บทที่ 1
บทนำ

บทนี้ผู้วิจัยกล่าวถึงภูมิหลัง วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย นิยามศัพท์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อแสดงภาพรวมเบื้องต้นงานวิจัยนี้ โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในการเปิดเสรีการค้า สินค้า การบริการ และการลงทุน ประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนส่วนใหญ่มีการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งการแข่งขันจะทวีความรุนแรงขึ้นหากผู้ผลิตไม่มีการพัฒนาประสิทธิภาพ การบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่องและเร่งด่วน จะทำให้เสียเปรียบการแข่งขันได้ ซึ่งข้อมูลจากสภาอุตสาหกรรม พบว่า ภาคการผลิตหรือธุรกิจของคนไทยไม่ถึงร้อยละ10 ที่มีการจัด การโลจิสติกส์ที่ดีเลิศในระดับแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) และประมาณร้อยละ 20-30 เพิ่งเริ่มต้นนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ ทั้งอยู่ระหว่างการพัฒนา และพัฒนาระดับกลาง และร้อยละ 60-70 ยังขาดการพัฒนาโลจิสติกส์โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กประเภท SMEs และธุรกิจที่อยู่ในภูมิภาคหรือขอบนอกของพื้นที่การพัฒนา เช่น จังหวัดที่อยู่ห่างไกลและพื้นที่ 19 จังหวัด ตามตะเข็บชายแดน เป็นต้น นอกจากนี้ภาคการผลิตที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากภายนอกอาเซียนซึ่งมีอัตราภาษี ที่สูง จะเสียเปรียบเพราะต้นทุนการผลิตสูง ทำให้สินค้าที่ผลิตมีราคาแพงกว่าสินค้าที่นำเข้า (สำนัก โลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554, น.6)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดำเนินการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่3 (พ.ศ.2555-2559) เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยการพัฒนา พันธมิตรทางธุรกิจ การรวมกลุ่ม และเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น จากการนำศักยภาพที่แตกต่างกันมาเกื้อหนุนกัน และเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจร่วมกันของสมาชิก

เครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยพัฒนาเครือข่ายร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ระหว่างสมาชิก ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจ ในลักษณะนี้ สามารถดำเนินการได้โดยการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอย่างมีเป้าหมาย และพัฒนาผู้ประสานการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ให้เป็นผู้นำในการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554, น.14) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่ยุทธศาสตร์การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคต่างๆ มุ่งพัฒนาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากลปรับปรุงกฎระเบียบการขนส่งคนและสินค้าที่เกี่ยวข้อง พัฒนาบุคลากรในธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดนหรือเขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจนเชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2554, น.85)

รวมทั้งกระทรวงคมนาคม ได้ดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ พ.ศ.2555-2559 ว่าด้วยกลยุทธ์การดำเนินงานทั้งในระดับองค์กรและระดับโซ่อุปทานสำหรับสถานประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมรายสาขา พัฒนาบุคลากรทั้งในด้านความรู้และทักษะทั้งระดับบริหารจัดการและระดับปฏิบัติการให้ได้มาตรฐาน สากล สนับสนุนการพัฒนาระบบงานมาตรฐาน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมในการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน รวมทั้งสนับสนุนการใช้บริการจากผู้ให้บริการบุคคลที่สาม (LSPs) ที่ได้มาตรฐานมืออาชีพ (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร สำนักแผนงานกลุ่มโลจิสติกส์ขนส่ง กระทรวงคมนาคม, 2555, น.20)

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงภายใต้โลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และมีความซับซ้อนมากขึ้น ก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากระบบการค้าและการลงทุนอย่างเสรี โดยเฉพาะจากประเทศที่พัฒนาแล้วส่งผลให้ประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทยและกลุ่มประเทศ ในอาเซียน ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่มีความท้าทาย และอุปสรรคต่างๆ

ประกอบกับประเด็นด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในระดับสากล เช่น การตระหนักถึงคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงระบบการควบคุมมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ที่เป็นปัจจัยเร่งให้ประเทศกำลังพัฒนาต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงศักยภาพและคุณภาพของผลผลิตและสินค้าของประเทศ นอกจากนี้การแข่งขันทางการค้าในตลาดโลกที่มีความหลากหลาย รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีพลวัตการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างสูงและรวดเร็ว ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมในทุกระดับ ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ได้แก่ ระบบโครงสร้างสนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพ และแรงงาน อีกด้วย ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาภาพรวมของอุตสาหกรรม ทั้งโครงสร้าง ระบบสนับสนุน รวมถึงนโยบายต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

