



ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์ และชิ้นส่วนของประเทศไทย

Factors Enhancing Competitiveness Potential for Automobile and Auto Parts Exporting Business in Thailand

ภมรขวัญ ภมรปฐมกุล¹, บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาค้นหาปัจจัยที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยและ 3) เพื่อศึกษาค้นหากลยุทธ์ทางการตลาดและข้อเสนอแนะให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย วิธีดำเนินการวิจัยทำการศึกษาวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยพิจารณาปรากฏการณ์ทางการส่งออกจากสภาพแวดล้อมสถิติหรือบริบทตามความเป็นจริงทั้งนี้เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ด้วยเหตุนี้เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด วิเคราะห์เชิงคุณภาพจึงเน้นไปที่การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposeful Selection) จากผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการขายของบริษัทตัวแทนผลิตและจำหน่ายรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี และทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับขั้นตอนปัญหาและปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วน จำนวน 5 บริษัท (5 ท่าน) งานวิจัยนี้จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้วจึงนำข้อค้นพบทั้งหมดมาวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและปัจจัยทางด้านอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา มีผลกระทบต่อธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางอ้อมทางด้านเงินทุนเทคโนโลยีทักษะแรงงานเป็นปัจจัยหลักเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย 2) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและปัจจัยทางการส่งเสริมและสนับสนุนจาก ภาครัฐและหน่วยงานด้านการลงทุน

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด, e-mail: Pramornkwan.p@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี, e-mail: sthosporn@yahoo.com



การเปิดการค้าเสรี การเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และปัจจัยโดยอ้อมการปรับปรุงพัฒนาทางด้านสื่อโฆษณา และการตลาดและทักษะของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับ ธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย 3) การสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้า การสร้างความไว้วางใจ การสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการ การพัฒนาสื่อโฆษณาควบคู่ไปกับการปรับปรุง โครงงาน นโยบายของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะช่วยปรับปรุงและพัฒนาการเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยตามลำดับ

คำสำคัญ : ศักยภาพ, การแข่งขัน, รถยนต์, ชิ้นส่วนรถยนต์

Abstract

The objectives of this study were research factors enhancing competitiveness potential for automobile and auto parts exporters of Thailand. The secondary objectives were 1) to study the problems and practices to enhance competitiveness potential for automobile and auto parts exporters of Thailand, 2) to explore factors enhancing competitiveness potential for automobile and auto parts exporters of Thailand, and 3) to examine marketing strategies and suggestions for automobile and auto parts exporters of Thailand. Research Methodology: The sample consisted of qualitative research by considering exporting phenomenon from the environment, statistics or real context to determine the relationship between factors enhancing competitiveness potential of automobile and auto parts exporters of Thailand. The research instrument was semi-structured interview, which was open-ended interview. The qualitative research focused on in-depth interview. Based on purposeful selection, the sample of this study was 5 individuals (from five companies) with at least 5 years of experience in sales of automobile and auto parts agents and distributors in Thailand and in-depth information about process, problem and factors affecting automobile and auto parts exporting business. This research used analytic induction to analyze data. Data were collected from related documents used together with the interview to draw the conclusion. Research findings were as follows :1) The government policy and relevant agencies and exchange rate factors directly influenced automobile and auto parts exporting business in Thailand at the highest level. Besides, barriers in capital, technology, skills, labor were indirect factors enhancing competitiveness potential for automobile and auto parts exporting business in Thailand.



2) Technological factors and government and related agencies support in terms of investment, free trade, added benefits and indirect factors in the development of advertising and marketing skills of personnel were important factors enhancing competitiveness potential for automobile and auto parts exporting business in Thailand. 3) Building reliability, trust in the brand and products and services, the development of media, coupled with the restructuring of government policies and involving agencies could improve and develop competitiveness potential for automobile and auto parts exporting business in Thailand.

