ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

FACTORS AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE OF EXPORTERS IN ELECTRICAL APPLIANCE AND ELECTRONICS INDUSTRY AT LADKRABANG INDUSTRIAL ESTATE

ทิวาพร แสนตลาด

THIWAPORN SANTALAD

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2552

KMITL-2009-ED-M-251-027

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

FACTORS AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE OF EXPORTERS IN ELECTRICAL APPLIANCE AND ELECTRONICS INDUSTRY AT LADKRABANG INDUSTRIAL ESTATE

T105163

ทิวาพร แสนตลาด

THIWAPORN SANTALAD

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 105163
วัน,เดือน,ปี 16 พ.ย. 2552

.b.....
.i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2552

KMITL-2009-ED-M-251-027

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FACTORS AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE OF EXPORTERS IN ELECTRICAL APPLIANCE AND ELECTRONICS INDUSTRY AT LADKRABANG INDUSTRIAL ESTATE

THIWAPORN SANTALAD

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2009

KMITL-2009-ED-M-251-027

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2009

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

Factors Affecting Competitive Advantage of Exporters in Electrical Appliance and Electronics Industry at Ladkrabang Industrial Estate

นักศึกษา นางสาวทิวาพร แสนตลาด

รหัสประจำตัว 50064116

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.อตินุช กาญจนพิบูลย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.มนัส	ไพฑูรย์เจริญสุภา	
รศ.อตินุช	กาญจนพิบูลย์	
ผศ.ดร.จิระเสกข์	ตรีเมธสุนทร	
รศ.ดร.วลัยลักษณ์	อัตธีรางศ์	
ดร.ธีระ ชินภัทร	รามเดชะ	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วัน / เดือน/ ปี ที่สอบ 4 พฤษภาคม 2552 เวลา 11.30 – 12.00 น.

สถานที่สอบ ณ ห้องเรียนปริญญาเอก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่..15.....เดือน.....พฤษภาคม.....พ.ศ. 2552..

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง
นักศึกษา	นางสาวทิวาพร แสนตลาด
รหัสประจำตัว	50064116
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2552
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อดินุช กาญจนพิบูลย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 5 ด้านได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท และด้านบทบาทรัฐบาล 2) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โดยแบ่งตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออกกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทั้ง 5 ด้าน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 30 บริษัท ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลมาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ผลการวิจัยพบว่า

1) ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน โดยมีระดับความสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขันในปัจจัยต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ 2. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ 3. ด้านบทบาทรัฐบาล 4. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ 5.ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออกแตกต่างกัน มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Factors Affecting Competitive Advantage of Exporters in Electrical Appliance and Electronics Industry at Ladkrabang Industrial Estate
Student	Ms.Thiwaporn Santalad
Student ID.	50064116
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2009
Thesis Advisor	Associate Prof. Atinuch Kanchanapiboon
Thesis Co Advisor	Assistant Prof. Dr. Jirasek Trimetsuntron

ABSTRACT

The purpose of this research were 1) to study opinion levels of exporters' electrical appliance and electronics industry in Ladkrabang industrial estate toward the factors affecting on competitive advantage in five areas : factor conditions, Demand conditions, Firm strategy, structure and rivalry, Related and supporting industries and The role of government 2) to compare characteristics of exporters' electrical appliance and electronics industry in the following types of business, operation time, export value, export market with opinion levels of exporters' electrical appliance and electronics industry toward factors affecting on competitive advantage by using 30 samples in Ladkrabang industrial estate. Data were collected by using the questionnaire that analyses the data by percentage, arithmetic average, standard deviation and compare with the average by using the variance one way analysis as require a statistic significant in level of 0.01 and 0.05. The results of this research were as follows :

1) The opinion of exporters' electrical appliance and electronics industry toward the factors affecting on competitive advantage is very important level. The rank of order on competitive advantage from the highest to lowest level as following : (1) Firm strategy, structure and rivalry (2) factor conditions (3) The role of government (4) Related and supporting industries (5) Demand conditions

2) The characteristics of exporters : The type of business, operation time, export value and market are differences to affecting on competitive advantage are not significance at 0.05 level.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ โดยได้รับความเมตตากรุณาของ รศ. อตินุช กาญจนพิบูลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาตลอดจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์รวมทั้งได้ความอนุเคราะห์และคำแนะนำอื่นๆ จากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อันมี ดร.ธีระ ชินภัทร รามเดชะ ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และ รศ.ดร.วลัยลักษณ์ อัตธีรวงศ์ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย อ.ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล คุณคุษฎี ศุขสาร และคุณวิฑูรย์ จรัสรัชวานิช ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงแบบสอบถาม และให้ความช่วยเหลือในส่วนอื่นๆ ของการวิจัยอย่างดียิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และครอบครัว ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดีมาตลอด รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆร่วมรุ่น IM.11 ที่ได้มีโอกาสศึกษาร่วมกันและคอยกระตุ้นให้กำลังใจผู้วิจัยด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลและการตอบแบบสอบถามในทุกข้ออย่างสมบรูณ์ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

สุดท้ายขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ ภาควิชาภาษาและสังคม ตลอดจนบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพันธ์ฉบับนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพันธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ทิวาพร แสนตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....I

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....III

กิตติกรรมประกาศ.....IV

สารบัญ.....V

สารบัญตาราง.....VII

สารบัญภาพ.....IX

บทที่ 1 บทนำ.....1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....6

1.3 สมมติฐานการวิจัย.....6

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....9

1.5 ขอบเขตการวิจัย.....11

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....12

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....13

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....15

2.1 แนวคิดทางด้านเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการประกอบกิจการ.....15

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน.....22

2.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.....29

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....35

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....43

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....43

3.2 เครื่องมือใช้ในการวิจัย.....44

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....46

3.4 การกำหนดค่าของตัวแปร.....47

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....48

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิจัย.....52

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.....53

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามปัจจัย 5 ด้าน.....57

4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีลักษณะสถานประกอบการแตกต่างกัน.....72

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการส่งออกและปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน.....82

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....83

5.1 สรุปผลการวิจัย.....84

5.2 อภิปรายผล.....92

5.3 ข้อเสนอแนะ.....97

บรรณานุกรม.....99

ภาคผนวก.....102

ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....103

ประวัติผู้เขียน.....112

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1.1 มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2548 – 2550.....2

1.2 ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สำคัญของไทย.....2

1.3 ตลาดส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญของไทย.....3

2.1 การแบ่งตลาดตามโครงสร้างการแข่งขัน.....21

3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....46

3.2 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....50

4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....53

4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ.....58

4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านอุปสงค์ภายในประเทศ.....61

4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ.....63

4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ.....65

4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านบทบาทรัฐบาล.....69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวม.....70

4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA.....73

4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD.....74

4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยวิธี One-way ANOVA.....76

4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA.....78

4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD.....79

4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามตลาดส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA.....81

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....11
2.1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ.....23
2.2 แบบจำลองเพชรที่สมบูรณ์.....29
2.3 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี พ.ศ. 2547-2551.....30
2.4 ดัชนีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง (Structural Change Indicator: SCI).....31
2.5 แนวโน้มรายรับของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน
อิเล็กทรอนิกส์ในตลาดโลก ในช่วงปี 2006-2011.....34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจของอุตสาหกรรมทุกประเภทมีการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคและในโลก นำไปสู่การขยายตัวของการแข่งขันที่ไร้พรมแดนและรุนแรงมากขึ้น การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ความสามารถรับรู้ข่าวสารมีมากขึ้นส่งผลต่อรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วัฏจักรผลิตภัณฑ์มีระยะเวลาสั้นลงกว่าแต่ก่อน การค้ามีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศย่อมต้องมีความเกี่ยวโยงกับต่างประเทศในระดับสูง ทั้งในด้านการผลิตและการค้า รวมทั้งจะต้องแข่งขันกับประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ล้ำหน้าใกล้เคียง หรือด้อยกว่าไทย ดังนั้นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยให้ก้าวหน้าต่อไปในกระแสความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจโลก ประเทศไทยต้องยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศให้สูงขึ้นเพราะการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวหมายถึงการตกต่ำทั้งในด้านการลงทุน การผลิตสินค้าและบริการ การจ้างงาน รายได้ ตลอดจนคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีศักยภาพสูงและสามารถพัฒนาให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศในภูมิภาคทั้งการผลิต การส่งออก การลงทุนและเทคโนโลยี อุตสาหกรรมนี้มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วมากก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์เดิมหรือราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่

ขบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันมากมายในด้านสัดส่วนแรงงานและเทคโนโลยีที่ใช้ความแตกต่างเหล่านี้ทำให้ประเทศต่างๆ มีข้อได้เปรียบเสียเปรียบในด้านการลงทุนการผลิตแต่ละขบวนการแตกต่างกันซึ่งจะส่งผลกระทบในการแข่งขันระหว่างประเทศ

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านการจ้างงาน การส่งออก การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการถ่ายทอดเทคโนโลยี(รังสิต สิทธิการค้า. 2543 : 34) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตไปในทิศทางเดียวกันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ การสื่อสาร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมนี้นับได้ว่ามีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็วเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นคือ มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น ดังแสดงตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2548 – 2550

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก			อัตราการเปลี่ยนแปลง(%)		
	2548	2549	2550	2548	2549	2550
เครื่องใช้ไฟฟ้า	13,467.07	14,761.61	16,174.78	0.29	9.61	9.57
อิเล็กทรอนิกส์	21,553.01	26,312.85	29,324.27	13.59	22.08	11.44
รวม	35,020.08	41,074.46	45,499.05	13.88	31.69	21.01

ที่มา : กรมศุลกากร (2551)

ตลาดที่สำคัญในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง สิงคโปร์ และจีน เป็นต้น โดยเฉพาะตลาดในญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกในปี 2548 ประมาณ 2,485.87 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มเป็น 2,820.96 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2550 และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.80 โดยเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ในปี 2550 ซึ่งสามารถทำให้สหรัฐอเมริกากลายเป็นตลาดส่งออกรองจากญี่ปุ่น ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สำคัญของไทย

ตลาดส่งออก	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราการขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2548	2549	2550	2548	2549	2550	2548	2549	2550
1. ญี่ปุ่น	2,485.87	2,539.54	2,820.96	14.26	2.55	11.80	18.14	17.28	16.61
2. สหรัฐอเมริกา	2,583.98	2,787.67	2,232.28	2.24	7.90	-19.92	19.13	18.97	13.14
3. ฮ่องกง	660.82	663.06	780.55	19.27	0.34	17.72	4.89	4.51	4.59
4. สิงคโปร์	726.07	698.70	1,156.42	-7.46	-3.77	65.51	5.38	4.75	6.81
5. จีน	475.46	568.41	719.21	-7.95	19.55	26.53	3.52	3.87	4.23
6. อื่นๆ	6,572.96	7,439.38	7,277.63	1.11	13.18	24.71	48.67	50.62	54.62
รวม	13,505.16	14,696.76	16,967.05	3.58	6.63	21.06	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก (2551)

ส่วนตลาดที่สำคัญในการส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง สิงคโปร์ และจีน เป็นต้น โดยเฉพาะตลาดในจีนมีมูลค่าการส่งออกในปี 2548 ประมาณ 3,276.35 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มเป็น 5,474.51 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2550 และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 49.10 โดยเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ในปี 2550 ซึ่งสามารถทำให้สหรัฐอเมริกากลายเป็นตลาดส่งออกรองจากจีน ดังแสดงในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 ตลาดส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญของไทย

ตลาดส่งออก	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราการขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2548	2549	2550	2548	2549	2550	2548	2549	2550
1. จีน	3,276.37	3,671.65	5,474.51	60.26	12.06	49.10	14.36	13.65	18.03
2. สหรัฐอเมริกา	3,459.69	4,318.29	4,880.92	12.00	24.82	13.03	15.16	16.05	16.08
3. ฮ่องกง	2,317.31	3,048.79	3,469.40	39.48	31.57	13.80	10.16	11.33	11.43
4. ญี่ปุ่น	3,098.69	3,205.27	3,324.19	14.75	3.44	3.71	13.58	11.91	10.95
5. สิงคโปร์	2,843.21	2,714.22	2,286.82	9.70	-4.45	-15.75	12.46	10.09	7.53
6. อื่นๆ	7,819.36	99,44.21	10,919.29	7.13	27.17	9.81	34.27	36.96	35.97
รวม	22,814.63	26,902.43	30,355.13	23.89	15.75	12.28	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก (2551)

จากการประเมินของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่า จุดแข็งที่สำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยในปัจจุบันคือ เป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ที่เข้ามาลงทุนจำนวนมากในไทยช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประกอบกับไทยมีแรงงานที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ ทั้งความละเอียด ประณีต ซึ่งเหมาะกับความต้องการของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งประเทศไทยเริ่มที่จะพัฒนาขีดความสามารถของศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเริ่มเป็นที่ยอมรับในศักยภาพและได้รับความเชื่อถือในด้านการผลิตจากหน่วยงานและบริษัทต่างประเทศเป็นลำดับ

ส่วนจุดอ่อนของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาของบรรษัทพัฒนาโพ้นทะเลแห่งญี่ปุ่น (JODC) พบว่า อุตสาหกรรมของไทยขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนไม่มีความชำนาญในด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่น ขณะที่บริษัทที่แข่งขันในตลาดโลกได้ ส่วนใหญ่จะเป็นกิจการร่วมทุนกับต่างชาติหรือเป็นกิจการของต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในไทย อีกทั้งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีค่อนข้างรวดเร็ว ดังนั้น กิจการของคนไทยส่วนใหญ่จึงอยู่ในส่วนของการรับจ้างประกอบและทดสอบผลิตภัณฑ์ทำให้แรงงานไทยขาดโอกาสในการพัฒนาฝีมือระดับสูง นอกจากนี้การเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสนับสนุนกับอุตสาหกรรมหลักที่ยังมีไม่มากเท่าที่ควร ส่งผลให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตของไทยมีต้นทุนสูงขึ้น ขณะที่ปัจจุบันไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ จีนและเวียดนาม จากการที่ค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานทั้งระดับ unskilled labor และ skilled labor ในภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การตีความของกรมสรรพากรในเรื่องการชำระภาษีที่ไม่ชัดเจน กรณีการส่งสินค้าไปให้ลูกค้าที่เป็นบริษัทแม่ในต่างประเทศแล้วสินค้าเกิดความเสียหายหรือชำรุดไม่สามารถนำมาหักค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีได้ทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น ปัญหาด้าน logistic ยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้การนำเข้าส่งออกล่าช้า และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น การแข็งค่าเงินบาทอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าของไทยแข่งขันได้ยากขึ้น การขาดแคลนระวางเรือในการขนส่งสินค้า จึงจำเป็นต้องส่งสินค้าทางอากาศแทนทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น การปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาต้นทุนสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ทั้งที่ไม่สามารถปรับราคาสินค้าส่งออกให้สูงขึ้นได้ ผลกระทบจากมาตรการที่มิใช่ภาษีจากประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น RoHs, REACH และ WEEE เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA : Asean China Freetrade Agreement) มีผู้ประกอบการไทยร้องเรียนว่าได้รับผลกระทบจากการไม่ได้กำหนดให้สินค้าลำโพง เครื่องขยายเสียง และเครื่องเล่น DVD เข้าไปอยู่ใน sensitive list ทำให้ต้องลดภาษีเป็นร้อยละ 12 ในปี 2550-2551 และเป็นร้อยละ 5 ในปี 2552 และลดลงเหลือร้อยละ 0 ในปี 2553 ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคา

มาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้าสำคัญ

1. ตลาดจีน

(1) ปัจจุบันจีนเข้มงวดมากขึ้นกับการบังคับใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมาย CCC Mark (China Compulsory Certification) กับสินค้าอุตสาหกรรมทั้งที่ผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศที่จำหน่ายในประเทศ จำนวน 149 รายการ รวมถึงสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับความปลอดภัยต่อสุขอนามัยของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยต้องแสดงเครื่องหมาย CCC Mark ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2546

(2) จีนยังได้ประกาศใช้ระเบียบว่าด้วยการจำกัดการใช้สารอันตราย China RoHs 5 ชนิด ซึ่งใช้หลักการเดียวกับสหภาพยุโรป โดยจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2549 เป็นต้นไป

2. ตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญต่อการประหยัดและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการแสดงเครื่องหมาย หรือฉลาก หรือตราสัญลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตลาดสหภาพยุโรป

เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งไปจำหน่ายยังสหภาพยุโรปต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนี้

(1) กฎหมายว่าด้วยเศษเหลือทิ้งของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ Waste Electrical and Electronic Equipment (WEEE) กำหนดให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่จำหน่ายใน EU ต้องรับผิดชอบในการรับคืนและทำลายซากผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งาน รวมทั้งปรับปรุงซากผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

(2) กฎระเบียบว่าด้วยการจำกัดการใช้สารอันตราย Restriction on Hazardous Substances (RoHs) ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่ห้ามและจำกัดการใช้สารอันตรายหรือสารต้องห้าม จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ สารตะกั่ว สารปรอท สารแคดเมียม สารโครเมียม สารโพลิโบรมิเนท-ไบฟีนิล และสารโพลิโบรมิเนท-ไดฟีนิล-อีเทอร์ ในการผลิตและนำเข้าผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีผลบังคับตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2549

(3) กฎระเบียบว่าด้วยการควบคุมเคมีภัณฑ์ Registration Evaluation and Authorization of Chemicals (REACH) กำหนดให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่ใช้เคมีภัณฑ์เป็นวัตถุดิบสำคัญ ต้องจดทะเบียนและประเมินความเสี่ยงของเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตตลอดจนต้องขออนุญาตนำเข้าและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ด้วย

4. ตลาดญี่ปุ่น

การผลิตและวางจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศญี่ปุ่นนอกจากจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (JIS Mark) แล้วผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายสำคัญ 2 ฉบับ คือ

(1) Law for the Recycling of specified Kind of Home Appliances Recycling Law ซึ่งเป็นกฎหมายให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งาน รวมทั้งปรับปรุงซากผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า 4 ประเภท คือ เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 เมษายน 2544

(2) Electric Appliance and Material Safety Law กำหนดให้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่วางจำหน่ายในญี่ปุ่นต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยตามที่ญี่ปุ่นหรือ The International Electrotechnical Commission (IEC) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำหนดมาตรฐานสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีชื่อเสียงของโลกกำหนด โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2544

ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่เริ่มมีความรุนแรงมากขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศจากการเปิดเสรีทางการค้าอาฟต้า (AFTA) และการรวมกลุ่มจัดตั้งเขตการค้าเสรีต่างๆ เช่น นาฟตา (NAFTA) และการที่จีนเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในตลาดโลก ส่งผลให้ผู้ผลิตไทยจะต้องปรับตัว โดยจะต้องเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งเพิ่มการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสินค้าในตลาดและมีความหลากหลายเพื่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลค่าเพิ่ม เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคากับสินค้าในตลาดล่างและยังเป็นการสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยผู้วิจัยได้นำแบบจำลองเพชร(Diamond Model) มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงการค้าในทุกๆ ด้าน รวมทั้งหาลู่ทางนำรายได้เข้าสู่ประเทศ สร้างดุลยภาพเศรษฐกิจ และการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อสามารถปรับตัวเข้ากับการแข่งขันที่รุนแรงในอนาตของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 5 ด้านได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท และด้านบทบาทรัฐบาล

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก ตลาดส่งออกกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทั้ง 5 ด้าน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.3 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.5 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยผู้วิจัยได้แยกกลุ่มประชากรที่ศึกษาโดยแบ่งแยกตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยแนวความคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติ(Competitive Advantage of Nation) ที่เรียกว่า แบบจำลองเพชร(Daimond Model) ของ Porter ที่แบ่งปัจจัยไว้ 6 ด้าน คือ

1. ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ(Factor Condition) แบ่งแยกเป็น ปัจจัยพื้นฐานในการผลิตและปัจจัยระดับสูงในการผลิต
2. อุปสงค์ภายในประเทศ(Demand Condition)
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Supporting and Related Industries)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท(Company Strategy, Structure and Rivalry)

5. เหตุสุดวิสัย

6. บทบาทรัฐบาล

เป็นแนวทางในการอธิบายปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536 : 35-65) ผู้วิจัยไม่ได้นำเหตุสุดวิสัยมาใช้ในการวิจัย เนื่องจากเหตุสุดวิสัยเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ เช่น แผ่นดินไหว พายุ วิกฤตการณ์น้ำมัน ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยครั้งจึงไม่ค่อยส่งผลต่อความได้เปรียบมากนัก

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่าลักษณะของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันก็จะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน เนื่องจาก

1) ลักษณะธุรกิจส่งออก ในแง่ของลักษณะอย่างกว้างๆ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ ธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเอง(Trading firm) ธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากโรงงานหรือพ่อค้าคนกลาง(Manufacturing Exporter) และธุรกิจส่งออกแบบผสม ซึ่งลักษณะธุรกิจทั้ง 3 ประเภทนี้มีความแตกต่างกันตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมการผลิต วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนความสามารถและความชำนาญของพนักงาน(ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2543 : 24-25)

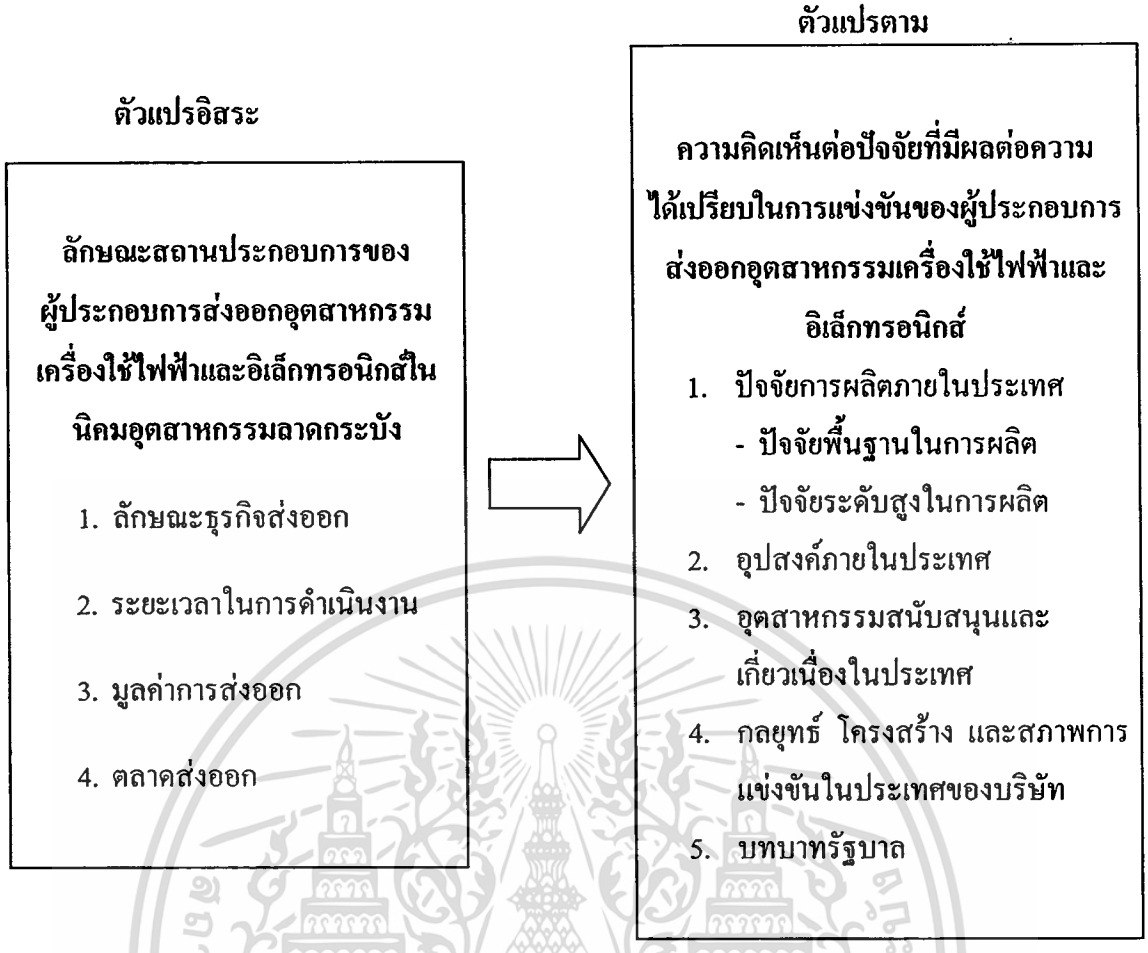
2) ระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นปัจจัยภายในที่เป็นตัวกำหนดอนาคตขององค์กรว่าเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด มากกว่าที่ถูกกำหนดโดยปัจจัยอิทธิพลที่อยู่ภายนอกเพียงอย่างเดียว(วรนารถ แสงมณี. 2544 : 11) อีกทั้งยังส่งผลต่อวิธีการดำเนินงานทางด้านการผลิตและการตลาดที่แตกต่างกันออกไป(สุธี เอกะหิตานนท์ และคณะ. 2538 : 17)

3) มูลค่าการส่งออก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิผลต่ออุปสงค์ในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยไปยังตลาดที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ฮ่องกง และสหรัฐอเมริกา ในลักษณะที่แตกต่างกัน(สำนักงานคณะกรรมการส่งสริมการลงทุน. 2539 : 54) อีกทั้งยังแสดงถึงตำแหน่งทางการแข่งขันของแต่ละกิจการ ในตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกันได้อย่างชัดเจน(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 268)

4) ตลาดส่งออก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนการตลาดในแต่ละประเทศมากน้อยเพียงใด เพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันในตลาดและนำมาเปรียบเทียบหาข้อได้เปรียบเสียเปรียบ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง มีทั้งหมด 33 ราย โดยรวบรวมจากข้อมูลของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ณ วันที่ 31 มกราคม 2551

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

1. ลักษณะธุรกิจส่งออก
2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน
3. มูลค่าการส่งออก
4. ตลาดส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต หมายถึง วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน
- ปัจจัยระดับสูงในการผลิต หมายถึง การออกแบบ เทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาบุคลากร มาตรฐานการผลิต

2. อุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านขนาดตลาดภายในประเทศ การเติบโตของตลาดในประเทศ

3. การสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านการขนส่งสินค้าภายในประเทศ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบสาธารณูปโภค ระบบการเงินการธนาคาร ระบบการประกันภัย อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศ

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การส่งออกของบริษัท การวางแผนการตลาด การส่งมอบสินค้าทันเวลา การควบคุมคุณภาพสินค้า กลยุทธ์ด้านราคาต่ำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง การสร้างตราสินค้า

5. บทบาทรัฐบาล ได้แก่ ปัจจัยในด้านระบบบริหารศุลกากร ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก การศึกษาในหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การรับรองมาตรฐานการผลิต

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยใช้เวลาในการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เก็บรวมรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2552

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านต่างๆ ของความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.6.2 ทำให้ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกและปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.6.4 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่จะศึกษา หรือ นำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยต่อไป

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.7.1 ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผู้บริหารหรือผู้จัดการที่ดำเนินการธุรกิจส่งออกเครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.7.2 ลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวกับ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน ปริมาณการส่งออก ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.7.3 ลักษณะธุรกิจส่งออก หมายถึง ระบบการผลิตหรือจัดหาเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินงานในปัจจุบัน คือ

1.7.3.1 ธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเอง(Trading Firm) หมายถึง ลักษณะธุรกิจที่เป็นผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โดยรับซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น

1.7.3.2 ธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากโรงงานหรือพ่อค้าคนกลาง(Manufacturing Exporter) หมายถึง ลักษณะธุรกิจที่ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีโรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของกิจการเองเพียงพอสำหรับการส่งออก โดยไม่ต้องรับซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น

1.7.3.3 ธุรกิจส่งออกแบบผสม หมายถึง ลักษณะธุรกิจที่ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีโรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของกิจการเอง แต่ไม่เพียงพอสำหรับการส่งออก จึงต้องรับซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นด้วย

1.7.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน หมายถึง ระยะเวลาในการดำเนินงานจริงของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยนับจากปี พ.ศ. ที่เริ่มกิจการ จนถึงปี พ.ศ. ที่กรอกแบบสอบถาม

1.7.5 มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ตามที่ผู้ประกอบการส่งออกตอบแบบสอบถามเป็นมูลค่าการส่งออกในปี 2550

1.7.6 ตลาดส่งออก หมายถึง ตลาดที่ผู้ประกอบการมีการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.7.7 ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต หมายถึง วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.8 ปัจจัยระดับสูงในการผลิต หมายถึง การออกแบบ เทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาบุคลากร มาตรฐานการผลิต

1.7.9 อุปสงค์ภายในประเทศ หมายถึง ขนาดตลาดภายในประเทศ การเติบโตของตลาดในประเทศ

1.7.10 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ หมายถึง อุตสาหกรรมภายในประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขนส่งสินค้าภายในประเทศ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบสาธารณูปโภค ระบบการเงินการธนาคาร ระบบการประกันภัย อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1.7.11 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท หมายถึง การวางแผนการตลาด การสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในการส่งมอบสินค้าทันเวลา การควบคุมคุณภาพสินค้า กลยุทธ์ด้านราคาต่ำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง การสร้างตราสินค้า เป็นต้น

1.7.12 บทบาทรัฐบาล หมายถึง นโยบายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นในด้านต่างๆ เช่น ด้านระบบบริหารศุลการกร ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก การศึกษาในหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การรับรองมาตรฐานการผลิต เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ค้นหาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดทางด้านเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการประกอบกิจการ

2.1.1 ลักษณะธุรกิจส่งออก

2.1.2 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

2.1.3 มูลค่าการส่งออก

2.1.4 ตลาดส่งออก

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.2.1 ปัจจัยในการผลิตภายในประเทศ

2.2.2 อุปสงค์ภายในประเทศ

2.2.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

2.2.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท

2.2.5 เหตุสุดวิสัย

2.2.6 บทบาทของรัฐบาล

2.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทางด้านเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปในการประกอบกิจการ

ลักษณะทั่วไปในการประกอบกิจการถือเป็นตัวแปรสำคัญที่จะสะท้อนถึงปัญหาในการดำเนินงานต่างๆ ในองค์กรนั้นออกมาได้ซึ่งในการนำเสนอแนวคิดในครั้งนี้จะกล่าวถึงตัวแปร 4 ตัว ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คือ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออก

2.1.1 ลักษณะธุรกิจส่งออก

ลักษณะธุรกิจส่งออกนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายลักษณะ แต่ละลักษณะก็เป็น ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาในการดำเนินของแต่ละองค์การดำรงศักดิ์ ชัยสนิท(2543:24-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

25)ได้จำแนกลักษณะธุรกิจส่งออกตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ออกได้เป็นใน 3 ลักษณะ กล่าวคือ

2.1.1.1 ธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเอง(Trading firm) เป็นลักษณะธุรกิจส่งออกที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อต่างประเทศ และผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งไม่มีโอกาสมาพบกัน บริษัทประเภทนี้มีลักษณะพิเศษ คือ การให้บริการทั้ง 2 ฝ่ายและได้รับประโยชน์ในรูปของค่านายหน้าหรือคอมมิชชั่น บริษัทประเภทนี้ไม่มีโรงงานเป็นของตนเอง

2.1.1.2 ธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากโรงงานหรือพ่อค้าคนกลาง (Manufacturing Export) เป็นธุรกิจที่มีโรงงานของตนเอง และทำการส่งออกสินค้าด้วยตนเอง เนื่องจากมีโรงงานเป็นของตนเอง มักมีความยืดหยุ่นสูงกว่าในด้านการทำงาน การตีราคา การรับหรือไม่รับออเดอร์ เป็นต้น โดยปกติโรงงานเหล่านี้มักเป็นโรงงานประเภทรับจ้างผลิต หรือผลิตตามคำสั่งและความต้องการในสำนักงานในต่างประเทศ(ในกรณีที่เป็นโรงงานของต่างประเทศ) มีอยู่ส่วนน้อยเท่านั้นที่ผลิตสินค้าภายใต้แบบคุณภาพ และเครื่องหมายการค้าของตนเองเพื่อส่งออก

2.1.1.3 ธุรกิจส่งออกแบบผสม เป็นทั้งธุรกิจที่เป็น ผู้ผลิตเอง(Trading firm) และรับซื้อจากโรงงานหรือพ่อค้าคนกลาง(Manufacturing Exporter) ในตนเอง

2.1.2 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน ถือเป็นการดำเนินไปในวงจรชีวิตขององค์กร วรนารถ แสงมณี (2544: 11-17) ได้อธิบายไว้ว่า ในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนานั้น ในแต่ละขั้นตอน พัฒนาการดังกล่าวต่างก็จะมีการปฏิวัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเองได้ ยกตัวอย่าง เช่น ในการรวมอำนาจไว้ในศูนย์กลางมากๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ หรือในอีกทางหนึ่งลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดการวิกฤติ หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานเกิดขึ้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหายังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเจริญเติบโต หลังจากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต (Stages of life Cycle Development) ขององค์กรนั้นมีอยู่ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์การได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าว หมายถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตองค์การ อันมีความหมายถึงการปรับตัว ให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่างๆ ดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

2.1.2.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์กรกำเนิดขึ้นนั้นผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์กรมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และการดิ้นรนเพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิตและตลาดของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

2.1.2.3 ขั้นตอนของการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization and Control Stage)

ขั้นตอนนี้องค์กรสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบ กระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ซึ่งกฎระเบียบรวมทั้งแนวทางต่างๆ ที่กำหนดก็เพื่อธำรงรักษาสิ่งต่างๆไว้ภายในองค์กร รูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้ เป็นการมุ่งเน้นกระบวนวิธีทำงานและการมุ่งเป้าหมายผลงาน

สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องระวังช่วงตอนนี้คือ การที่องค์กรมีกฎเกณฑ์ ระเบียบแบบแผนของการเป็นระบบราชการ (Bureaucratic) มากจนเกินไป จนทำให้เป็นข้อจำกัดในการที่พนักงานขององค์กรจะมีความคิดสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ในองค์กรเองก็มีโครงสร้างที่แข็งกระด้างขาดความยืดหยุ่นฉับไว องค์กรเองก็มีขนาดที่ดูเหมือนว่าจะใหญ่เกินไปและซับซ้อนมากจนเกินกว่าจะจัดการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารไม่ค่อยเกิดขึ้นบ่อยครั้งนักและมักจะเป็นไปในลักษณะที่เป็นทางการผู้บริหารระดับสูงมักให้ความสนใจในการวางแผนด้านกลยุทธ์ต่างๆ ทางธุรกิจ และปล่อยให้การดำเนินงานต่างๆ ภายในองค์กรเป็นภาระความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้ตัดสินใจและจัดการระบบการให้ความดี ความชอบและสวัสดิการต่างๆ ขึ้นอยู่กับผลกำไร ซึ่งถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานทุ่มเทปฏิบัติงานให้กับองค์กร ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าขั้นตอนดังกล่าว ในโครงสร้างขององค์กรเริ่มจะปรับตัวคงที่และเข้ารูป โดยกฎและระเบียบทางการต่างๆ จะถูกกำหนดขึ้นมาบังคับใช้ แต่การริเริ่มสิ่งใหม่ๆ จะลดความสำคัญลงและจะมีการหันกลับไปเน้นถึงความมีประสิทธิภาพและความมั่นคงต่างๆ ผู้มีอำนาจตัดสินใจเริ่มจะถูกสงวนไว้โดยเฉพาะกับเจ้าหน้าที่บริหารที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่มากซึ่งเป็นตำแหน่งที่อยู่สูงในโครงสร้าง วิธีการตัดสินใจที่กระทำไปจะมีลักษณะค่อนไปทางอนุรักษ์นิยม ซึ่ง ณ ขั้นนี้องค์กรจะมีสภาพเป็นโครงรูปใหญ่ที่มิใช่ภาพลักษณ์ของคนใดคนหนึ่งแล้วบทบาทหน้าที่ต่างๆ จะมีการวางขอบเขตไว้แจ้งชัด ซึ่งหากมีการลาออกไปก็จะสามารถหาคนแทนได้โดยไม่เกิดความเสียหายแก่องค์กร

2.1.2.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration of Structure Stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์กรมีระเบียบแบบแผนมากเกินไปคือ การสร้างความสำนึกของการร่วมมือกันการทำงานในลักษณะเป็นทีม (Teamwork) และมีหน่วยประสานงาน(Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานขั้นต่ำขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ เพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานร่วมกัน ทีมงานมักจะได้รับการวางตัวจากหลายๆ แผนกภายในองค์การในขณะเดียวกันองค์กรมักจะแยกตัวออกเป็นหลายๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
105163

ผู้บริหารในขั้นตอนนี้จะต้องระมัดระวังถึงการที่องค์กรเริ่มก้าวเข้าสู่ช่วงที่องค์กรมีสภาพใกล้สุกงอม หรืออาจเริ่มมีแนวโน้มของการถดถอยชั่วคราว ดังนั้นความจำเป็นในการที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่เพื่อความพรักพร้อมขององค์การในการฝ่าฟันกับสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ ทางธุรกิจจึงจำเป็นต้องกระทำในหลายๆ องค์กรถึงขนาดมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับสูงเพื่อหาคนที่มีความสามารถยิ่งขึ้นมาบริหารงานกิจการ และในองค์กรเองจำเป็นต้องหาวิธีการกระตุ้นให้พนักงานขององค์กรคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือแม้แต่การตัดค่าใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อให้องค์กรยังคงมีพละกำลังและความสามารถในการแข่งขันต่อไป ซึ่งถ้าหากผู้บริหารไม่สามารถนำพาให้องค์กรรอดพ้นจากวิกฤติการณ์ที่กำลังคืบคลานเข้ามาและปรับตัวเองให้เข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของความรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งได้ องค์กรก็อาจจะต้องพบกับขั้นตอนของการถดถอยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

โดยทั่วไปแล้ว องค์กรในขั้นตอนนี้เป็นช่วงของการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ขนาดขององค์กรมักจะมีขนาดใหญ่และระบบการบริหารงานมีลักษณะของการเป็นระบบราชการหรือเจ้าขุนมูลนายอย่างเต็มตัว องค์กรเต็มไปด้วยระบบการควบคุมที่แน่นหนาและเข้มงวด มีการใช้กฎเกณฑ์และระเบียบการต่างๆ อย่างมาก ผู้บริหารองค์การมีความพยายามที่จะพัฒนาการทำงานเป็นทีม ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้องค์กรเป็นระบบราชการจนเกินไปกว่านี้ สิ่งที่สำคัญมากและผู้บริหารมักจะพยายามรณรงค์ให้คนภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญก็คือ สถานะและความมีชื่อเสียงขององค์กรซึ่งผู้บริหารขององค์กรมักนำมากล่าวอ้างถึงเพื่อทำการรณรงค์พร้อมกันไปกับการปลุกจิตสำนึกถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร โดยมีการเน้นถึงสัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือสิ่งแสดงแทนความเป็นองค์กรเพื่อให้พนักงานทั้งหลายเกิดความสำนึกที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานให้องค์กรอยู่เสมอ ในขั้นตอนนี้สามารถสรุปได้ว่า เป็นขั้นตอนที่องค์กรได้มีการขยายตลาดผลิตภัณฑ์และบริการออกไป ซึ่งฝ่ายจัดการจะเสาะหาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาพร้อมกับการมองหาลู่ทางใหม่ๆ เพื่อการเติบโตต่อไปอีก โครงสร้างองค์กรจึงมีความสลับซับซ้อน เบ่งบาน ออกไปมากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจจะเริ่มมีการกระจายออกไปตามจุดต่างๆ ด้วย

2.1.2.5 การถดถอยขององค์กร

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลว อันเนื่องมาจากการที่พบว่าการเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์กรนั้นไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่านั้นยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่องค์กรหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิดโรงงานหรือกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์กรในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

การที่องค์กรจะมีสภาพการถดถอยหรือเข้าสู่ขั้นตอนของการเสื่อมถอย (Decline Stage) ได้นั้น โดยมากแล้วเหตุผลสำคัญมักจะมาจากเหตุผลหลายประการดังต่อไปนี้ เช่น การที่องค์กรไม่สามารถปรับตัวรับมือให้เข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบกับองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นการที่ความต้องการหรือรสนิยมในการบริโภคของลูกค้าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากผลิตภัณฑ์เดิมขององค์กรไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือรสนิยมรูปแบบอื่นแทน แม้ว่าผู้บริหารจะพยายามหากลยุทธ์มาแก้ไขก็ไม่สามารถกู้สถานการณ์เดิมกลับคืนมาได้ อีกประการหนึ่งของการถดถอยลงขององค์กรซึ่งมักจะมีสัญญาณเตือนมาก่อนบ้างแล้ว ถ้าหากผู้บริหารรู้จักสังเกตและหมั่นพิจารณา ก็คือ การที่ระบบและสภาพองค์กรมีโครงสร้างองค์กรไม่มีประสิทธิภาพและมีความซับซ้อนใหญ่โต เทอะทะมากเกินไป องค์กรขาดการประสานงานที่ดีการติดต่อสื่อสารต้องผ่านหลายขั้นตอนและในบางครั้งเกิดความขัดแย้งระหว่างแผนกงานกันเอง รวมทั้งการมีพนักงานจำนวนมากเกินไปที่ไม่จำเป็นกับปริมาณกิจกรรมงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลพวงร่วมกันและสะสมความเสียหายต่อเนื่องจนทำให้องค์กรเสื่อมถอยได้ในที่สุดทั้งสิ้น

เหตุผลประการสุดท้ายของการที่องค์กรเข้าสู่สภาพการถดถอยนั้นคือ สภาพของสิ่งแวดล้อมเองที่ไม่สามารถเกื้อกูลหรืออำนวยการสนับสนุนส่งเสริมทรัพยากรหรือปัจจัยต่างๆ ที่องค์กรต้องการและจำเป็นต่อไป โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมประเภทนี้จะเป็นปัจจัยหลักขององค์กร ซึ่งกิจการจะขาดเสียมิได้ ในกรณีเช่นนี้มักจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือโอกาสทางธุรกิจบางอย่างที่เป็นกรณีพิเศษ ดังนั้นถ้าหากองค์กรต้องขาดสิ่งเหล่านี้ ชีวิตขององค์กรก็ย่อมที่จะเป็นไปไม่ได้ในการที่จะดำรงอยู่ต่อไป

2.1.3 มูลค่าการส่งออก

มูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละกิจการในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งนั้นสามารถแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ (Competitive Position) ของแต่ละกิจการได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงมูลค่าผลผลิตสินค้าประเภทนั้นๆ ว่ามีสัดส่วนในการส่งออกต่อการบริโภคภายในประเทศในสัดส่วนมากน้อยเพียงใด ซึ่งหากกิจการมีมูลค่าการส่งออกที่สูง แต่ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็จะส่งผลต่อปัญหาการดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้เช่นกัน

เกี่ยวกับลักษณะของตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ(Competitive Position)นั้น ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 268-269) ได้จำแนกประเภทโดยถือเกณฑ์การเปรียบเทียบตามส่วนครองตลาดของบริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดเป้าหมายได้ใน 4 กรณีคือ

1. ผู้นำในตลาด (Market Leader) ได้แก่ ธุรกิจซึ่งมีส่วนครองตลาดใหญ่ที่สุด ประมาณ 40% ของตลาดทั้งหมด

2. คู่ชิงในตลาด (Market Challenger) เป็นธุรกิจคู่แข่งขันของผู้นำอันดับรองลงมาโดยมีส่วนครองตลาดประมาณ 30% ของตลาดทั้งหมดซึ่งธุรกิจต้องพยายามขยายส่วนครองตลาด

3. ผู้ตามในตลาด (Market Follower) มีส่วนครองตลาดประมาณ 20% ของตลาดทั้งหมด ธุรกิจที่ครองตลาดประเภทนี้จะต้องพยายามในการรักษาส่วนครองตลาดไม่ให้เกิดอันตราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ธุรกิจรายย่อยในตลาด (Market Nichers) มีส่วนครองตลาด 10% ของตลาดทั้งหมดโดยตำแหน่งการแข่งขันของธุรกิจแสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การแบ่งตลาดตามโครงสร้างการแข่งขัน

ผู้นำ (Leader) 40%	คู่ชิง (Challenger) 30%	ผู้ตาม (Follower) 20%	ธุรกิจรายย่อย (Nichers) 10%

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 268-269)

2.1.4 ตลาดส่งออก

ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องสามารถประเมินสถานการณ์ตลาดเพื่อค้นหาลู่ทางและโอกาสทางการตลาดส่งออกก่อนคู่แข่ง รวมทั้งการทราบถึงอุปสรรคในตลาดต่างๆ ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่ดีจะนำความพร้อมมาสู่ผู้ประกอบการส่งออกในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด การวางแผน โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดส่งออก คือ การใช้วิธีการต่างๆ ของบริษัทเพื่อค้นหาคำตอบให้แก่บริษัทว่า ตลาดใดเป็นตลาดที่ดีที่สุดสำหรับแต่ละสินค้าของบริษัท ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่ดีจะต้องให้ข้อมูลด้านการตลาดแก่บริษัทได้ว่า ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของสินค้านั้นๆ ตลาดที่มีการเจริญเติบโตเร็วที่สุด แนวโน้มของตลาด ลักษณะและสถานการณ์ตลาด สภาพการแข่งขันของตลาด

การเลือกตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องพิจารณาให้ดีก่อนตัดสินใจและผู้ประกอบการส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย โดยพิจารณาจากประชากรและกำลังซื้อ
- พิจารณาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศที่จะส่งสินค้าไปขาย ว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด
- เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของการนำเข้าโดยศึกษาได้จากข้อมูลทางสถิติต่างๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี
- คู่แข่ง คู่แข่งที่สำคัญ ส่วนแบ่งตลาด และการส่งเสริมการขายในตลาดนั้นๆ
- ช่องทางการจำหน่าย การศึกษาสู่ทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย
- ต้องเข้าใจกฎระเบียบการนำเข้าว่า มีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- อัตราอากรการนำเข้า โควตาและใบอนุญาตนำเข้า ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้ เพื่อเตรียมพร้อมที่จะส่งออกไปยังตลาดนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง

- การขนส่ง ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออกตลอดจนค่าระวางและระยะเวลาในการขนส่ง เพื่อกำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง

- ข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้า ผู้ประกอบการส่งออกต้องมีความเข้าใจว่าประเทศนั้นๆ มีข้อกำหนดอะไรบ้างเพื่อพร้อมในการแก้ปัญหาล่วงหน้า

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากเดิมที่แนวคิดเรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางการค้าของอุตสาหกรรมได้อาศัยทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศที่การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อ การผลิตและการค้าตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้นๆ คือ ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ลักษณะของความได้เปรียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของประเทศต่างๆ ได้ด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านปัจจัยการผลิตเป็นหลัก โดยปัจจัยการผลิตเหล่านั้นจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของราคา

สุรชัย รัตนกิจตระกูล (2536 : 30-65) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงรูปแบบด้านการผลิตและการค้าระหว่างประเทศและระดับของความสามารถทางการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมในเชิงพลวัตรนั้นพื้นฐานได้ถูกกำหนดมาจากปัจจัยทางด้านราคาและปัจจัยที่มิใช่ราคาประกอบกัน ดังนั้นระดับความสามารถทางการแข่งขันจะเป็นไปตามหรือไม่เป็นไปตามรูปแบบความได้เปรียบก็ได้ เพราะนอกจากปัจจัยด้านราคาแล้วยังมีปัจจัยที่มิใช่ราคาเป็นตัวกำหนดที่สำคัญ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลและการประสานงานของฝ่ายเอกชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม

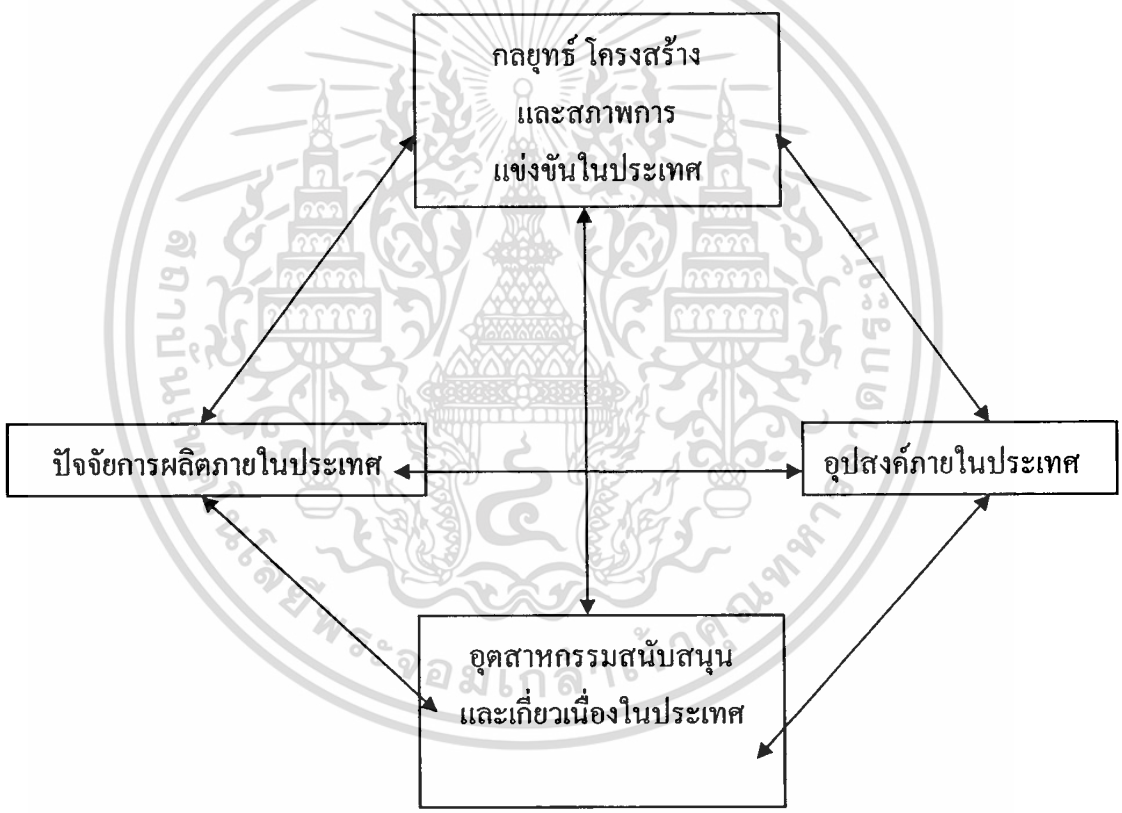
ดังนั้น จึงมีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดย Porter(1980) เขามีแนวคิดว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมของประเทศของตน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งอุตสาหกรรมในประเทศคู่แข่งเพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือที่ Porter นำมาใช้ในการอธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ก็คือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยมีตัวกำหนดบ่อเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศด้วยกัน 4 ตัว คือ

1. ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ (Factor Conditions)
2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ(Related and Supporting Industries)
4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ(Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ปัจจัยทั้ง 4 ต่างมีความสัมพันธ์ ซึ่งกันและกัน และประกอบเข้าเป็นระบบเดียวกันที่เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

ที่มา : สุรชัย รัตนกิจตระกูล(2536 : 36)

2.2.1 ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมทั่วไปประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน และที่ดิน แต่ในปัจจุบันจะต้องรวมถึงเทคโนโลยี ความรู้ และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ซึ่งหากมีเพียงพอและครบถ้วนจะทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศสูงขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจำแนกปัจจัยการผลิตในประเทศสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ

2.2.1.1 ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง

- ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานที่ไม่ชำนาญ (unskilled) และกึ่งชำนาญ (semiskilled) รวมทั้งทุนประเภทหนี้

- ปัจจัยขั้นสูง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในระดับสูง เช่น วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักบริหาร เป็นต้น

2.2.1.2 ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

- ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุนประเภทหนี้ บุคลากรระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด

- ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือการฝึกอบรมเฉพาะทาง ซึ่งอาจเป็นการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โครงสร้างพื้นฐานสำหรับจุดมุ่งหมายเฉพาะทางวิทยาการความรู้ขั้นสูงเฉพาะทาง ปัจจัยเฉพาะทางจะใช้ได้กับบางอุตสาหกรรมเป็นการเฉพาะเท่านั้น

ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยทั่วไป จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นต่ำที่ไม่ยั่งยืนและสามารถทดแทนได้ด้วยสิ่งอื่นในประเทศเดียวกัน หรือทดแทนได้ด้วยสิ่งเดียวกันในประเทศอื่น ขณะที่ปัจจัยขั้นสูงและปัจจัยเฉพาะทาง จะมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน เนื่องจากหาได้ยากและต้องอาศัยการลงทุนสูงสะสมเป็นเวลานาน ซึ่งจะทำให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่า โดยทั่วไปปัจจัยการผลิตที่ได้รับการพัฒนามากขึ้น จะมีลักษณะที่จำกัดเฉพาะทางมากขึ้นและปัจจัยเฉพาะทางจะพัฒนามาจากปัจจัยทั่วไป

การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน จะต้องมีการพัฒนาและเพิ่มปัจจัยการผลิตอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยพื้นฐานหรือปัจจัยทั่วไปสู่ปัจจัยขั้นสูงหรือปัจจัยเฉพาะทาง โดยมาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับปัจจัยขั้นสูงและปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางจะสูงขึ้นพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าของประเทศ

2.2.2 อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

อุปสงค์ภายในประเทศจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัท โดยประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ของประเทศให้รูปแบบความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนหรือเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น รวมทั้งการที่ผู้ซื้อภายในประเทศกดดันให้บริษัทต่างๆ ในประเทศพัฒนานวัตกรรมเร็วกว่าประเทศอื่นๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือในส่วนของอุตสาหกรรมนั้น ดังนั้นจะเห็นว่าลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่แตกต่างกัน จะก่อให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างประเทศในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในบางครั้งอาจเข้าใจว่าการส่งออกหรือตลาดระหว่างประเทศ มีผลทำให้อุปสงค์ภายในประเทศมีความสำคัญลดลงต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่ในความจริงแล้วนั้น อุปสงค์ภายในประเทศมีผลต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศมากกว่าอุปสงค์ในต่างประเทศหลายๆ ประเทศรวมกันเสียอีก เนื่องมาจากว่าบริษัทมีความเข้าใจในความต้องการของผู้ซื้อภายในประเทศมากกว่าความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศ ซึ่งจากความเป็นจริงได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายสำคัญต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของบริษัทและประเทศ

สำหรับอุปสงค์ภายในประเทศที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

2.2.2.1 ขนาดของตลาด ถ้าตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการรองรับการผลิตได้มาก ย่อมสร้างโอกาสที่จะลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย หรือเกิดการประหยัดเนื่องจากขนาดได้จากการผลิตครั้งละมากๆ (Economic of Scale) และผู้ผลิตยังสามารถลดต้นทุนผลิตต่อหน่วยลงได้จากการสะสมความชำนาญในการผลิตหลายๆครั้ง(Learning Curve) อีกด้วย นอกจากนี้การผลิตจำนวนมากเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศที่มีขนาดใหญ่ ยังส่งผลให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น ทำให้การผลิตในประเทศสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

2.2.2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง สำหรับ "ผู้ซื้อ" ในที่นี้หมายความรวมถึง ผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจำหน่าย และผู้ซื้อที่เป็นองค์กรหรือบริษัทต่างๆ โดยผู้ซื้อเหล่านี้จะมีส่วนในการเสริมสร้างข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ ถ้าผู้ซื้อภายในประเทศรู้จริงในการซื้อสินค้าและบริการใดๆ แล้วจะมีการตั้งมาตรฐานในการเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นไว้สูง ซึ่งเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน ส่งผลทำให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อภายในประเทศรู้จริงมากกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.2.2.3 อุปสงค์ภายในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ ถ้าอุปสงค์ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นก่อนในประเทศแล้วจึงกลายเป็นอุปสงค์สากลที่เกิดขึ้นในประเทศอื่นภายหลัง แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าอุปสงค์ภายในประเทศตอบสนองต่ออุปสงค์สากลล่าช้า ย่อมส่งผลทำให้ประเทศนั้นเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นได้

2.2.2.4 ส่วนผสมของอุปสงค์ภายในประเทศในอุตสาหกรรมหนึ่งๆ อาจมีหลายตลาด บางตลาดอาจมีลักษณะของอุปสงค์ที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก ซึ่งถ้าตลาดนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันนี้ในประเทศอื่น จะส่งผลทำให้บริษัทสามารถมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดนี้ได้ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าตลาดนั้นมีความสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในอุตสาหกรรมต่ำกว่าตลาดส่วนเดียวกันนี้ในประเทศอื่นๆ ประเทศจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นได้

2.2.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ (Support and Related Industries)

การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ย่อมมีผลทำให้อุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนนั้นสนับสนุนอยู่ มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันโดยความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เกิดขึ้น เนื่องมาจาก

2.2.3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด

2.2.3.2 ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วน หรือเครื่องจักร ซึ่งถ้าสำนักงานใหญ่ของบริษัทผู้ผลิตและของบริษัทผู้ใช้อยู่ในประเทศเดียวกัน มีกิจกรรมสำคัญและผู้บริหารอยู่ในประเทศเดียวกัน ย่อมส่งผลทำให้เกิดความร่วมมือกันอย่างจริงจังมากกว่าในกรณีที่สำนักงานใหญ่ของอีกฝ่ายหนึ่งอยู่ในประเทศเดียวกันกับบริษัทสาขาของอีกฝ่ายหนึ่ง

2.2.3.3 มีความร่วมมือกันในด้านกระบวนการนวัตกรรมและกระบวนการการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบแข่งขัน คือ ถ้าผู้ขายวัตถุดิบช่วยให้บริษัทมองเห็นถึงวิธีใหม่ โอกาสใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ บริษัทมีช่องทางที่รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลใหม่ ความคิดใหม่ มุมมองใหม่ และนวัตกรรมใหม่ของผู้ขายวัตถุดิบ ซึ่งเมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหา แลกเปลี่ยนแนวความคิดการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน ย่อมก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ในที่สุด นอกจากนี้ผู้ขายวัตถุดิบยังมักจะกระจายข้อมูลใหม่หรือนวัตกรรมให้ไปสู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งส่งผลทำให้อัตราความเร็วในการสร้างนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องต่างๆ ถูกเร่งให้เร็วขึ้น

อย่างไรก็ตาม ประเทศหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในทุกอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมหนึ่ง เพื่อทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เนื่องจากว่าวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนบางอย่างที่ไม่มีความสำคัญมากนักต่อนวัตกรรมที่เป็นบ่อเกิดของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน สามารถซื้อได้จากต่างประเทศและในส่วนของเทคโนโลยีทั่วไปที่อุตสาหกรรมนั้นนำมาใช้แต่เพียงบางส่วน ก็สามารถหาซื้อได้จากต่างประเทศเช่นกัน

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่างๆ ที่บริษัทสามารถประสานบางกิจกรรมหรือบางกิจกรรมร่วมกัน หรือหมายถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีสินค้าเสริมกันโดยกิจกรรมที่ประสานกันหรือใช้ร่วมกันอาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด หรือการบริการ เป็นต้น ซึ่งถ้าอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีบริษัทแม่อยู่ใกล้ๆ กัน และมีวัฒนธรรมเดียวกัน จะทำให้มีการร่วมมือกันอย่างจริงจังอยู่ตลอดเวลา มีการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกันนั้นให้เพิ่มมากขึ้น และนอกจากนี้จากการที่มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอยู่ในประเทศเดียวกัน ก็เป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม ซึ่งผู้แข่งขันรายใหม่ที่มาจากอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง มักนำแนวทางใหม่หรือมุมมองใหม่ในการแข่งขันเข้ามาในอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมทางด้านบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมนั้น

2.2.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท(Company Strategy Structure and Rivalry)