นอกจากนี้ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานโดยที่สัดส่วนธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั่วโลกจะมีสัดส่วนของธุรกิจประมาณร้อยละ 99 ส่วนในประเทศไทยมีธุรกิจดังกล่าวคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 99.8 ของกิจการทั้งหมดโดยจำแนกเป็นธุรกิจขนาดเล็กเกือบ 3 ล้านราย ในขณะที่ธุรกิจ ขนาดกลางมีเพียงกว่า 1.8 หมื่นราย และธุรกิจขนาดใหญ่มีไม่ถึง 1 หมื่นราย ถึงแม้ว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะช่วยสร้างงานถึงร้อยละ 83 หรือ 10 ล้านอัตรา แต่วิสาหกิจขนาดกลางและเล็กมีสัดส่วนในการส่งออกเพียงแค่ร้อยละ 30 เท่านั้น หากดูเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศอาเซียนด้วยกันพบว่ามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 18-19 ถือว่ายังค่อนข้างน้อยมาก เนื่องจากในปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของประเทศไทยประมาณร้อยละ 18 ของ GDP ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 9 ของ GDP ประเทศญี่ปุ่นร้อยละ 11 ของ GDP สหภาพยุโรปร้อยละ 11 ของ GDP ประเทศอินเดียร้อยละ 13 ของ GDP โดยมีต้นทุนค่าขนส่งสินค้า ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังเป็นองค์ประกอบหลัก (ภรภัทร สะราคำ, 2557, น.118)

ดังนั้น การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้เพิ่มสูงขึ้น เมื่อผู้ประกอบการรู้จักนำการบริหารจัดการโลจิสติกส์มาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแล้ว จะทำให้สินค้า และบริการมีต้นทุนที่ต่ำลง และสามารถส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้

อย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น หากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาคธุรกิจเล็งเห็นความสำคัญของโลจิสติกส์ และได้ร่วมพัฒนาโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ จะช่วยนำพาให้ประเทศไทยและผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ (บริษัท เอฟฟินิตี้ จำกัด, 2555, น.180-181)

จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังมีประเด็นปัญหาและอุปสรรคบางประการต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้ (บริษัท เอฟฟินิตี้ จำกัด, 2555, น.181-182)

1. ประเทศไทยยังไม่ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะทบทวนบริบทในการแข่งขันทางการค้าของประเทศรวมถึงการจัดวางตำแหน่งทางการแข่งขัน (Positioning) ของตนเองในห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain: GVC) ใหม่เพื่อขับเคลื่อนให้การพัฒนาประเทศก้าวข้ามไปสู่ระยะที่สาม (Innovation-Driven) และสามารถรับมือกับกระแสโลกาภิวัตน์

2. ประเทศไทยยังขาดความมุ่งมั่นในการพัฒนานักธุรกิจข้ามชาติ (Trader) การพัฒนาธุรกิจระดับภูมิภาคหรือระดับโลก ด้วยการลงทุนสร้างเครือข่ายเพื่อควบคุมการผลิต การค้าและบริการในต่างประเทศ

3. ภาครัฐไม่ได้ดำเนินการบทบาทเชิงรุกในการลดความเสี่ยงของภาคธุรกิจที่จะเข้าไปลงทุนในต่างประเทศ

4. กฎระเบียบภาครัฐที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาโลจิสติกส์และการค้า การลงทุนของไทยในต่างประเทศ เช่น ขาดแรงจูงใจด้านการยกเว้นภาษีรายได้ (Tax Benefits) และการให้เงินกู้ด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น

5. ภาครัฐยังใช้แนวนโยบายที่ให้ความสำคัญกับปริมาณการผลิตเพื่อส่งออก มากกว่ามูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิตเหล่านั้น รวมถึงการให้ความสำคัญกับการเน้นปริมาณการลงทุนในประเทศมากกว่าการถ่ายโอนเทคโนโลยี

6. การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศของภาครัฐที่ผ่านมามีการถ่ายโอนเทคโนโลยีค่อนข้างน้อย เป็นการลงทุนที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเพื่อสร้างกำไรและส่งคืนกลับไปยังประเทศที่เป็นเจ้าของทุนในขณะที่ขาดการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ เช่น การเรียกเก็บภาษีซ้ำซ้อน

7. คนไทยขาดการคิดในเชิงกลยุทธ์ และมักคิดแต่ไม่ลงมือปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง และชอบลอกเลียนแบบแต่มิใช่เชิงสร้างสรรค์และพัฒนาต่อยอด

8. ผู้ประกอบการไทยมักมีกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่จะเป็นผู้ผลิต หรือผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) มากกว่าจะเป็นผู้ค้าในลักษณะผู้ทำการค้า (Trader) ที่มีความสามารถในการคุมช่องทางการตลาด หรือเป็นเจ้าของแบรนด์หรือเทคโนโลยีซึ่งในปัจจุบัน ประเทศไทยยังคงเน้นการเป็นฐานการผลิตในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) ซึ่งสร้างมูลค่าต่ำให้กับประเทศในขณะที่ต่างประเทศเน้นการเป็นเจ้าของแบรนด์ เจ้าของงานออกแบบ (Design) หรือเป็นผู้คุมช่องทางการค้าและตลาด (Distribution, Retail and Marketing) สร้างเครือข่ายมูลค่า (Value Network) ที่สูง

