูกค้า	26	49	11	0	0
14. บริษัทมีผลกระทบที่เกิดจากการลดปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	29	52	5	0	0
15. บริษัทมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบที่เพียงพอต่อกำลังการผลิต	6	6	11	63	0
16. บริษัทมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาสินค้าที่เป็นชิ้นส่วนประกอบหรือวัตถุดิบ	11	70	0	0	5
17. วัตถุดิบที่ใช้ในบริษัทของท่านมีผู้ขายน้อยราย	6	58	17	5	0
18. บริษัทเกิดผลกระทบเมื่อมีการลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยจากบริษัทต่างชาติ	29	51	6	0	0
19. บริษัทเกิดผลกระทบต่อการแข่งขันกับสินค้าทดแทน	12	52	22	0	0
20. บริษัทของท่านมีบทบาทในการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐและ/หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง	0	6	16	64	0

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความต้องการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ประเด็นคำถาม	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัทของท่านต้องการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	24	18	38	6	0
2. บริษัทใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดต้นทุนของกระบวนการผลิต	6	6	6	68	0
3. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแตกต่างกันเมื่อมีการนำไปใช้งานจริง	12	74	0	0	0
4. บริษัทมีความต้องการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่หลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบ	18	30	38	0	0
5. บริษัทต้องการข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งทางการแข่งขันของแหล่งตลาดใหม่ ๆ	52	23	11	0	0
6. บริษัทมีความต้องการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ (Logistics)	6	75	5	0	0

#### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ อะไรบ้างที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจของท่านและของประเทศ

.....

.....

.....

.....

.....





เข้าร่วมการประชุมวิชาการด้านการพัฒนาการดำเนินงานทางอุตสาหกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2558 (CIOD 2015) จัดโดยภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วันที่ 12 พฤษภาคม 2558 ณ โรงแรมรามาร์คเด้นส์ กรุงเทพมหานคร

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ธเนศ เตชะเสน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)





เข้าร่วมการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติเครือข่ายวิจัยประชาชื่น (PRN) ครั้งที่ 3 วันพฤหัสบดีที่ 26 พฤษภาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต พร้อมนำเสนอบทความ เรื่อง การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน



## ประวัติผู้ทำวิจัย

ชื่อ-สกุล  
ที่อยู่

นายอรรถพล จันทรวีภาค  
271 หมู่ 2 ตำบลริมกก อำเภอเมืองเชียงราย  
จังหวัดเชียงราย 57000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม

พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน

ศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม และการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