ปัจจัยที่เป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันปัจจัยสุดท้ายในแบบจำลองเพชร ได้แก่ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท โดยถ้าตัวกำหนดนี้ในประเทศใดสอดคล้องกับข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมใดในประเทศนั้น ตัวกำหนดนี้จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นได้

2.2.4.1 กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทภายในประเทศ วัฒนธรรมของประเทศย่อมมีผลกระทบต่อการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทภายในประเทศ ถึงแม้ว่าคงจะไม่มีประเทศใดที่ทุกบริษัทในประเทศนั้นเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างเดียวกันหมด แต่บริษัทส่วนมากในประเทศเดียวกันมักจะมีลักษณะร่วมกันบางประการที่แตกต่างจากบริษัทในประเทศอื่นๆ เช่น ในประเทศอิตาลี บริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศมักเป็นบริษัทเอกชนขนาดเล็กถึงกลางที่บริหารโดยครอบครัว ส่วนในประเทศเยอรมัน ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทมักมีพื้นฐานศึกษาทางด้านเทคโนโลยี รวมทั้งบริษัทต่างๆ มักมีระบบการจัดการและโครงสร้างองค์กรแบบมีลำดับชั้นสูง-ต่ำ เป็นต้น ประเทศมักมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่สอดคล้องกับระบบการจัดการ ที่สะท้อนถึงลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น ตัวอย่างเช่น บริษัทในประเทศอิตาลีเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมย่อยต่างๆ ที่การลดต้นทุนด้วยการผลิตครั้งละมากๆ ไม่มีความสำคัญมากนักหรือสามารถทดแทนได้ด้วยวิธีอื่น บริษัทในประเทศอิตาลีมักใช้ขอบเขตการแข่งขันแบบแคบโดยหลีกเลี่ยงสินค้ามาตรฐานและเข้าครองส่วนแบ่งการตลาดขนาดเล็กด้วยสินค้าที่มีเอกลักษณ์ บริษัทในประเทศอิตาลีมักบริหารงานด้วยเจ้าของเพียงคนเดียว ซึ่งส่งผลทำให้สามารถพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ในทางตรงกันข้ามกับบริษัทในประเทศเยอรมันที่พื้นฐานทางเทคโนโลยีของผู้บริหารทำให้บริษัทผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีมากเป็นพิเศษ สินค้าที่การผลิตต้องอาศัยความแม่นยำสูงสินค้าที่ต้องประกอบขึ้นจากชิ้นส่วนต่างๆ ที่สลับซับซ้อน หรือสินค้าที่ต้องมีการบริหารที่ดี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4.2 สภาพการแข่งขันภายในประเทศของบริษัท สภาวะการแข่งขันในประเทศทั้งในด้านราคาและด้านอื่นๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในแบบจำลองเพชรที่มีความสำคัญมากที่สุดในการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ คือ ถ้าในประเทศมีการแข่งขันที่รุนแรง จะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาต่อนวัตกรรม และต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ด้วยต้นทุนต่ำ ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันในต่างประเทศได้ดีที่สุด รวมทั้งจากการที่ในประเทศมีการแข่งขันที่รุนแรงเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องส่งออกเพื่อขยายตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าการลดต้นทุนจากการผลิตครั้งละมากๆ เป็นบ่อเกิดสำคัญของความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น

นอกจากปัจจัยในแบบจำลองเพชรทั้ง 4 แล้ว เหตุสุดวิสัยและรัฐบาลก็มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ โดยที่รัฐบาลและเหตุสุดวิสัยไม่ได้เป็นตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศโดยตรง รัฐบาลและเหตุสุดวิสัยเป็นเพียงตัวแปรที่มีผลต่อตัวกำหนดทั้ง 4 ในแบบจำลองเพชร ดังนั้นแบบจำลองเพชรที่สมบูรณ์จึงมีลักษณะดังภาพที่ 2.2

2.2.5 เหตุสุดวิสัย

เหตุสุดวิสัย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรม เช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงทางราคาปัจจัยการผลิต เช่น วิกฤติการณ์น้ำมัน การเปลี่ยนแปลงทางการเงินของโลกหรืออัตราการแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากและกะทันหันของอุปสงค์โลกหรืออุปสงค์ในแถบหนึ่งของโลก หรือการตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่นๆ

เหตุสุดวิสัยสำคัญต่อการกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ เพราะเหตุสุดวิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมในแบบจำลองเพชรหรือในบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจากประเทศอื่นเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิม ในขณะที่เหตุสุดวิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมในแบบจำลองเพชร หรือในบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม ประเทศที่จะประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนั้นก็คือ ประเทศที่แบบจำลองเพชรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ นั่นเอง

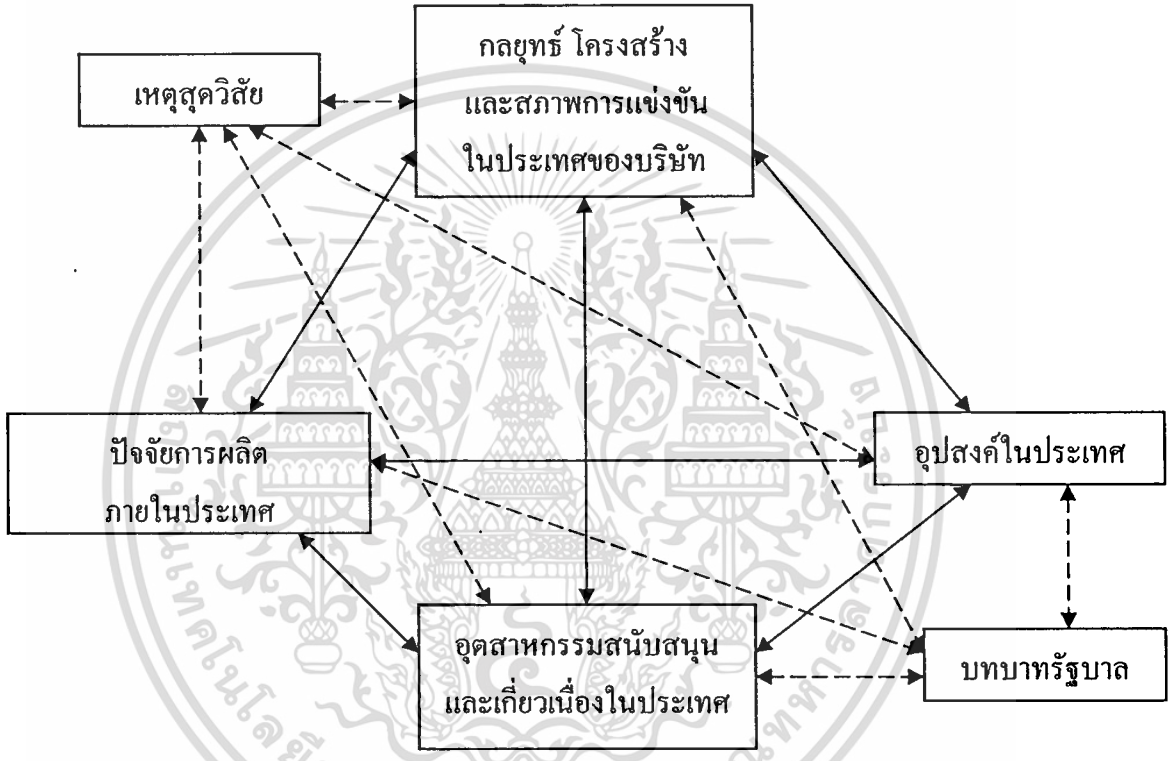
2.2.6 บทบาทรัฐบาล

บทบาทรัฐบาลมีผลและพร้อมรับผลจากตัวกำหนดทั้ง 4 เช่น ปัจจัยการผลิตภายในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านตลาดหลักทรัพย์ การศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการหลายชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น

รัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศได้เองโดยตรง การสร้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศเป็นบทบาทโดยตรงของธุรกิจเอกชน



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองเพชรที่สมบูรณ์

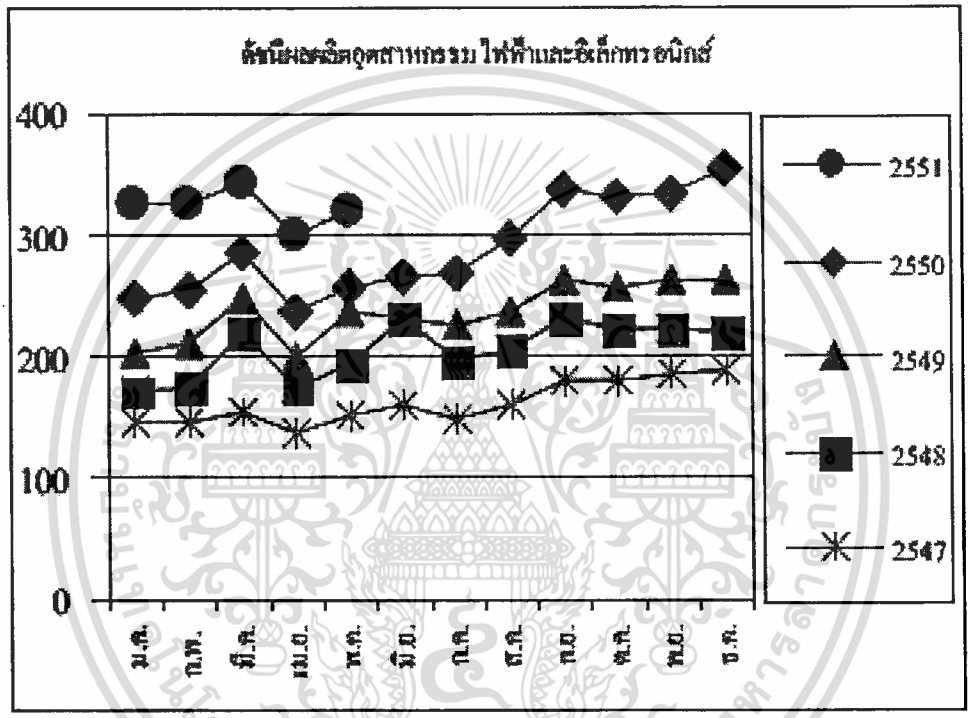
ที่มา : สุรชัย รัตนกิจตระกูล(2536 : 65)

2.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์โทรคมนาคม กลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ กลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้าน และกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ทั้งในด้านการลงทุน การจ้างงาน และการส่งออก โดยมีมูลค่าการผลิตคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีมูลค่าการลงทุนกว่า 270,000 ล้านบาท มีการจ้างแรงงานมากกว่า 400,000 คน และยังจัดเป็นสินค้าส่งออกที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของประเทศด้วยมูลค่าการส่งออกในปี 2548 สูงถึง 1,434,739 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่าส่งออกรวมทั้งประเทศ ซึ่งประเทศไทยจัดเป็นฐานการผลิตที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลประกาศนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็น Electronic Hub ของโลกในปี 2549 จากภาพที่ 2.3 จะพบว่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2550 มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเติบโตมากที่สุดในปี พ.ศ. 2550 นั่นเป็นเพราะการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั่นเอง



ภาพที่ 2.3 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี พ.ศ. 2547-2551

ที่มา : สำนักเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม (2551)

โครงสร้างของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วน จำแนกออกเป็น 3 ประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้

1) กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ พัดลม หม้อหุงข้าว ซึ่งโครงสร้างการค้าของสินค้าในกลุ่มนี้มีทั้งการผลิตเพื่อขายภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในอุตสาหกรรมและสำนักงาน เช่น หม้อแปลงไฟฟ้า มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า โดยหม้อแปลงไฟฟ้าจะขายในประเทศประมาณร้อยละ 85 ของปริมาณการผลิต และมอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้าจะขายในประเทศเพียงร้อยละ 30

3) กลุ่มส่วนประกอบและชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งผลิตภัณฑ์สำคัญคือ คอมเพรสเซอร์ ที่เน้นขายภายในประเทศเป็นหลัก

2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน จำแนกออกเป็น 4 ประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้

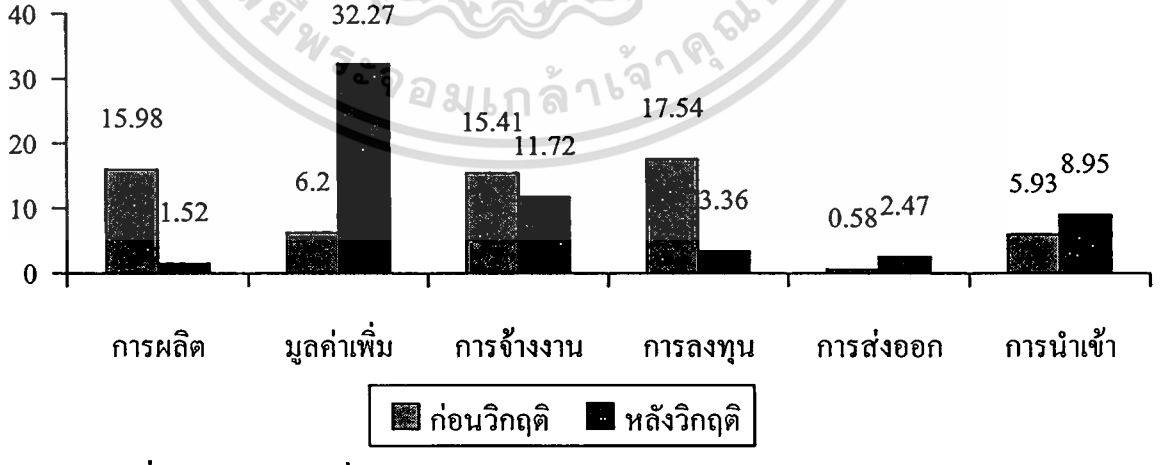
1) กลุ่มเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ภายในบ้าน โดยมีผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นวิดีโอ และเตาอบไมโครเวฟที่เน้นตลาดส่งออก และวิทยุเทปที่เน้นตลาดในประเทศ

2) กลุ่มเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมและสำนักงาน ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคำนวณอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นการผลิตเพื่อส่งออกประมาณร้อยละ 90 และเป็นสินค้าหลักที่ทำรายได้จากการส่งออก

3) กลุ่มเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์และโทรสาร โดยเป็นการผลิตเพื่อส่งออกประมาณร้อยละ 70

4) กลุ่มส่วนประกอบและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เช่น แผงวงจร และหลอดภาพโทรทัศน์สีที่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกเช่นเดียวกัน

จากการคำนวณ SCI ในเรื่อง การผลิต มูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน การลงทุน การส่งออก และการนำเข้า ก่อนและหลังวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่าโครงสร้างทั้งก่อนและหลังวิกฤติเศรษฐกิจ มีที่เปลี่ยนแปลงพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของมูลค่าเพิ่มของสินค้าและการลงทุน ซึ่งสามารถดูการเปลี่ยนแปลงได้ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ดัชนีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง (Structural Change Indicator: SCI)