นอกจากนี้จุดอ่อนของประเทศไทยด้านโลจิสติกส์ที่เป็นปัญหามาก คือ ไม่มีกฎหมายควบคุม ดูแล ไม่มีเครือข่ายในการขนส่งหลายรูปแบบ และการตัดราคาเพื่อความอยู่รอด (จุรีรัตน์ ทิมากูร, 2557, น.48) ทำให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560) ในยุทธศาสตร์เพิ่ม ขีดความสามารถในการบริหารจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มโอกาสและศักยภาพในการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่ม จากโซ่อุปทาน โดยเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโซ่อุปทานให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทยและธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสูง ด้วยการสร้างความเป็นมืออาชีพด้านการจัดการ โลจิสติกส์ให้กับภาคอุตสาหกรรม โดยการส่งเสริม "แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices)" การใช้เครื่องมือ ประเมินและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กรและระดับโซ่อุปทานสำหรับสถานประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมรายสาขาพัฒนาบุคลากร ทั้งในด้านความรู้และทักษะ ทั้งระดับบริหารจัดการและระดับปฏิบัติการให้ได้มาตรฐานสากล สนับสนุนการพัฒนาระบบงานมาตรฐาน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน รวมทั้งสนับสนุนการใช้บริการจากผู้ให้บริการบุคคลที่สาม (LSPs) ที่ได้มาตรฐาน มืออาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556, น.9)

ภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมรูปแบบใหม่ ประเทศไทยจำเป็นที่จะต้องเตรียมพร้อมและปรับ นโยบายอุตสาหกรรมของประเทศ เพื่อนำไปสู่แผนการดำเนินงานที่เหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก โดยการพร้อมเปิดรับต่อผลกระทบทางด้านบวก รวมถึงการผ่อนปรนและบรรเทาผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ และระบบการค้าเสรี สำหรับประเทศไทย นับว่ามีศักยภาพทางด้านการผลิตทั้งในภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการบริการ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการจ้างงานจำนวนมากให้แก่ประชาชนในประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้มีปริมาณ คุณภาพเพียงพอและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึง

พัฒนาความสามารถทางการแข่งขันให้ทัดเทียมกับนานาประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ การค้า ทั้งภายใน ประเทศ และระหว่างประเทศต่อไป (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสัดส่วนมูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อมูลค่าการส่งออกรวม มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับกลางและสูง อย่างไรก็ตาม ยังต้องมีการพึ่งพาการนำเข้า ชิ้นส่วน องค์ประกอบ ทุนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูงเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ ยังต้องอาศัยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากขั้นตอนการใช้แรงงานไร้ฝีมือค่าแรงต่ำและทุนเป็นหลัก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

ประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มานานกว่า 40 ปี และได้รับการยอมรับให้เป็นประเทศฐานการผลิตที่มีคุณภาพ ทั้งยังเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน และเป็นประเทศฐานการผลิตรถปิกอัพไม่เกิน 1 ตันเป็นอันดับ 1 ของโลก เพื่อรักษาศักยภาพในการแข่งขันและสร้างจุดยืนที่มั่นคงของประเทศไทยในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของโลก ได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไว้ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์แห่งเอเชียสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศโดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนที่มีความเข้มแข็ง” โดยผู้ประกอบการในประเทศไทยจะต้องปรับตัวและพัฒนา ตนเองให้ทันกับเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของประเทศไทยให้มากที่สุด เพื่อรักษาจุดยืนของประเทศไทยในการเป็นประเทศฐานการผลิตหลักของเอเชียแปซิฟิค (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยค่อนข้างสูง มีการใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศและใช้ฝีมือแรงงานอุตสาหกรรมในสัดส่วนที่สูง ประเทศไทยมีชื่อเสียงในฐานะฐานการผลิตรถยนต์ฝีมือดี ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มี ศักยภาพและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามสัดส่วนเงินลงทุนและผู้ถือหุ้นในอุตสาหกรรมนี้ ส่วนใหญ่เป็นเงินลงทุนจากต่างประเทศ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) โดยมีผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ รวมกลุ่มจัดตั้งเป็นสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย จำนวนทั้งสิ้น 619 บริษัท กระจายตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2558)

แนวโน้มของการพัฒนาสินค้ายานยนต์นั้น ประเทศไทยจะต้องมุ่งเน้นไปที่สินค้าหลัก 4 ชนิด คือ รถปิกอัพไม่เกิน 1 ตัน รถยนต์นั่งขนาดเล็กคุณภาพสูง รถจักรยานยนต์ และอะไหล่และชิ้นส่วนตกแต่ง โดยประเทศไทยควรจะขยายบทบาทจากการเป็นฐานการประกอบยานยนต์ไปสู่การมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์และระบบสำเร็จรูปที่สำคัญสำหรับยานยนต์ในอนาคต คือ รถไฮบริด รถไฟฟ้า และรถ Fuel Cell อีกด้วย ซึ่งระบบและอุปกรณ์ของยานยนต์ในอนาคตเหล่านี้จะมีบทบาทในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในอนาคตเป็นอย่างมาก ประเทศไทยควรส่งเสริมให้เกิดการลงทุนจากบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนระดับโลกให้สร้างฐานการผลิตอุปกรณ์และระบบที่สำคัญในประเทศไทย และมุ่งให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้ประกอบการไทยเพื่อสร้างฐานความรู้ ด้านเทคโนโลยียานยนต์ในประเทศไทย (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