Keywords : competitiveness, automobile, auto parts

บทนำ

การค้าระหว่างประเทศทั้งในด้านการส่งออกและนำเข้ามีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศในเรื่องการค้าเศรษฐกิจและการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจจะมีผลต่อรายได้ประชาชาติโดยตรง ซึ่งอาจมองได้ว่าการส่งออกเป็นวิธีหลักของการนำรายได้เข้าประเทศ การที่ประเทศไทยจะพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้ประชาชนมีรายได้มีการอยู่ดีกินดี คงหนีไม่พ้นที่ประเทศจะต้องมีการติดต่อกับต่างประเทศเพื่อทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าหรือการลงทุน เพราะตลาดต่างประเทศถือว่าเป็นแหล่งเงินที่สำคัญที่จะนำรายได้เข้าสู่ประเทศ (สิขเรศธาราศักดิ์, 2554) ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้มีการเจริญเติบโต ซึ่งการทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญด้านหนึ่ง คือ การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศในด้านต่าง ๆ การส่งออกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสถานะเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัว นับว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ ดังนั้น การส่งออกจึงนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ประเทศไทยพ้นจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำได้ (ปิยกานต์ จันทพาน, 2550)

จากความท้าทายต่าง ๆ ที่กล่าวถึงข้างต้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย จะเป็นข้อมูลที่จะช่วยสนับสนุนให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหาแนวทางในการปรับตัว เพื่อเตรียมพร้อมและรองรับในการพัฒนาและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มศักยภาพด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่จะช่วยให้ประเทศไทยยังคงรักษาอัตราการเติบโตของตลาด รวมถึงพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอย่างแท้จริงนอกเหนือไปจากการเป็นแค่เพียงศูนย์รวมธุรกิจยานยนต์ศูนย์การผลิตและศูนย์กลางทางการตลาดเช่นในปัจจุบัน



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาค้นหาปัจจัยที่จะเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาค้นหากลยุทธ์ทางการตลาดและข้อเสนอแนะให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย
2. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างเกี่ยวกับผลกระทบทางด้านต่าง ๆ ต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย
3. กลยุทธ์ใดบ้างที่จะสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยให้มีความได้เปรียบทางการตลาดและประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย

เรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย โดยทำการศึกษา วิจัยเชิงคุณภาพ โดยพิจารณาปรากฏการณ์ทางการส่งออกจากสภาพแวดล้อม สถิติ หรือบริบท ตามความเป็นจริง ซึ่งในการศึกษาจะมุ่งไปที่ปัจจัยทางด้านปัญหาและปัจจัยใดที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางการส่งออกเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ จึงเน้นไปที่การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการใช้ข้อมูลจากเอกสาร โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีตีความและนำไปสู่การสร้างข้อสรุป

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยในเชิงคุณภาพแบบเจาะจง (Purposive) จากผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการขายของบริษัทตัวแทนผลิตและจำหน่ายรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี และทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับขั้นตอน ปัญหาและปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนจำนวน 5 บริษัท (5 ท่าน) ซึ่งทั้ง 5 บริษัทนี้ได้กระจายไปครอบคลุมธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนทั้งหมด โดยติดต่อขอความร่วมมือจากแต่ละบริษัท ซึ่งบริษัทเหล่านั้นสามารถให้ความอนุเคราะห์โดยสมัครใจในการอนุญาตให้เข้าสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ



แบบแผนการวิจัย

1. ขั้นเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยพิจารณาว่า ผู้ให้ข้อมูลนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ สามารถตอบปัญหาที่ต้องการได้หรือไม่ รวมทั้งพิจารณาความเป็นไปได้ที่จะเข้าไปศึกษา ตลอดจนพิจารณาความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง
2. ขั้นแนะนำตัว ผู้วิจัยได้ส่งเอกสารขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและใช้การแนะนำตัว จากนั้นจึงกำหนดวัน เวลาสัมภาษณ์ วิธีการดังกล่าวเป็นการกำหนดบทบาทของผู้วิจัยแบบเปิดเผย
3. สัมภาษณ์รายบุคคล เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์และประสบการณ์ในชีวิตจริงของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานด้านธุรกิจส่งออกรถยนต์อุปกรณ์และชิ้นส่วนของไทย โดยเน้นการศึกษาจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง ให้ความสำคัญกับความหมายในทัศนะของผู้ให้ข้อมูลมุ่งหาข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนา มีประเด็นในการสัมภาษณ์ที่ชัดเจน ใช้คำถามอย่างเปิดกว้าง มีการเตรียมตัวก่อนทำการสัมภาษณ์โดยการหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่สัมภาษณ์อย่างเพียงพอ และสร้างความสัมพันธ์ (Rapport) ผู้วิจัยแนะนำตัวตามบทบาทที่กำหนดโดยการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความประทับใจ ไว้วางใจ และกล้าที่จะเปิดเผยข้อมูลให้ผู้สัมภาษณ์ต้องการ
4. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างให้เกิดความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลของงานวิจัย ผู้วิจัยจะใช้เอกสารราชการหรือเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ว่ามีปัญหาข้อบกพร่อง หรือข้อได้เปรียบทางธุรกิจทางด้านใดบ้าง อย่างไร และมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview Protocol) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เน้นสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะใช้เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Relate Documents) เช่น ข้อมูลสถิติการส่งออก การประเมินแนวโน้มการส่งออก แผนปฏิบัติงานประจำปี สรุปรายงานการดำเนินงานและเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการสร้างทฤษฎีเพื่ออธิบายหรือหาข้อสรุปเกี่ยวกับงานวิจัยดังกล่าว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดทำหนังสือแนะนำตัวและขออนุญาตเพื่อขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และชิ้นส่วนของประเทศไทย
2. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง หรือผ่านทางโทรศัพท์
3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางราชการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
4. ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์
5. ผู้วิจัยเขียนรายงานสรุปผล



การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Introduction) คือ การตีความ สร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น เช่น การดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน ฯลฯ เมื่อผู้วิจัยได้เห็นหรือสังเกตหลาย ๆ เหตุการณ์แล้วจึงลงมือสรุป แต่หากข้อสรุปนั้นยังไม่ได้รับการตรวจสอบอื่น ๆ ก็ถือว่าผลที่ได้เป็นสมมติฐาน หากได้รับการยืนยันก็ถือว่าเป็นข้อสรุปได้ หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ จากนั้นจึงนำมาถอดเทปอย่างละเอียดแบบคำต่อคำ (Transcription of Data) และผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการศึกษาข้อมูลเหล่านั้นอย่างละเอียด จับใจความหลัก จัดกลุ่มข้อมูลแต่ละประเภท พิจารณาเชื่อมโยงความเหมือนและแตกต่างแล้วจึงนำข้อค้นพบทั้งหมดในรูปแบบความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของบริษัทที่ผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนเพื่อจำหน่ายและส่งออกทั้งหมด 5 บริษัท 5 ท่าน ผลการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ตัวแทนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย มีดังนี้

สรุปผลวิเคราะห์

ปัจจัยหลักเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ 3 ใน 5 ท่าน ลงความเห็นที่ตรงกันว่า นโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ช่วยสนับสนุน ส่งเสริมยังไม่เพียงพอ และผลกระทบหลักเกิดจากนโยบายที่ไม่ชัดเจน เช่น นโยบายทางด้านภาษีอากร นโยบายทางด้านเทคโนโลยี มาตรการหลาย ๆ ด้านที่ออกมาไม่สามารถมีผลบังคับใช้ได้จริง การเปลี่ยนระบบการปกครอง และการบริหารงาน การดำเนินงาน หรือขั้นตอนในการปฏิบัติงานมีความล่าช้า ปัญหาการขาดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจน การขาดการประสานงานกัน การรวมพลังของหน่วยงานต่าง ๆ นโยบายที่กำหนดขึ้นในบางยุคสมัยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล หรือแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงรัฐมนตรีก็มักต้องยกเลิกกลับไป ทำให้ขาดความต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย และผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ใน 5 กลับมีความคิดเห็นที่คล้ายกันว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่งออก คือ ปัจจัยทางด้านค่าเงินบาท การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ผู้ค้าขายและผู้ลงทุนในประเทศต้องเผชิญกับความผันผวนอย่างรวดเร็วของอัตราเงินแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการค้าการลงทุน และหากปรับตัวไม่ทันก็ต้องประสบกับการขาดทุน แม้มีกลไกป้องกันความเสี่ยงจากการขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนอยู่บ้างแต่ก็ทำได้ในขอบเขตที่จำกัด แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ก็ยังคงให้ความเห็นที่สนับสนุนว่าสาเหตุของปัจจัยนี้อาจจะยังมีส่วนเกี่ยวข้องมาจากนโยบายของรัฐบาล และ



หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังอุปสรรคทางอ้อม ทางด้านเงินทุน เทคโนโลยี ทักษะแรงงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน ที่จะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยรองลงมาตามลำดับ

ปัจจัยสำคัญที่จะมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นหลักว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การนำเข้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตและดำเนินงานจะช่วยสร้างมาตรฐานให้กับสินค้า ลดต้นทุนทางระยะเวลาการผลิต ลดขั้นตอนการดำเนินงานโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร การโทรคมนาคม ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่เพียงแต่จะมีผลกระทบต่อการผลิตและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม แต่ยังมีผลต่อการกำหนดและการดำเนินการนโยบายอุตสาหกรรม และปัจจัยทางการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการจัดตั้งนโยบายทางด้านต่าง ๆ เช่น การปรับโครงสร้างและสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรการนำเข้า ส่งออก การจัดตั้งนโยบายเพื่อเปิดการค้าเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุน เพื่อขยายตลาดการค้าให้กว้างใหญ่ขึ้น ซึ่งจะทำให้ประเทศสมาชิกได้ประโยชน์ร่วมกัน และสามารถเพิ่มอำนาจต่อรองกับประเทศมหาอำนาจ ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ทั้งระบบโลจิสติกส์ภายในและภายนอกเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจส่งออก มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยโดยอ้อมผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นว่า การปรับปรุงพัฒนาทางด้านสื่อโฆษณาและการตลาด และทักษะของบุคลากร แรงงาน เพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญ ขำนาญการในแต่ละด้านให้กับบุคลากรให้พร้อมรับต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น และสุดท้ายผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนมีความคิดเห็นตรงกันอย่างยิ่งว่า ประสบการณ์และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจมีส่วนช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น และการนำประสบการณ์ต่าง ๆ มาปรับใช้ในธุรกิจมีส่วนที่จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจจากผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยเช่นกัน

แนวทางและกลยุทธ์หลักที่ทำให้บริษัทส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยประสบความสำเร็จทางธุรกิจและเป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 ท่าน ให้ความคิดเห็นที่คล้ายกันว่า การสร้างความน่าเชื่อถือแบรนด์ การสร้างความไว้วางใจ สร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้บริษัทส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยประสบความสำเร็จทางธุรกิจและขึ้นมาเป็นศูนย์กลางทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องตัวสินค้าที่เน้นการใช้งาน ตรงความต้องการของตลาด การใส่ใจในรายละเอียด และไม่เพียงแค่อำนาจผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเท่านั้นแต่บริษัทส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยยังให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่ดีเยี่ยมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ทั้งในตัวสินค้าและการบริการควบคู่ไปด้วยกันเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์หลักที่ทำให้แนวโน้มของธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับ



ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงและพัฒนาต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ 4 ใน 5 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันว่า ควรจะปรับปรุงและพัฒนาเรื่องของนโยบายจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงโครงสร้างนโยบายที่ชัดเจนที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนธุรกิจส่งออกของไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม การแก้ไขเพิ่มเติมข้อกฎหมายเพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ให้กับธุรกิจส่งออกของไทยมากที่สุด การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยง การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความคล่องตัวเพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนในการดำเนินงาน ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าหากประเทศไทยได้รับการปรับปรุงและพัฒนาในส่วนนี้จะทำให้ธุรกิจส่งออกมีโอกาสที่จะขยายฐานการผลิต ขยายฐานลูกค้า และเพื่ออำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคที่มีเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับทั้งในด้านแรงงาน วัตถุดิบ เทคโนโลยี และมาตรฐานของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีข้อเสนอแนะทางด้านการพัฒนาในส่วนของการวิจัยการตลาด การทำสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับชาวต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนหรือติดต่อซื้อขาย สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบและเป็นแนวทางที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยหลักของปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย พบว่านโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมยังไม่เพียงพอ และผลกระทบหลักเกิดจากนโยบายที่ไม่ชัดเจน การเปลี่ยนระบบการปกครอง และการบริหารงาน การดำเนินงาน หรือขั้นตอนในการปฏิบัติงานมีความล่าช้าและปัจจัยทางด้าน ค่าเงินบาทและอัตราเงินที่ผันผวน มีผลกระทบต่อธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ นฤมล พิงทอง (2557) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านสภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย การเมือง และวัฒนธรรม ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ด้านราคาของวัตถุดิบ ด้านคู่แข่ง ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการผลิตสินค้าและการส่งออกสินค้า เป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่องค์กรไม่สามารถคาดคะเนได้ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางอ้อม ทางด้านเงินทุน เทคโนโลยีทักษะแรงงาน ที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยรองลงมาตามลำดับ และสอดคล้องกับ ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ (2553) ที่กล่าวว่า ระบบอัตราแลกเปลี่ยนจะส่งผลให้การทำงานของเครื่องมือการเงินของทางการไทยมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวขึ้น แต่ค่าเงินบาทก็ยังคงมีความผันผวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเงินจากภายนอกประเทศความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนนี้จะส่งผลกระทบต่อภาครัฐและภาคเอกชน



จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่จะมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การนำเข้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตและดำเนินงานจะช่วยสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าลดต้นทุนทางระยะเวลาการผลิต ลดขั้นตอนการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร การโทรคมนาคม และปัจจัยทางการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการจัดตั้งนโยบายทางด้านต่าง ๆ เช่น การปรับโครงสร้างและสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรการนำเข้า ส่งออก การจัดตั้งนโยบายเพื่อเปิดการค้าเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุนเพื่อขยายตลาดการค้า และปัจจัยโดยอ้อมการปรับปรุงพัฒนาทางด้านสื่อโฆษณาและการตลาดและทักษะของบุคลากร แรงงาน เพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญ ข้าราชการในแต่ละ ด้านให้กับบุคลากร รวมถึงประสบการณ์และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ ฤทธิพิสิฐศุภกุล (2557) ซึ่งพบว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer) ประเทศผู้รับเงินลงทุนจะได้รับประโยชน์จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตต่างชาติกับ Supplier ในประเทศ การเชื่อมโยงระหว่างบริษัทที่ผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมเดียวกัน การเคลื่อนย้ายแรงงานมีทักษะ หรือการที่แรงงานมีทักษะออกจากบริษัทไปเป็นผู้ประกอบการ และการร่วมมือวิจัยและพัฒนาระหว่างประเทศ

นอกจากการได้เรียนรู้เทคโนโลยีจากต่างชาติแล้ว การได้เรียนรู้ทักษะการผลิตหรือการจัดการก็เป็นสิ่งจูงใจไม่น้อยสำหรับธุรกิจที่ต้องการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยเป็นการสร้างรากฐานธุรกิจให้เข้มแข็งผ่านการพัฒนาแรงงานไร้ทักษะให้เป็นแรงงานมีทักษะมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างต่อไป ทำให้เกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (Job Creation) เนื่องจาก FDI ทำให้เกิดข้อผูกพันระยะยาวของผู้เข้ามาลงทุน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้มีการลงทุนเพิ่มสูงขึ้นและเสถียรภาพทางการเมือง (Political Stability) หากสถานการณ์การเมืองในประเทศไม่มีเสถียรภาพ หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยจะส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องของนโยบาย ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการลงทุน โดยอาจชะลอการลงทุนหรือไปลงทุนในประเทศอื่นที่มีโอกาสมากกว่า ซึ่งการเกิดวิกฤติการณ์ทางการเมืองยังส่งผลกระทบต่อกระดุมทุนในตลาดทุนนโยบายของภาครัฐ (Government Policies) หากภาครัฐมีนโยบายที่เอื้อต่อบรรยากาศการลงทุน อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน (Investment Promotion) ทั้งสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับภาษีอากรและมีใช้ภาษีอากร รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางและกลยุทธ์หลักที่ทำให้บริษัทส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยประสบความสำเร็จทางธุรกิจ พบว่า การสร้างความน่าเชื่อถือแบรนด์ การสร้างความไว้วางใจ สร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการเป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ เลิศศักดิ์ ชัยวณิช (2557) ซึ่งพบว่า ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดรถยนต์มีผู้แข่งขันรายใหญ่ที่หลากหลายให้ผลผลิตรถยนต์



ต่าง ๆ ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายรายยนต์และส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการในตลาดรถยนต์จึงพยายามใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในการแข่งขันมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการทำกลยุทธ์เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้ากับผู้บริโภค หรือการสร้างควมไว้วางใจในตัวสินค้าให้เกิดกับลูกค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงและพัฒนาต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย พบว่า การปรับปรุงและพัฒนาเรื่องของนโยบายจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงโครงงานนโยบายที่ชัดเจน จะมีส่วนช่วยสนับสนุนธุรกิจส่งออกของไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม การแก้ไขเพิ่มเติมข้อกฎหมายเพื่อรักษาสีทธิประโยชน์ให้กับธุรกิจส่งออกของไทยมากที่สุด การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน ระบบสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความคล่องตัว เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนในการดำเนินงาน และการพัฒนาด้านการวิจัยการตลาด การทำสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับชาวต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนหรือติดต่อซื้อขาย สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบและเป็นแนวทางที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ธุรกิจส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ สรวิศ ชัยเลิศฉัตรกุล (2557) ที่กล่าวว่า ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์แห่งชาติ ให้บรรลุผลสำเร็จตามแบบแผน ดูแลนโยบายการพัฒนาให้ไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งมีการศึกษาวิจัยเชิงนโยบาย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ และการสร้างตลาดใหม่ ปรับเปลี่ยนนโยบายการลงทุนจากต่างชาติ โดยให้สิทธิประโยชน์ในด้านภาษีแก่บริษัทรถยนต์และชิ้นส่วนของไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐบาลต้องมีความพร้อมในเรื่องของนโยบายที่ชัดเจนในการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ ควรตระหนักถึงปัจจัยภายในทางด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย กระบวนการประสานงานและพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควบคู่กันไป และเร่งสนับสนุนผลักดันหรือวางแผนรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิด
2. ผู้ประกอบการหรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนนำเข้า ส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยควรปรับกลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลการตลาดที่ถูกต้องทันสมัยเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าได้ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
3. ควรพัฒนาทรัพยากรภายในองค์กรให้มีคุณภาพด้านบุคลากรมีความสามารถทั้งด้านความรู้ การพัฒนาระบบความคิดและทักษะความชำนาญในการทำงาน ด้านเครื่องจักร ด้านกระบวนการผลิต และด้านการจัดการอื่นที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรู้ทัน



4. บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ควรร่วมมือกับบริษัทคู่ค้าหรือบริษัทรายย่อยที่ประกอบธุรกิจการนำเข้า ส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยในการผลิตหรืออำนวยความสะดวกในเรื่องขั้นตอนการดำเนินการ ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ที่บริษัทรายย่อยสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงองค์กรได้เพื่อขยายฐานการผลิต ขยายฐาน ผู้จัดจำหน่าย เพิ่มยอดขายในการส่งออกและช่วยกันผลักดันอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้มีศักยภาพ เทียบเท่าสากลและเพิ่มอำนาจการต่อรองในการซื้อขาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมแบบเจาะจง เช่น ปัจจัย การสนับสนุนจากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ ปัจจัย ทางด้านภาษีระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีจำนวนน้อย ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มประเภท ผู้ให้ข้อมูลอื่น ๆ เช่น บริษัทลูกค้าที่ส่งผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนเพื่อขายในตลาดต่างประเทศ เพื่อให้เกิด การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยและปัญหาทางด้านต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ดียิ่งขึ้น
3. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น สำหรับผู้ที่สนใจจะทำการวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับงานวิจัยในหัวข้อนี้ การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมการศึกษาแบบ Focus Group เป็นการรวบรวม ข้อมูลจากการประชุมกลุ่ม เพื่อให้เกิดข้อมูลแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาข้อเท็จจริง
4. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยโดยการเปรียบเทียบปัจจัยด้านต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงาน และบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์และชิ้นส่วน เพื่อหาข้อแตกต่างในแต่ละปัจจัยและแนวทางในการ นำผลเพื่อมาพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

- เกษณี พิสิษฐศุภกุล. (2557). *บทบาทของการลงทุนในอุตสาหกรรม : นัยต่อการเติบโตของเศรษฐกิจภูมิภาค*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 28 มิถุนายน 2559. จาก www.bot.or.th.
- ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ปัญญา. (2553). *ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวยุทธศาสตร์ของอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทิชากร เกสรบัว. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกในอุตสาหกรรมรถยนต์และการพาณิชย์* : วารสาร ศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา, 4(8).
- ธัญญารัตน์ ไชยวันดี. (2555). *การพาณิชย์แนวโน้มมูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนของไทย*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- นงลักษณ์ โปรงจิต. (2557). *กลยุทธ์และส่วนผสมทางการตลาดของผู้ส่งออกรถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นฤมล พึ่งทอง. (2557). *ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์จากประเทศไทย*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปิยกานต์ จันทพาน. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปสู่ภูมิภาคเอเชีย*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เลิศศักดิ์ ชัยวณิช. (2557). *การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อรถยนต์ปิกอัพยี่ห้อ ISUZU ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรวิศ ชัยเลิศวิชกุล. (2557). *แนวทางการกำหนดนโยบายด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สิขเรท ธาราศักดิ์. (2554). *การค้าขายระหว่างประเทศไทย-มาเลเซีย*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อกรินทร์ สังข์ทอง. (2552). *ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในสังคมพหุวัฒนธรรมการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและการปฏิบัติ*. ปัตตานี : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย และ ดร.อภิเทพ แซ่ควั ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณอาจารย์และเจ้าของงานวิชาการต่าง ๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นอย่างดี