ที่มา : (http://www.econ-indus.or.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า โครงสร้างส่งออกและโครงสร้างการนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนวิกฤติไม่มากนัก สาเหตุน่าจะมาจากการผลิตที่มุ่งตลาดส่งออกปีนหลักในเกือบทุกอุตสาหกรรม จึงได้รับผลกระทบค่อนข้างครอบคลุมในหลายสินค้า แต่เมื่อพิจารณาโครงสร้างการผลิต และโครงสร้างมูลค่าเพิ่มกลับพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปพอสมควร โดยเฉพาะในกรณีของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ถึงจะได้รับผลดีจากการอ่อนตัวของค่าเงินบาท แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากประเทศอื่นอย่างประเทศจีน แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะเพิ่มสูงขึ้น แต่เนื่องจากต้องปรับลดราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มมีความเสียเปรียบในด้านของต้นทุนการผลิต ก็ยิ่งส่งผลให้โครงสร้างของมูลค่าเพิ่มเปลี่ยนไปค่อนข้างมาก โดยมูลค่าเพิ่มของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าลดลงอย่างเห็นได้ชัด

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโครงสร้างการจ้างงานและการลงทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงไป พบว่า มีการลงทุนและการจ้างงานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มสูงขึ้นมาก เพราะในอนาคตการผลิตสินค้าประเภทนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าโดยเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า

สถานภาพของอุตสาหกรรมในช่วงไตรมาสแรกของปี 2551

ภาวะการผลิตสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในไตรมาสที่ 1 ปี 2551 มีดัชนีผลผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ที่ 133.06 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน โดยดัชนีผลผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.53 สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการผลิตเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 3 อันดับแรก ได้แก่พัดลม เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนคอนเดนซิ่งยูนิต เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนแฟนคอยล์ซิ่งยูนิต ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 69.62 , 50.06 และ 45.69 ตามลำดับ หากเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 5.63 สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการผลิตเพิ่มขึ้นได้แก่ กระติกน้ำร้อน ตู้เย็น และหม้อหุงข้าวไฟฟ้า ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.07 , 13.85 และ 12.88 ตามลำดับ

ภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไตรมาสที่ 1 ปี 2551 จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมพบว่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไตรมาสที่ 1 ลดลงร้อยละ 4.70 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 31.08 โดยสินค้าที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คือ Hard Disk Drive และ Other IC เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.57 และ 39.39 ตามลำดับ

ภาวะการตลาดโดยรวมของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยรวมปรับตัวสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ยกเว้นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ได้แก่โทรทัศน์สี (ขนาดจอเล็กกว่า 20 นิ้ว) เนื่องจากภาคการส่งออกโดยรวมของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วง 3 เดือนแรก ปี 2551 ร้อยละ 15.12 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยเฉพาะการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องปรับอากาศมีการขยายตัวสูงขึ้นและมีมูลค่าส่งออกสูงสุดถึงแม้จะชะลอตัวเล็กน้อยบ้างในตลาดสหรัฐและตะวันออกกลาง โดยปรับตัวลดลงร้อยละ 9.65 และ 0.76 ตามลำดับ แต่มีสัดส่วนการส่งออกเครื่องปรับอากาศที่ไทยส่งออกไปตลาดสหรัฐค่อนข้างน้อย ประมาณ 7.59% ผนวกกับการเผชิญกับสภาพอากาศร้อนในหลายประเทศ ทั่วโลก

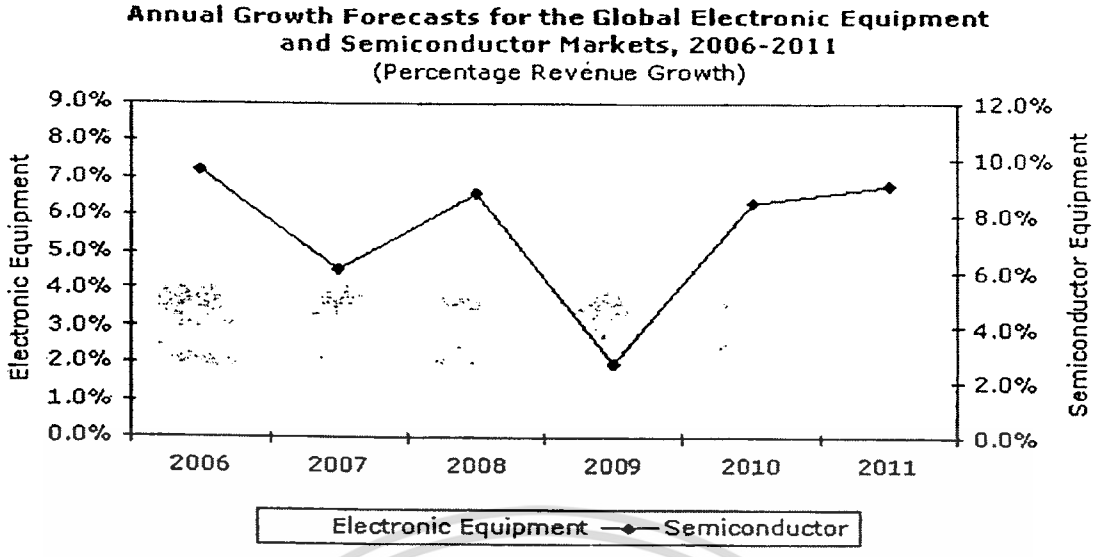
มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้ารวม ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2551 มีมูลค่า 4,478.43 ล้านเหรียญสหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.59 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันร้อยละ 15.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มูลค่าส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2551 มีมูลค่ารวม 7,484.00 ล้านเหรียญสหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 8.28 เมื่อเทียบไตรมาสก่อน และปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 9.87 ตลาดส่งออกที่มีมูลค่าสูงและการขยายตัวมากในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2551 ได้แก่ ตลาดจีน มีมูลค่าส่งอออก1,421.01 ล้านเหรียญสหรัฐ มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 47.05 ถือเป็นสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุดถึง 18.99% ของมูลค่าส่งออกอิเล็กทรอนิกส์รวม

สถานภาพของอุตสาหกรรมในช่วงไตรมาสที่สองของปี 2551

ภาวะการผลิตสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในไตรมาสที่ 2 ปี 2551 มีดัชนีผลผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ที่ 124.94 ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน โดยดัชนีผลผลิตปรับตัวลดลงร้อยละ 6.10 สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการผลิตลดลงจากไตรมาสก่อน 3 อันดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์สี (ขนาดจอเล็กกว่า 20 นิ้ว) กระติกน้ำร้อน สายไฟฟ้าปรับตัวลดลงร้อยละ 50.58 , 24.32 และ 15.78 ตามลำดับ หากเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวลดลงเช่นกันร้อยละ 5.87 สำหรับภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไตรมาสที่ 2 ปี 2551 พบว่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไตรมาสที่ 2 ลดลงร้อยละ 2.71 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 35.18 โดยสินค้าที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คือ Hard Disk Drive และ Other IC เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.73 และ 56.35 ตามลำดับ

แนวโน้มรายรับของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในตลาดโลกในช่วงปี 2006-2011 ดังภาพที่ 2.5 พบว่า ทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Semiconductor) มีการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง ทั้งนี้เนื่องจากราคาขายเฉลี่ยลดต่ำลง ตลาดหลักเช่น สหรัฐอเมริกาชะลอตัวลง และการอิ่มตัวของสินค้าเทคโนโลยีที่มีลักษณะราคาสูงเมื่อออกสู่ตลาดช่วงแรก และมีอายุสินค้าค่อนข้างสั้น ราคาต่ำลงบ้าง และมีสินค้าทดแทนลักษณะเดียวกันที่เพิ่มเทคโนโลยีเข้าไปเพื่อเพิ่มราคาขายเฉลี่ยต่อไป(http://www.oie.go.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Source: iSuppli Corp., August 2007

ภาพที่ 2.5 แนวโน้มรายรับของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในตลาดโลก ในช่วงปี 2006-2011

ที่มา : (http://www.oie.go.th)

วิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ และต้องกำหนดวิสัยทัศน์ในอนาคตข้างหน้า(อย่างน้อย 10 ปีข้างหน้า)เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตต่อไปในทิศทางที่เหมาะสม จากข้อคิดเห็นที่ได้รับจากโครงการศึกษายุทธศาสตร์รายสาขาของ ปิยะพร เอี่ยมฐิติวัฒน์(มีนาคม 2549) ทำให้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการผลักดันให้วิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้นมีความเป็นรูปธรรม ซึ่งนำไปสู่การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการต่อไปตามกรอบระยะเวลา โดยได้ข้อยุติร่วมในการวางวิสัยทัศน์ร่วม 4 ประการ ซึ่งมีลำดับความสำคัญของวิสัยทัศน์ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีความชำนาญเฉพาะด้านอย่างมืออาชีพให้แก่พนักงาน

2. ผู้ประกอบการจะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และสร้างเทคโนโลยีของตนเอง เช่น ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการกำหนดหลักสูตรการศึกษาให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม และการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาความรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ และสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ทดสอบแห่งชาติที่มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

3. ผู้ประกอบการควรมีการปรับโครงสร้างการผลิต โดยสร้างความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรม และมุ่งสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงหรือการผลิตชิ้นส่วนหลักที่สำคัญมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. องค์กรต้องมีมาตรการในการพัฒนาด้านการตลาดและการสนับสนุนการสร้างชื่อเครื่องหมายการค้าของไทย เช่น การพัฒนาตลาดเชิงรุก โดยเน้นการเผยแพร่สินค้าในต่างประเทศและการเจาะเข้าถึงผู้ซื้อโดยตรง โดยเฉพาะตลาดใหม่ๆ เช่น ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกา เป็นต้น

~~2.5~~ 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิสิต ธีรสุขพิมล(2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย ในส่วนของการวิเคราะห์ พบว่าในช่วงปี 2523-2527 ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเพิ่มการส่งออกของประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ผลมาจากความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ผลจากการส่วนประกอบของตลาดมีผลเพียงเล็กน้อย แต่ผลจากส่วนประกอบของสินค้า และการเพิ่มการค้าของโลกมีค่าทำให้การส่งออกลดลง เนื่องมาจากช่วงเวลานี้เกิดภาวะเศรษฐกิจของโลกตกต่ำ จากวิกฤติน้ำมันครั้งที่ 2 ในปี 2522 ส่วนในช่วงปี 2527-2531 ก็ยังพบว่า ผลจากความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มการส่งออกของไทยอยู่นั่นเอง แต่ในช่วงเวลานี้ ปัจจัยทางการเพิ่มการค้าของโลกมีความสำคัญเป็นอันดับสอง เนื่องจากเป็นช่วงเศรษฐกิจของโลกกำลังฟื้นฟูและเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นในช่วงที่วิเคราะห์ครอบคลุมของทั้ง 2 ช่วงคือปี 2523-2531 จึงได้รับผลกระทบรวมคล้ายๆ กัน คือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาก็คือการเพิ่มขึ้นของการค้าโลก ในขณะที่ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาดยังเป็นปัจจัยที่ประเทศไทยยังต้องปรับปรุงอยู่มาก

การอธิบายความสามารถในการแข่งขันของไทยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้เป็นการให้ความสนับสนุนแก่อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกทางด้านต่างๆ เท่าที่จะทำได้ โดยรัฐบาลไทย เช่น การคืนภาษีอากรตาม มาตรา 19 ทวิ การชดเชยค่าภาษีอากร และคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า ฯลฯ ส่วนปัจจัยภายนอก เกิดจากเหตุการณ์ภายนอกประเทศที่เอื้อต่อการส่งออกของไทยโดยไม่เจตนา ไม่สามารถควบคุมได้เอง เช่น ค่าเงินของไทยเมื่อเทียบกับค่าเงินของประเทศคู่ค้าต่ำลง ทำให้ราคาสินค้าส่งออกของไทยลดลง หรือสภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าดีขึ้น โดยในช่วงที่ทำการศึกษาทั้งสองช่วง คือ ช่วงปี 2523-2527 และช่วงปี 2527-2531 ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกต่างส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันทางด้านการส่งออกของไทยเป็นปัจจัยสำคัญต่อการส่งออกของประเทศไทยมากที่สุด

จุฑามาศ กุลรัตน์ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาการขยายตัวของผลผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 3 ทศวรรษแล้ว และยิ่งจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศแล้ว ยังผลิตเพื่อส่งออกทำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากด้วย วัตถุประสงค์ของการศึกษาฉบับนี้ จึงได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการขยายตัวของผลผลิตในอุตสาหกรรมนี้ว่ามีผลมาจากปัจจัยอะไรบ้าง โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นลักษณะทั่วไปของการผลิต การส่งออก และการนำเข้าของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่สองเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยการผลิตทุนและแรงงานต่อผลผลิต ซึ่งเดิมถือว่าเป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการขยายการผลิต และการศึกษาครั้งนี้ได้เพิ่มการศึกษาความสัมพันธ์ของการส่งออกต่อผลผลิต ซึ่งเป็นผลกระทบจากภายนอกที่มีต่อการขยายการผลิต

ผลการศึกษา พบว่าอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนในการผลิตสูงมาก และเพิ่มในอัตราที่สูงขึ้นทุกปี มูลค่าการนำเข้าสินค้าในอุตสาหกรรมนี้เมื่อเทียบกับมูลค่าการผลิตพบว่าในระยะแรกการนำเข้ามีมูลค่าที่ใกล้เคียงกับการผลิตมาก เมื่อเวลาผ่านไปการนำเข้ายิ่งเพิ่มสูงขึ้นจนมีมูลค่าสูงกว่าการผลิต และการนำเข้ายังขยายตัวไปในทิศทางเดียวกับการผลิต กล่าวคือเมื่อเพิ่มการผลิตการนำเข้าก็จะเพิ่มตามไปด้วย และเมื่อพิจารณามูลค่าของการนำเข้ากับการส่งออก พบว่าการนำเข้ามีมูลค่าที่สูงกว่าการส่งออก แม้ว่าการผลิตและการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมนี้ของไทยจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

ในส่วนของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยการผลิต ทุน แรงงาน และการส่งออกที่มีการขยายตัวของผลผลิต ปรากฏว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการขยายตัวของผลผลิต คือ ปัจจัยทุน รองลงมาคือ การส่งออก ส่วนปัจจัยแรงงาน มีบทบาทต่อการขยายตัวของผลผลิตในอุตสาหกรรมนี้น้อยที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีการพัฒนาขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงานคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่มีปัญหาการผลิตเหมือนใช้แรงงานคน สำหรับปัจจัยทุนมีความสำคัญมาก เพราะต้องใช้ในการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต รวมทั้งใช้จัดหาเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งมีราคาแพง ส่วนการส่งออกพบว่ามีความสำคัญเพิ่มขึ้นในการขยายตัวของผลผลิตในยุคปัจจุบัน เพราะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญประการหนึ่งและทำให้เกิดรายได้เป็นทุนในการขยายการผลิตในอุตสาหกรรมนี้

สุลักษณา เลาจเวชกุล (2542 : บทคัดย่อ) วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยทำการเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศอินเดีย ในตลาดโลกและตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสภาพยุโรป ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอินเดีย ซึ่งกรอบแนวการศึกษาจะใช้ทฤษฎีพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(RCA) ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะใช้กรอบแนวความคิด ความได้เปรียบเชิงแข่งขันหรือแบบจำลองเพชรของ ไมเคิล.อี.พอร์เตอร์ อันได้แก่ สภาวะปัจจัยการผลิตภายในประเทศ อุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ โครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ รวมทั้งเหตุสุดวิสัย และนโยบายของรัฐบาล