เมื่อพิจารณาถึงรายได้รวมของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ปี 2556 จะเห็นว่า มีการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยรายได้รวมส่วนใหญ่จะมาจากการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์เสริมอื่นๆ สำหรับยานยนต์ซึ่งมีรายได้รวมสูงสุด คือ 111,169.79 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 31.75 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.53 ต่อรายได้รวมของผู้ประกอบการทั้งหมด ส่วนการผลิตเครื่องยนต์ชิ้นส่วนและอุปกรณ์เสริมสำหรับจักรยานยนต์มีรายได้รวมมูลค่า 9,278.68 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.01 แต่เมื่อพิจารณาตามอัตราการเติบโต พบว่า การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า สำหรับยานยนต์มีการขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 58.18

ในปี2557 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีมูลค่า 27,302.0 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 0.82 มีมูลค่าการส่งออก 44,363.54 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.75 คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 18.48 ต่อการส่งออกอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ รวมทั้งประเทศ เมื่อมองในรูปดอลล่าร์ มีมูลค่า 1,379.76 ล้านดอลล่าร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 2.22 โดยมีตลาดส่งออกหลักคือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ อียิปต์และญี่ปุ่น รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.20 ในขณะที่ตลาดใหม่ที่มีอัตราขยายตัวสูง ได้แก่ เอกวาดอร์ร้อยละ 52.84 อียิปต์ร้อยละ 52.07 ฟิลิปปินส์ร้อยละ 40.45 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 33.75 สำหรับโครงสร้างการส่งออกพบว่า สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดคือ ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ ร้อยละ 89.63 รองลงมาคือส่วนประกอบและอุปกรณ์รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 9.47 ตัวถังรถยนต์ ร้อยละ 0.83 และแชสซีส์ที่มีเครื่องยนต์ติดตั้ง ร้อยละ 0.03 ตามลำดับ

สำหรับในเดือนมกราคม ปี 2558 ผู้ประกอบการสามารถส่งออก มีมูลค่า 3,771.10 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 18.31 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.18 ต่อการส่งออกอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์รวมทั้งประเทศ เมื่อมองในรูปดอลล่าร์ มีมูลค่า 115.49 ล้านดอลล่าร์สหรัฐขยายตัวร้อยละ 16.96 จะเห็นว่า ถึงแม้ต้นปี 2558 จะมีการขยายตัวค่อนข้างสูง แต่ เริ่มมีสัญญาณเตือนเกี่ยวกับออร์เดอร์ตามยอดคำสั่งซื้อในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ว่า โดยในช่วง 2 เดือนแรกปี 2558 ลดลงกว่าร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีก่อน เพราะผู้ผลิตรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่นที่มีฐานการผลิตในไทยยกเลิกคำสั่งซื้อแต่หันไปซื้อจากผู้ประกอบการรายย่อยของญี่ปุ่นที่เข้ามาตั้งคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

ทั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม ได้เนินการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 ว่าด้วยทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ซึ่งสอดคล้อง กับ แผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์อุตสาหกรรมเพื่อรองรับการเปิดเสรี ASEAN Economic Community : AEC ปี 2558 ของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อการลดต้นทุนโลจิสติกส์และการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของภาคการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554)

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ดำเนินโครงการศึกษาผลกระทบและการกำหนดท่าทีไทยต่อการจัดตั้งเขตการค้าเสรีเอเชียตะวันออก ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ไทยมีจุดอ่อนในด้าน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2558)

1. ภาครัฐของไทยให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมเหล็กซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สำคัญของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์และอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

2. ไทยพึ่งพิงการนำเข้าเหล็กจากญี่ปุ่น โดยมีการกล่าวว่าคุณภาพของเหล็กที่ผลิตในประเทศไม่ได้มาตรฐานตรงกับมาตรฐานซึ่งผู้ประกอบการยานยนต์ต้องการ

3. ทรัพยากรบุคคลยังขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคประการหนึ่งต่อการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างชาติ

4. ทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ยังขาดความรู้และทักษะด้านการออกแบบ

5. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจึงไม่มีศักยภาพในการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการลงทุนสร้าง

โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะการผลิตขั้นสูง เช่น ศูนย์ทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

6. นโยบายการส่งเสริมการลงทุนของไทยไม่มีข้อกำหนดอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทำให้ที่ผ่านมาการถ่ายทอดเทคโนโลยีเกิดขึ้นจากความตกลงระหว่างภาคเอกชนคือผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการต่างชาติเอง ลักษณะดังกล่าวอาจทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่ได้ รับประโยชน์จากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมากดังที่คาดไว้

7. ตลาดภายในประเทศของไทยมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับประเทศจีน ซึ่งอาจส่งผลให้ความน่าดึงดูดในการลงทุนของไทยดูด้อยลง จากการที่ผู้ประกอบการชาวต่างชาติไม่สามารถแสวงหาประโยชน์จากการประหยัดเนื่องจากขนาดได้อย่างเต็มที่

ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยควรต้องเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตน เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้ในตลาดการค้าเสรีอาเซียน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ตลอดจนมาตรฐานการบริการให้เทียบเท่ากับต่างประเทศได้ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งให้มีความพร้อมและสร้างเครือข่ายทางการค้า เพื่อรองรับการเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ต่อไป

จากความสำคัญดังกล่าวจึงประมวลได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง ส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทาน ซึ่งรวมเรื่องของการวางแผน การดำเนินการ การควบคุม การไหลเวียน และการจัดเก็บสินค้า บริการ และสารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล จากจุดเริ่มต้น (Point of Origin) จนถึงจุดของ การบริโภค (Point of Consumption) เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค เมื่อผนวกเข้ากับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ จึงหมายรวมถึง การบริหารจัดการระบบการไหลเวียนของอุตสาหกรรมยายนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ประกอบด้วย เป็นโลจิสติกส์ในส่วนการจัดส่งชิ้นส่วนไปยังต่างประเทศ สามารถจำแนกย่อยออกเป็นการส่งออกในรูปชิ้นส่วน เป็นโลจิสติกส์ในการส่งชิ้นส่วนเพื่อป้อนโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศ เป็นโลจิสติกส์ในการส่งอะไหล่ไปยังศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศ เพื่อใช้ซ่อมรถยนต์ เป็นโลจิสติกส์ในการส่งรถยนต์ที่ประกอบเสร็จแล้วไปยังศูนย์บริการเพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้ารวมถึงไปยังท่าเรือเพื่อเตรียม และเป็นโลจิสติกส์ในการส่งรถยนต์ออกไปต่างประเทศ (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2550)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่สำคัญคือทำอย่างไรผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ จึงจะทำให้ธุรกิจมีการลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน ที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีสาขาบริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสาขาบริการที่ต้องเปิดเสรีภายใต้กรอบความตกลงอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) โดยถูกกำหนดให้อยู่ในสาขาเร่งรัด (Priority Sector) ที่ต้องเปิดโอกาสให้นักลงทุนอาเซียน เข้ามาทำธุรกิจและถือหุ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ของไทย ต้องเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีอาเซียน

จากเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่สำหรับวงการวิชาการ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ก่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยให้มีการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ บริการและสภาพเศรษฐกิจเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า และเพื่อให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีการพัฒนาที่ได้มาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลต่อไป

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.2.2 การจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.2.3 รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังต่อไปนี้คือ

1.3.1 เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.3.3 เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดจากทฤษฎีและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ทำการกำหนดสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้คือ

รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method Research Design) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ ในรูปแบบระเบียบวิธีวิจัยที่เกิดขึ้นโดยผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาทั้งหมด โดยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ โลจิสติกส์ (Logistics Management) ประกอบด้วย การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) การจัดซื้อ (Purchasing) การจัดการเครื่องมืออุปกรณ์ (Facility Management) การจัดการสารสนเทศ โลจิสติกส์ (Logistic Information) การจัดคลังสินค้า (Warehousing) การเคลื่อนย้ายพัสดุ (Materials Handling) การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging

Management) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) การดำเนินการคำสั่งซื้อ (Order Processing) การขนส่ง (Transportation) และการบริการ ลูกค้า (Customer Service) รวมทั้งองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus)

ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และทำการรวบรวมแนวคิด โดยการจดบันทึกเพื่อสร้างเป็นรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยที่เป็นรูปธรรมในเชิงปฏิบัติต่อไป

ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ร่วมด้วย เนื่องจากเป็นการวิจัยที่ให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้และข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการค้นหาความรู้ โดยการติดตามสังเกต พิจารณา ตรวจสอบ และวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น โดยมุ่งที่จะวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาที่มีลักษณะสำคัญเป็นการตีความข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อการสร้างข้อสรุปของข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดในระดับลึกซึ้งถึงความหมายของแต่ละปัจจัย โดยอาศัยกระบวนการอุปนัยประกอบกับความรู้เชิงทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมที่ เกี่ยวข้องดังกล่าว รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียด และเขียนบรรยายเชิงพรรณนา และตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผล แล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลระดับลึกมาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็น ข้อคำถามในแบบสอบถาม (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2551, น.211-215, สุภางค์ จันทวานิช, 2559, น.21-22 และสุวิมล ติรกานันท์, 2557, น.84) โดยจะทำการศึกษาวิจัยจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จากกระทรวงอุตสาหกรรมและกลุ่มลูกค้า เพื่อ ให้เข้าใจและทราบแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดการโลจิสติกส์ ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

และผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ เนื่องจากเป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาข้อมูลที่เป็นปริมาณ สามารถแจงนับได้ และอาศัยเทคนิคทางสถิติมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล (สุวิมล ติรกานันท์, 2557, หน้า 82) โดยจะดำเนินการหลังจากการดำเนินการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะสามารถสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญ แล้วนำข้อมูลระดับลึกที่ได้มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ประกอบกับความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียดลึกซึ้ง

และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่าน แล้วนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามที่ใช้ใน การวิจัยครั้งนี้ เป็นการสอบถามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ยืนยันและ ตรวจสอบรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยมีการทดสอบความถูกต้อง (Validity) และความเชื่อมั่น(Reliability) แล้วผู้วิจัย นำข้อมูลดิบมาดำเนินการลงรหัสและทำการบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรและชุดของตัวแปร ด้วยการใช้สหสัมพันธ์พหุ (Multi Correlation) หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

เหตุผลที่ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method Research Design) เนื่องจากผู้วิจัยเชื่อว่าความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ ไม่สามารถใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบใดแบบหนึ่งได้ เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า หลักการสำคัญของการพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้ เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยต้องมาจากสภาพที่แท้จริงขององค์กร โดยควรมาจากการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์จากองค์กรอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีการปฏิบัติงานในด้านการจัดการโลจิสติกส์เป็นหลักที่แท้จริง เพื่อจะทำให้รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทยได้

การดำเนินการศึกษารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพการณ์ปัจจุบันในแนวทางการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนการวิจัย 3 ระยะ ดังนี้

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานให้เข้าใจแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และนำข้อมูลที่ได้มาเป็น

แนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้โดยวิธีดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และทำการรวบรวมแนวคิดโดยการจดบันทึกเพื่อสร้างเป็นรูปแบบการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยที่เป็นรูปธรรมในเชิงปฏิบัติต่อไป

2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)เป็นการสัมภาษณ์ที่มีคำถามแน่นอนตายตัว เพราะคำถามต่างๆ ได้ถูกกำหนดเป็นแบบสัมภาษณ์ขึ้นใช้ประกอบกับการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าแล้ว (สุภางค์ จันทวานิช, 2559, น.75-76) โดยสัมภาษณ์เฉพาะประเด็นที่สำคัญๆ ดังต่อไปนี้คือ สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และเฉพาะประเด็นที่สำคัญๆ ภายในขอบเขตที่เป็นกรอบแนวคิด ของการวิจัย ได้แก่ การจัดการโลจิสติกล์ (Logistics Management) ประกอบด้วย การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) การจัดซื้อ (Purchasing) การจัดการเครื่องมืออุปกรณ์ (Facility Management) การจัดการสารสนเทศโลจิสติกส์ (Logistic Information) การจัดคลังสินค้า (Warehousing) การเคลื่อนย้ายพัสดุ (Materials Handling) การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) การบริหาร สินค้าคงคลัง (Inventory Management) การดำเนินการคำสั่งซื้อ (Order Processing) การขนส่ง (Transportation) และการบริการลูกค้า (Customer Service) และ ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus)

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก (Lottery Method) (สุวิมล ติรกานันท์, 2557, น.164) ให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 5 ราย แล้วผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยค้นหาสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ในประเทศไทย และรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 5 ราย นักวิชาการ 2 ราย เจ้าหน้าที่ ภาครัฐจากกระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 3 ราย และกลุ่มลูกค้า จำนวน 2 ราย รวมทั้งสิ้น 12 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้แนวคิดรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จากอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย มีผู้ช่วยวิจัย 3 คน ทำหน้าที่จดบันทึกและสังเกตข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลและบรรยากาศในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบในการอภิปรายผล เพิ่มเติม โดยผู้วิจัย จะมีการนัดหมายวันและเวลากับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน ยานยนต์ในประเทศไทย นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากกระทรวงอุตสาหกรรม และกลุ่มลูกค้า ในแต่ละรายล่วงหน้า แล้วผู้วิจัย จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ณ บริษัท และหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น 12 ราย

รูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นการกำหนดประเด็นโครงสร้างข้อคำถามที่มีคำถาม แน่นอนตายตัว โดยผู้วิจัยได้ใช้ข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) ซึ่งเป็นคำถามที่ไม่ได้กำหนดแนวคำตอบและเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ (สุภางค์ จันทวานิช, 2559, น.96) โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดวัตถุประสงค์และระบุประเด็นเนื้อหาที่ผู้วิจัยจะใช้ในการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง

ภายหลังจากการดำเนินการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยจะสามารถสังเคราะห์ประเด็นเนื้อหาที่สำคัญ แล้วนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ประกอบกับความรู้เชิงทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียดลึกซึ้ง และเขียนบรรยายเชิงพรรณนาและตีความอภิปรายผลเชิงเหตุผล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลระดับลึกที่ได้มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย แล้วจึง จะดำเนินการการวิจัยขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

โดยผู้วิจัยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถาม ที่ได้จากขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 1 เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย การศึกษาวิจัยในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ โดยจะดำเนินการหลังจากการดำเนินการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัย จะสามารถสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญ แล้วนำข้อมูลระดับลึกที่ได้มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ประกอบกับความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาอย่างละเอียดลึกซึ้ง และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่านแล้วนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) รวมถึงการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อสอบถาม ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยถึงรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เมื่อมีการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทำการตรวจสอบความ เที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยเสนอให้นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามและข้อคำถามว่ามีความเหมาะสม สามารถอ่านเข้าใจได้มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ การวิจัยและมีข้อขัดแย้งของคำถามหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้งานกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำเอาคำตอบมาวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบว่าผู้ตอบมีปัญหากับการตอบแบบสอบถามหรือไม่ โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามตามลำดับ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ไปสอบถามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 243 ราย โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Taro Yamane (1973) จากจำนวนประชากร 619 ราย ตามข้อมูลของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (Thai Autoparts Manufacturers Association) (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2558) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจะนำข้อมูลดิบมาดำเนินการลงรหัส และ

ทำการบันทึก ข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยการใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย แล้วจึงจะดำเนินการการวิจัยขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 ต่อไป

ขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 3 ยืนยันรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยขั้นตอนนี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นกิจกรรมที่จะได้มาซึ่งการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นการอภิปราย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นและหาข้อสรุปของข้อมูล (รัตนะ บัวสนธ์, 2556, น.45) เพื่อนำไปสู่การยืนยันรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะขอความร่วมมือกับสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ดำเนินการจัดการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 15 ราย โดยจะนำผลที่ได้จากขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ไปเป็นแนวทางในการดำเนินการการสนทนากลุ่ม โดยมีการอภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อสรุปของข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อสรุปเป็นรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบ ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management Model) หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการจัดการโลจิสติกส์และความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการวางแผนการปฏิบัติการและการควบคุมการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภค

สินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทาน ซึ่งรวมเรื่องของการวางแผน การดำเนินการ การควบคุม การไหลเวียนและการจัดเก็บสินค้า บริการ และสารสนเทศ อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจากจุดเริ่มต้น (Point of Origin) จนถึงจุดของการบริโภค (Point of Consumption) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

1. การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) หมายถึง การวางแผนประมาณการณ์ความต้องการของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ราคาของคู่แข่งขันและปัจจัยอื่นๆ มาประกอบในการวางแผนการผลิตสินค้าแต่ละชนิดเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ โดยต้องคำนึงถึงระดับสินค้าคงคลังที่จะทำการจัดเก็บไว้ด้วย เพื่อให้การส่งมอบสินค้ามีความต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา

2. การจัดซื้อ (Purchasing) หมายถึง การทำสัญญาการซื้อขายกับบุคคลฝ่ายต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้ามาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการสื่อสารกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อมีการกำหนดระยะเวลาอย่างถูกต้องตรงต่อเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ โดยมีคุณสมบัติที่ถูกต้อง จำนวนที่ถูกต้อง จังหวะเวลาที่ถูกต้อง ราคาที่ถูกต้อง จากแหล่งขายที่ถูกต้องและจัดส่งไปยังสถานที่อย่างถูกต้อง ในสภาพที่พร้อมที่จะผลิต จัดจำหน่าย และเพื่อใช้งาน

3. การจัดการเครื่องมืออุปกรณ์ (Facility Management) หมายถึง การจัดการเครื่องจักรอุปกรณ์ อาคารสถานที่ รวมทั้งพื้นที่อาคารทั้งภายในและภายนอก การวางนโยบายในการ จัดซื้อเครื่องจักรใหม่ทดแทนของเดิม และการดูแลรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานและมีการตรวจเช็คอย่างสม่ำเสมอ และจัดการทรัพยากรกายภาพ เพื่อให้ทำงานตอบสนองความต้องการ การเพิ่มศักยภาพการทำงาน การเพิ่มผลผลิตและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

4. การจัดการสารสนเทศโลจิสติกส์ (Logistic Information) หมายถึง กิจกรรมในการจัดการเคลื่อนย้ายข้อมูลและข่าวสาร โดยอาศัยกระบวนการต่างๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหรือกลไกในการเคลื่อนย้ายข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับธุรกรรมทางโลจิสติกส์ เพื่อให้กิจกรรมเหล่านั้นมีการเชื่อมโยงและเป็นการบูรณาการในการถ่ายโอนข้อมูลและการเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งกับคู่ค้าที่เป็นซัพพลายเออร์ และลูกค้า ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. การจัดคลังสินค้า (Warehousing) หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับการรับสินค้า การจัดเก็บสินค้า การลูกแลรักษาสินค้า ตลอดจนถึงการจัดส่งสินค้าและการให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า

หรือการส่งสินค้าให้แก่ผู้รับเพื่อการขาย อาทิเช่น ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้าและโกดัง ซึ่งสินค้าที่เก็บในคลังสินค้าประกอบด้วย วัตถุดิบ (Material) ซึ่งอยู่ในรูปวัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่างๆ และสินค้าสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ที่เตรียมพร้อมสำหรับการส่งออก ซึ่งรวมไปถึงงานระหว่างการผลิต ตลอดจนสินค้าที่ต้องการทิ้งและวัสดุที่นำมาใช้ใหม่ซึ่งทั้งหมด จำเป็นอย่างมากในการดำเนินงานของธุรกิจ

6. การเคลื่อนย้ายพัสดุ (Materials Handling) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผู้ผลิตหรือผู้จัดเก็บ ไปยังผู้บริโภคในระดับต่างๆ ระบบการขนส่งสินค้าและบริการต่างๆ การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคล สัตว์ หรือสิ่งของต่างๆ การเคลื่อนย้ายนี้ใช้ในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ สินค้าในระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูปภายในโรงงาน และเลือกหยิบสินค้า การจัดเก็บและนำสต็อกออก ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามความประสงค์และเกิดอรรถประโยชน์ตามต้องการ โดยการควบคุมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการขนส่ง ผู้รับจ้างขนส่ง และกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังเข้าไปยังองค์กรหรือออกจากองค์กร รักษาต้นทุนให้อยู่ในระดับที่ต่ำและสามารถส่งมอบสินค้าได้ทันต่อเวลา

7. การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) หมายถึง การปกป้องตัวสินค้า ให้อยู่ในสภาพที่ดีจากแหล่งผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ให้ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นั้น ๆ จะต้องมีต้นทุนของการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

8. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) หมายถึง การควบคุมปริมาณการผลิตให้อยู่ในภาวะปกติ โดยมีปริมาณการเก็บสะสมที่เพียงพอในการเก็บสต๊อกยังเป็นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ทันที รวมทั้งยังมีขั้นตอนการจัดเก็บ ดูแลรักษาสินค้าอย่างเป็นระบบระเบียบ ดังนั้นจะต้องมีสินค้าสำเร็จรูป หรือวัตถุดิบเก็บไว้เพื่อขายหรือผลิต ในปัจจุบันมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาจัดการข้อมูลสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความถูกต้องทันเวลายิ่งขึ้น ประกอบด้วย วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ งานระหว่างผลิต สินค้าสำเร็จรูป และวัสดุสิ้นเปลือง

9. การดำเนินการคำสั่งซื้อ (Order Processing) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การตรวจสอบยอดสินค้าคงคลัง การประมวลคำสั่งซื้อมีหลายขั้น แต่ละขั้นมีเรื่องของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องเวลาที่ใช้ในการประมวลคำสั่งซื้อรวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า

10. การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การนำสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ส่งไปถึงมือลูกค้าในเวลาในเวลาที่ต้องการและการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพที่สุด และเกิดผลกระทบต่อความต้องการสินค้าของลูกค้าให้น้อยที่สุด สินค้าบางชนนิดต้องรักษาคุณภาพทางกายภาพได้ เพราะความเร็วของการใช้เวลาในการขนส่งในเวลาอันสั้น การขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญด้านเวลา

เป็นตัวกำหนดความรวดเร็วและสม่ำเสมอในการเคลื่อนย้ายระหว่างสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง

11. การบริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง เครื่องมือและกระบวนการสำคัญอันที่จะสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลาละสถานที่สำหรับสินค้าและบริการ ให้เหนือกว่าคู่แข่งขัน และบริการได้หมายความรวมถึงกิจกรรมหลายๆ กิจกรรม เป็นการสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การสร้างศักยภาพขององค์กรในการนำเสนอธุรกิจต่อลูกค้า โดยองค์กรมีความสามารถในการสร้างกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ คือ การสร้างความแตกต่าง (Differentiated) การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) การตอบสนอง อย่างรวดเร็ว (Quick Response Strategy) และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้า (Customer Satisfaction) ได้สูงสุด ดังต่อไปนี้

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง การสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งของบริการของกิจการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน เพื่อการตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพอใจกับบริการที่แตกต่างออกไปจากบริการโดยทั่วๆ ไปในธุรกิจนั้นๆ

2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึง กลยุทธ์ที่ผู้บริหารใช้เพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และมีมาตรฐานในการผลิตภายใต้ต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำที่สุด เพื่อให้กิจการได้กำไรสงสุดตามที่คาดหวังเอาไว้ โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่ดำเนินงานในสายการผลิตและบริการหรือเครือข่ายของเรา เพื่อให้ได้สินค้ามีคุณภาพดีแต่ราคาถูก การลำดับขั้นตอนของการผลิตหรือการบริการไว้เมื่อถึงเวลาให้บริการจะทำให้งานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) หมายถึง ความรวดเร็วและความ คล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือการตัดสินใจในการบริหารจัดการ เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเวลาที่รวดเร็วกว่าคู่แข่งจะทำให้ลูกค้าและตลาดตอบรับได้มากกว่า

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) หมายถึง กลยุทธ์ที่ใช้เฉพาะเจาะจงในสินค้าบริการนั้น โดยการให้บริการที่เฉพาะกับกลุ่มลูกค้า จะมุ่งเน้นไปที่สินค้าหรือบริการเฉพาะที่มีความชำนาญเฉพาะด้านของกิจการภายใต้ทรัพยากรอันจำกัด เพื่อให้กิจการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้ โดยไม่เกิดความเสียเปรียบ และค่าใช้จ่ายก็อาจจะไม่สูงนักเพราะมุ่งเน้นไปที่จุดเดียว เมื่อกิจการมีความชำนาญมากแล้วก็จะสามารถตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ หมายถึง บริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่ออยู่ในสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (Thai Autoparts Manufacturers Association) ที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการจัดการ โลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.7 ประโยชน์ที่จะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1.7.1 ทำให้ทราบถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

1.7.2 อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ สามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็น แนวทางในการสร้างรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ก่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

1.7.3 อุตสาหกรรมและผู้สนใจทั่วไปสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ให้เทียบเท่ากับต่างประเทศและเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และสามารถที่จะแข่งขันกับตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์อยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.7.4 หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย และพัฒนารูปแบบโลจิสติกส์ของประเทศ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศให้ดียิ่งขึ้นต่อไป