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยและประเทศอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศอื่นในโลก ประเทศอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศไทย นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในแต่ละตลาดพบว่าในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ประเทศอินเดียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศไทย ส่วนในประเทศกลุ่มสหภาพยุโรปพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศอินเดีย และในการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับพบว่าประเทศไทยขาดแคลนปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงานและมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าประเทศอินเดีย แต่คุณภาพสินค้าที่ผลิตได้จากประเทศไทยสูงกว่าประเทศอินเดีย นอกจากนี้ประเทศไทยยังเสียเปรียบประเทศอื่นๆ ในด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ตลอดจนยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพัฒนาเทคโนโลยีและแรงงานเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและเพื่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมสนับสนุนภายในประเทศ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดต่างประเทศได้

สมนึก ศิริวรรณ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมานานกว่า 30 ปี ในระยะแรกเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และตามมาด้วยการผลิตชิ้นส่วนขึ้นจนขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ในระยะเวลา 6-7 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์การส่งออกได้ขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ จนเป็น 1 ใน 10 ของอุตสาหกรรมที่ทำรายได้สูงสุดให้กับประเทศ การพัฒนาของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นผลมาจากการใช้นโยบายของรัฐในด้านการส่งเสริมการลงทุน วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย 3 ชนิด คือ การผลิตเครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ และการผลิตแผงวงจรไฟฟ้าเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งขัน คือ มาเลเซีย โดยเปรียบเทียบจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2530-2539 โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง คือ ปี พ.ศ. 2530-2534 และปี พ.ศ. 2535-2539 และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลกระทบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่ออุปสงค์การส่งออกอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 3 ชนิดของไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงเวลาดังกล่าว ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบและมีแนวโน้มที่จะได้เปรียบน้อยลง ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากขึ้นสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบนั้นพบว่า ในระยะแรกไทยและมาเลเซียต่างไม่มีความได้เปรียบในการส่งออก แต่ในระยะหลังพบว่าทั้งสองประเทศสามารถเพิ่มความได้เปรียบในการส่งออกโดยไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกกว่าประเทศมาเลเซีย และในอุตสาหกรรมการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้าไทยและมาเลเซียต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกตั้งแต่ระยะเริ่มต้นที่ศึกษา แต่ประเทศมาเลเซียมีความได้เปรียบมากกว่าไทยหลายเท่า การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 ประเภทของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การส่งออก คือ มูลค่าการส่งออกในปีที่ผ่านมา และอัตราเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลล่าร์สหรัฐอเมริกา จากการศึกษาความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 1 โดยมูลค่าการส่งออกในปีที่ผ่านมามีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ข้อเสนอแนะของการศึกษา การส่งออกอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งขันได้ รัฐบาลควรสนับสนุนและส่งเสริมให้การผลิตวัตถุดิบและชิ้นส่วนสำคัญในประเทศเพื่อทดแทนการพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ ปรับปรุงเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อพัฒนาการผลิตใหม่ การแก้ไขปัญหาอัตราค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นตลอดจนศึกษาพฤติกรรมของประเทศคู่แข่งขัน

ราวดี สุริสระพันธ์ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ขอบเขตของการศึกษา คือ เพื่อวิเคราะห์ผลประกอบการในสภาพของปัจจัยการผลิต สภาพอุปสงค์ กลยุทธ์ โครงสร้างและคู่แข่งของบริษัท และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน ตลอดจนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกสองประการคือ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด และนโยบายและบทบาทไทย

การศึกษานี้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารไทยคือ สภาพปัจจัย กลยุทธ์ของบริษัท และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน สภาพเงื่อนไขตลาดในประเทศอันหมายถึงสภาพความต้องการและสภาพการแข่งขันไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า ปัจจัยขั้นสูงได้แก่ ทรัพยากรบุคคลและการผลิตและเทคโนโลยี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการประกอบการส่งออก เริ่มจากทรัพยากรบุคคล ตามด้วยการผลิตและเทคโนโลยีและกลยุทธ์ของบริษัท

ผลการศึกษาสรุปว่า บริษัทส่งออกควรปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการส่งออกระยะสั้นด้วยการใช้กลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการวางแผนเพิ่มยอดขาย การวางแผนเพิ่มลูกค้า การบริการควบคุมปริมาณ และการควบคุมคุณภาพ บริษัทควรมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว โดยการพัฒนาบุคลากรทางด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า การเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถของบุคลากร และจัดการฝึกอบรมบุคลากร บริษัทควรมีการลงทุนในด้านการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต โดยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต และนวัตกรรมการผลิต รัฐบาลสามารถเพิ่มศักยภาพให้บริษัทส่งออกอาหารด้วยการสนับสนุนผ่านสถาบันที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยและพัฒนาในด้านการผลิต และการค้าสำหรับทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้ได้เสนอความคิดสำหรับงานวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

ธันวิน รุ่งเรืองฤทธิ์(2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดโลกพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านความสามารถในการส่งออกและมีความได้เปรียบทางด้านความถนัดในการส่งออก โดยในช่วงปี พ.ศ. 2529-2539 พบว่าทั้งความสามารถในการส่งออกและความถนัดในการส่งออกมีค่าดัชนีที่ถดถอยลง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2529-2543 พบว่า ในตลาดญี่ปุ่นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง คือรายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งออกกุ้งสดแช่เย็นของไทย สำหรับตลาดสหรัฐอเมริกาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย คือ รายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทั้งตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยจัดว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถเชิงแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยไปตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกาตามแนวคิดของ Michael E. Porter โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งพบว่าในตลาดญี่ปุ่นและตลาดอเมริกาผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นมีจุดแข็งซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี คุณภาพสินค้า มีการบริหารทางการเงินที่ดี ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ แต่มีปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต ไม่มีการแบ่งงานกันทำที่ชัดเจนและขาดการประเมินผลงาน มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้ ผู้ประกอบการควรประหยัดค่าใช้จ่ายในทุกๆ ด้านลงและภาครัฐบาลควรปรับลดภาษีที่เกี่ยวกับการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งเพื่อเป็นลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งควรสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจะได้สร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ธีรพัชร โอพารกิจอนันต์ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกผ้าไหมในประเทศไทย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกผ้าไหมในประเทศไทย ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก การตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ และเพื่อเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของผู้ส่งออกจำแนกตาม ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน และปริมาณการส่งออกผ้าไหม กับปัญหาการดำเนินงานของผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งออกผ้าไหมด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก การตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ส่งออกผ้าไหมจำนวน 37 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยทำการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1) ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกผ้าไหม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับปัญหาในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับจากมาไปหาน้อย ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การตลาด และการเตรียมผลิตภัณฑ์ส่งออก ตามลำดับ

2) การเปรียบเทียบลักษณะของผู้ส่งออกกับปัญหาในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ส่งออกผ้าไหมที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกแตกต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนระยะเวลาในการดำเนินงานและปริมาณการส่งออกผ้าไหมที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ผู้ส่งออกผ้าไหมมีปัญหาการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัชราภรณ์ ตรีวุฒิกชกร (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการเครื่องปรับอากาศในประเทศไทยในด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศ โดยแบ่งตามชนิดของเงินลงทุน ลักษณะของการลงทุน ระยะเวลาในการดำเนินงาน ลักษณะของประเภทของการผลิต ขอบเขตการดำเนินธุรกิจ และขนาดของเครื่องปรับอากาศที่ผลิต กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศไทยในด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาดและด้านสภาพแวดล้อมจากภายนอก (3) เพื่อศึกษาแนวทางข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศ จำนวน 62 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยทำการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศ อยู่ในระดับปานกลางโดยมีระดับปัญหาในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการผลิต และด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศ กับปัญหาในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุน และลักษณะของประเภทของการผลิตมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะของการลงทุน ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขอบเขตการดำเนินธุรกิจต่างกัน และขนาดของเครื่องปรับอากาศที่ผลิตที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประกิต ลังแท้ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้

เนื้อหาของการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับ ในด้านปัจจัยการผลิตในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านการสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท ด้านบทบาทรัฐบาล และด้านเหตุสุดวิสัย และการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของผู้ส่งออกแบ่งตาม ประเภทของระบบการผลิต ระยะเวลาในการดำเนินงาน ปริมาณการส่งออก ต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้จำนวน 95 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและการทดสอบ t-test โดยทำการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1) เจตคติต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีระดับความสำคัญของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติในปัจจัยต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ 1. ด้านบทบาทรัฐบาล 2. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ 3. ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท 4. ด้านสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศ 5. ด้านเหตุสุดวิสัย และ 6. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

2) การเปรียบเทียบลักษณะของผู้ส่งออกกับเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับ พบว่า ผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ที่มีประเภทของระบบการผลิต ระยะเวลาในการดำเนินงานและปริมาณการส่งออกแตกต่างกันมีเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภากร อุดม (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถยนต์ไทย ด้านผลการแข่งขันและปัจจัยต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกของไทยเปรียบเทียบกับจีนในกรณีตลาดญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2543-2549 มาวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของไทยและจีนตามทฤษฎีระบบเพชรสมบูรณ์ของไมเคิล อี พอร์เตอร์

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถยนต์ไทยไม่มีความสามารถในการแข่งขันกับจีนในตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากไทยมีการผลิตที่เน้นใช้แรงงานโดยเฉพาะแรงงานไร้ฝีมือเหมือนจีน แต่มีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าประกอบกับจีนสามารถส่งสินค้าไปยังญี่ปุ่นได้รวดเร็วกว่าอีกทั้งมีวัตถุดิบในการผลิตที่พร้อมกว่าและมีตลาดภายในประเทศขนาดใหญ่รองรับทำให้มีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า ปัจจุบันระบบการจัดการของบริษัทรถยนต์ทั่วโลกมักใช้วิธีการจัดหาจากทั่วโลกและการสร้างเครือข่าย supply chain ในการจัดหาชิ้นส่วนรถยนต์ ทำให้ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าชิ้นส่วนรถยนต์จากจีนมากกว่าไทยและจีนสามารถครองส่วนแบ่งสูงสุดในตลาดญี่ปุ่นได้ การที่ญี่ปุ่นยังคงนำชิ้นส่วนรถยนต์จากผู้ผลิตไทยบ้าง เนื่องจากผู้ผลิตนั้นเป็นบริษัทในเครือหรือเป็นบริษัทที่ญี่ปุ่นร่วมทุนด้วย นอกจากนี้ชนิดของชิ้นส่วนรถยนต์ที่ผลิตในประเทศไทยหลายชนิดใช้ในญี่ปุ่นไม่ได้ เนื่องจากรถยนต์ที่ผลิตในญี่ปุ่นและในไทยบางครั้งมีรุ่นและแบบเหมือนกัน

ดังนั้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ภาครัฐควรมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องให้มีความสามารถมากขึ้น โดยเฉพาะการผลิตวัตถุดิบ ส่วนภาคเอกชนควรให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนามากขึ้น เพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นในการผลิต นอกจากนี้ภาครัฐควรเจรจาการค้าระหว่างประเทศเพื่อหาตลาดใหม่เพิ่มขึ้นและพัฒนาท่าเรือให้มีความสะดวกมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การกำหนดค่าของตัวแปร

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งจะมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวนทั้งหมด 33 ราย รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการจากข้อมูลของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ข้อมูล ณ สิ้นเดือนมกราคม 2551

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane(บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542 : 5) คือ

$$n = N / (1 + Ne^2) \qquad (3.1)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

N = จำนวนประชากรในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 33 ราย

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 5

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = 33 / (1+ (33 \times 0.05^2))$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 31 ราย โดยผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 33 ราย เกินกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เป็นการเผื่อในกรณีไม่ตอบกลับ ตอบไม่ครบถ้วน หรือกรณีอื่น ที่ทำให้ได้คำตอบไม่สมบูรณ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิด โดยส่งไปให้ประชากรที่เป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้การตอบกลับทางไปรษณีย์(By Mail Method) ดังนี้

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกที่เป็นตัวแปรอิสระ คือ

1. ลักษณะธุรกิจส่งออก
2. ระยะเวลาในดำเนินงาน
3. มูลค่าการส่งออก
4. ตลาดส่งออก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยลักษณะของแบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert's Scale จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ ได้เปรียบมากที่สุด ได้เปรียบมาก ได้เปรียบปานกลาง ได้เปรียบน้อย และได้เปรียบน้อยที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107-108)

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	**ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ**
ได้เปรียบมากที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 5 คะแนน
ได้เปรียบมาก	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 4 คะแนน
ได้เปรียบปานกลาง	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 3 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้เปรียบน้อย	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 2 คะแนน
ได้เปรียบน้อยที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 1 คะแนน

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต หมายถึง วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน
- ปัจจัยระดับสูงในการผลิต หมายถึง การออกแบบ เทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาบุคลากร มาตรฐานการผลิต

2. อุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านขนาดตลาดภายในประเทศ การเติบโตของตลาดในประเทศ

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านการขนส่งสินค้าภายในประเทศ การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบสาธารณูปโภค ระบบการเงินการธนาคาร ระบบการประกันภัย อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศ

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การส่งออกของบริษัท การวางแผนการตลาด การส่งมอบสินค้าทันเวลา การควบคุมคุณภาพสินค้า กลยุทธ์ด้านราคาต่ำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง การสร้างตราสินค้า

5. บทบาทรัฐบาล ได้แก่ ปัจจัยในด้านระบบบริหารศุลกากร ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก การสนันสนุนศึกษาในหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การรับรองมาตรฐานการผลิต

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาตร์และสังคมศาสตร์ ของพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 94-111) และระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ของสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2540 : 165-2 10)

3. กำหนดประเด็นและขอบข่ายของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน รายละเอียดดังได้กล่าวขั้นต้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอความคิดเห็นในการพิจารณาด้านความครอบคลุมเนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเขียนให้มีความเหมาะสม

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มีรายนามดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. อ. ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. คุณดุษฎี ศุขสาตร	ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจ	บริษัท มิตซูบิชิ เฮฟวี่ อินดัสตรี่ส์-มหาจักร แอร์ คอนดิชั่นเนอร์ จำกัด
3. คุณวิฑูรย์ จรัสรัชวานิช	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท ควอลิตี้รีพอร์ท จำกัด

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมให้พิจารณาเพื่อความสมบูรณ์อีกครั้ง แล้วจึงนำไปสอบถาม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

3.3.1.1 ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรโดยการส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว หนังสือราชการจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม รวมจำนวน 33 ชุด เกินกว่าขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ในข้อ 3.1.2 เป็นการเผื่อไว้ในกรณีไม่ตอบกลับ ตอบไม่ครบถ้วน หรือกรณีอื่นๆ ที่ทำให้ได้คำตอบไม่สมบูรณ์ และส่งแบบสอบถามที่ตอบแล้วกลับคืนผู้วิจัยทางไปรษณีย์ตามซองจดหมายที่แนบไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1.2 ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์

3.3.1.3 นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นคว้า รวบรวม จากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสาร การสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การกำหนดค่าของตัวแปร

ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ส่งออก ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2543:107-108)

คะแนนเฉลี่ย	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์
4.500 - 5.000	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด
3.500 - 4.499	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก
2.500 - 3.499	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง
1.500 - 2.499	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันน้อย
1.000 - 1.499	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับ Likert's Scale ที่มีคำตอบให้เลือกทั้งหมด 5 ระดับ จะใช้เกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2541 : 74)

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.000 – 0.999 หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.000 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistical Package for the Sciences for windows) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.5.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม

3.5.2 นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และแปรผลในโปรแกรมทางสถิติ โดย

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลส่วนบุคคล นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปร

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกเครื่อง ใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าร้อยละ (Percentage) ของตัวแปร

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการนำมาเปรียบเทียบเพื่อแปลความหมายกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ จากนั้นทำการเปรียบเทียบระดับคะแนนของความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต ปัจจัยระดับสูงในการผลิต ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท ด้านบทบาทรัฐบาล ที่มีต่อลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในดำเนินการ มูลค่าการส่งออก ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนาในส่วนของข้อมูลปลายเปิด(Open ended) ซึ่งเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.6.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้หาค่าร้อยละของแบบสอบถามในตอนที่ 1 และ 2 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลของแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \qquad (3.2)$$

3.6.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต หรือค่ามัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 137-142)

$$\overline{X} = \frac{\sum X}{n} \qquad (3.3)$$

เมื่อ $\overline{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

ΣX แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

3.6.1.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ยเลขคณิต เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 143)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \qquad (3.4)$$

เมื่อ S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

X หมายถึง คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.6.2 สถิติอนุมาน(Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงลักษณะของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้แก่ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินงาน ปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออก ต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกในด้านต่างๆ

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน ปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออกกับตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 168-172)

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ $H_0 : \mu_1 = \mu_2 = ... = \mu_k$

$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$ เมื่อ $i \neq j$ โดยที่ $i, j = 1,2,..., k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MSb}{MSw} \tag{3.5}$$

วิธีวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ แสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k-1$	$SSb = \sum_{i=1}^{k} n_i (x_i - \bar{x}..)^2$	$MSb = \frac{SSb}{k-1}$	$F = \frac{MSb}{MSw}$
Within Group	$n-k$	$SSw = \sum_{i=1}^{k}\sum_{j=1}^{n_j} (x_{ij} - \bar{x}_i.)^2$	$MSw = \frac{SSw}{n-k}$	
Total	$n-1$	$SSt = \sum_{i=1}^{k}\sum_{j=1}^{n_j} (x_{ij} - \bar{x}..)^2$		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ k คือ จำนวนประชากร

n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด

n_i คือ ขนาดตัวอย่างของประชากรที่ i

x_{ij} คือ คะแนนของตัวอย่างที่ j ของประชากรที่ i

x_i คือ คะแนนรวมของตัวอย่างของประชากรที่ i

$\bar{x}_{i.}$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของประชากรที่ i

$\bar{x}_{..}$ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของประชากรที่ i

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1),(n-k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1),(n-k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.6.2.2 การวิเคราะห์ Least-Significant Different (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$
2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2},n-k}\sqrt{MSw\left(\frac{1}{n_i}-\frac{1}{n_j}\right)} \qquad (3.6)$$

3. คำนวณหาค่า $|\bar{x}_{i.}-\bar{x}_{j.}|$ เมื่อ $i \neq j$ โดยที่ $i, j = 1,2,\ldots, k$
4. ถ้าค่า $|\bar{x}_{i.}-\bar{x}_{j.}|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ถ้าค่า $|\bar{x}_{i.}-\bar{x}_{j.}|$ ที่คำนวณได้ มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการวิจัย

จากการส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัทของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 31 ราย ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.8 ของกลุ่มตัวอย่าง

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก ตลาดส่งออก ขนาดของกิจการ ลักษณะการลงทุน และปัจจัยวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ แบ่งเป็น 2 ด้านคือ ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต ปัจจัยระดับสูงในการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ปัจจัยด้านโครงสร้างกลยุทธ์ สภาพการแข่งขันในประเทศ และปัจจัยด้านบทบาทรัฐบาล

4.3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบส่งออกที่ประกอบไปด้วย ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออก ที่แตกต่างกัน

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับนโยบายภาครัฐเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก ตลาดส่งออก ขนาดของกิจการ ลักษณะการลงทุน และปัจจัยวัดความสำเร็จ ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	14	46.7
หญิง	16	53.3
รวม	**30**	**100.0**
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	5	16.7
30-40 ปี	15	50.0
มากกว่า 40-50 ปี	8	26.7
มากกว่า 50 ปี	2	6.6
รวม	**30**	**100.0**
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	3.3
ปริญญาตรี	18	60.0
สูงกว่าปริญญาตรี	11	36.7
รวม	**30**	**100.0**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4. ประสบการณ์ทำงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	4	13.3
มากกว่า 5-10 ปี	9	30.0
มากกว่า 10-15 ปี	11	36.7
มากกว่า 15 ปี	6	20.0
รวม	**30**	**100.0**
5. ลักษณะธุรกิจส่งออก		
เป็นผู้ผลิตเอง	18	60.0
รับซื้อจากแหล่งผลิต	6	20.0
แบบผสม	6	20.0
รวม	**30**	**100.0**
6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
ต่ำกว่า 10 ปี	6	20.0
10-20 ปี	15	50.0
มากกว่า 20 ปี	9	30.0
รวม	**30**	**100.0**
7. มูลค่าการส่งออก		
น้อยกว่า 200 ล้านบาท	18	60.0
200-400 ล้านบาท	6	20.0
มากกว่า 400 ล้านบาท	6	20.0
รวม	**30**	**100.0**
8. ตลาดส่งออก		
สหรัฐอเมริกา	5	16.7
จีน	4	13.3
ฮ่องกง	2	6.7
ญี่ปุ่น	10	33.3
สิงคโปร์	3	10.0
อื่นๆ	6	20.0
รวม	**30**	**100.0**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
9. ขนาดของกิจการ		
ขนาดย่อม	10	33.3
ขนาดกลาง	12	40.0
ขนาดใหญ่	8	26.7
รวม	**30**	**100.0**
10. ลักษณะการลงทุน		
ชาวไทยทั้งหมด	14	46.7
ต่างชาติทั้งหมด	7	23.3
ร่วมลงทุน	9	30.0
รวม	**30**	**100.0**
11. ปัจจัยวัดความสำเร็จ		
มูลค่าการส่งออก	20	32.8
กำไรจากการส่งออก	16	26.2
การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก	9	14.8
การเพิ่มจำนวนลูกค้า/ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก	14	22.9
ปัจจัยอื่นๆ	2	3.3

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 เพศชาย 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 40-50 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ประสบการณ์ทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10-15 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมามีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 และประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3

ลักษณะธุรกิจส่งออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเอง จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่รับซื้อจากแหล่งผลิตและกลุ่มที่เป็นแบบผสมเท่ากัน 2 กลุ่มเป็น จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0

ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 10-20 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20

มูลค่าการส่งออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 200 ล้านบาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมามีมูลค่าการส่งออกระหว่าง 200-400 ล้านบาทและมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาทเท่ากัน 2 กลุ่ม เป็นจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือประเทศอื่นๆ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ประเทศจีน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ประเทศสิงคโปร์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และประเทศฮ่องกง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดของกิจการ โดยพิจารณาจากสินทรัพย์การลงทุน โดยที่กิจการขนาดย่อม คือสถานประกอบการที่มีสินทรัพย์การลงทุนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กิจการขนาดกลาง คือ สถานประกอบการที่มีสินทรัพย์การลงทุน 50 ล้านบาท ถึง 200 ล้านบาท ส่วนกิจการขนาดใหญ่ คือ สถานประกอบการที่มีสินทรัพย์การลงทุนเกิน 200 ล้านบาท พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดกลาง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็นกิจการขนาดย่อมมีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และกิจการขนาดใหญ่ มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7

ลักษณะการลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และการลงทุนเป็นชาวต่างชาติทั้งหมด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3

ปัจจัยวัดความสำเร็จ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของสถานประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย ส่วนใหญ่ใช้มูลค่าการส่งออก จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาใช้กำไรจากการส่งออก จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 การเพิ่มจำนวนลูกค้า/ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอื่นๆ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามปัจจัย 5 ด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการของบริษัทผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ราย จำแนกตามปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

4.2.1 ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังในด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต				
1. วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย	3.867	0.819	มาก	2[a]
2. วัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีราคาต่ำ	3.867	1.106	มาก	2[a]
3. วัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีคุณภาพดี	4.100	0.885	มาก	1
4. แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย	3.633	0.809	มาก	7
5. แรงงานมีราคาถูก	3.700	0.794	มาก	6
6. แรงงานมีทักษะความรู้และฝีมือดี	3.833	0.874	มาก	4
7. เงินทุนที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย	3.767	0.971	มาก	5
8. แหล่งเงินทุนที่หาได้มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.600	0.932	มาก	8
ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยพื้นฐานในการผลิต	**3.796**	**0.646**	**มาก**	
ปัจจัยระดับสูงในการผลิต				
1. มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	4.000	0.743	มาก	6
2. มีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	3.967	0.928	มาก	7
3. มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความชำนาญด้านการตลาดเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	4.100	0.712	มาก	3
4. มีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง	3.667	0.758	มาก	9
5. มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	4.033	0.615	มาก	5
6. มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง	4.067	0.868	มาก	4
7. มีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง	3.933	0.868	มาก	8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
8. มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.433	0.774	มาก	1
9.มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม เช่น RoHs, REACH, WEEE, CCC Mark และ JIS Mark	4.167	0.834	มาก	2
ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยระดับสูงในการผลิต	**4.041**	**0.556**	**มาก**	
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.926**	**0.524**	**มาก**	

หมายเหตุ : [a] หมายถึง ลำดับที่เท่ากัน

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.926 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.524 และปัจจัยการผลิตภายในประเทศ แบ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการผลิต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.796 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.646 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 วัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีคุณภาพดี มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.100 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

ลำดับที่ 2 วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย และวัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีราคาต่ำ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.867 และวัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่ายมีการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.819 ส่วนวัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีราคาต่ำมีการกระจายของข้อมูลมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.106

ลำดับที่ 4 แรงงานมีทักษะความรู้และฝีมือดี มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.833 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.874

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 5 เงินทุนที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.767 และมีการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.971

ลำดับที่ 6 แรงงานมีราคาถูก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.700 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.794

ลำดับที่ 7 แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.633 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.809

ลำดับที่ 8 แหล่งเงินทุนที่หาได้มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.600 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.932

ปัจจัยระดับสูงในการผลิตในภาพรวมให้ระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.041 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.556 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.433 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.774

ลำดับที่ 2 มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม เช่น RoHs, REACH, WEEE, CCC Mark และ JIS Mark มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.167 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.834

ลำดับที่ 3 มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความชำนาญด้านการตลาดเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.100 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.712

ลำดับที่ 4 มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.067 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.868

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 5 มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.033 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.615

ลำดับที่ 6 มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.000 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.743

ลำดับที่ 7 มีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.967 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.928

ลำดับที่ 8 มีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.933 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.868

ลำดับที่ 9 มีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.667 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.758

4.2.2 ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังในด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่	3.400	0.932	ปานกลาง	1
2. ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง	3.267	1.015	ปานกลาง	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
3. ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ	3.367	0.809	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.344**	**0.785**	**ปานกลาง**	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.344 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.785 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.400 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.932

ลำดับที่ 2 ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.367 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.809

ลำดับที่ 3 ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.267 และการกระจายของข้อมูลมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.015

4.2.3 ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังในด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	**n = 30**		**ระดับความคิดเห็น**	**ลำดับที่**
	$\overline{X}$	**S.D.**		
1. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	3.800	0.761	มาก	5
2. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	4.033	0.556	มาก	1[a]
3. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ	3.733	0.583	มาก	6[a]
4. ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา	3.533	0.730	มาก	9[a]
5. ระบบการเงินการธนาคาร	4.033	0.669	มาก	1[a]
6. ระบบการประกันภัย	3.700	0.750	มาก	8
7. ระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์	3.867	0.860	มาก	4
8. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	3.733	0.907	มาก	6[a]
9. อุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ	4.033	0.765	มาก	1[a]
10. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ	3.533	0.730	มาก	9[a]
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.800**	**0.461**	**มาก**	

หมายเหตุ : [a] หมายถึง ลำดับที่เท่ากัน

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.800 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.461 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบการเงินการธนาคาร และอุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.033 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.556, 0.669 และ 0.765 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 4 ระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.867 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.860

ลำดับที่ 5 ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.800 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.761

ลำดับที่ 6 ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศและอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.733 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.583 และ 0.907 ตามลำดับ

ลำดับที่ 8 ระบบการประกันภัย มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.700 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.750

ลำดับที่ 9 ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.533 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.730

4.2.4 ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	**n = 30**		**ระดับความคิดเห็น**	**ลำดับที่**
	$\overline{X}$	**S.D.**		
ปัจจัยด้านกลยุทธ์				
1. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออก	4.233	0.728	มาก	4
2. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	4.133	0.819	มาก	6
3. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด	4.467	0.730	มาก	2
4. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด	4.567	0.626	มากที่สุด	1
5. บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำกว่าในการแข่งขัน	3.500	0.974	มาก	9
6. บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน	4.167	0.894	มาก	5
7. บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน	4.267	0.740	มาก	3
8. บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ(BRAND NAME) ของบริษัทเป็นจุดขาย	3.900	1.094	มาก	7
9. บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย (MADE IN THAILAND/THAILAND BEST) เป็นจุดขาย	3.567	0.935	มาก	8
ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์	**4.089**	**0.599**	**มาก**	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
ปัจจัยด้านโครงสร้าง				
1. บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อส่งออกโดยตรง	3.600	0.814	มาก	3
2. บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก	4.067	0.692	มาก	1
3. บริษัทมีโครงสร้างองค์กรสอดคล้องกับธุรกิจส่งออก	3.967	0.765	มาก	2
ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้าง	**3.878**	**0.616**	**มาก**	
ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท				
1. ระดับการแข่งขันของตลาดภายในประเทศ	3.600	1.037	มาก	1
2. การแข่งขันในประเทศที่สูงมีผลให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก	3.500	0.900	มาก	2
ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท	**3.550**	**0.894**	**มาก**	
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.967**	**0.542**	**มาก**	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.967 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.452

โดยจำแนกเป็นปัจจัยด้านกลยุทธ์ในภาพรวมให้ระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.089 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.599 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.567 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.626

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 2 บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.467 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.730

ลำดับที่ 3 บริษัทบริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.267 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.734

ลำดับที่ 4 บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.233 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.728

ลำดับที่ 5 บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.167 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.834

ลำดับที่ 6 บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.133 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.819

ลำดับที่ 7 บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ(BRAND NAME) ของบริษัทเป็นจุดขาย มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.900 และการกระจายของข้อมูลมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.094

ลำดับที่ 8 บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย(MADE IN THAILAND/THAILAND BEST) เป็นจุดขาย มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.567 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.935

ลำดับที่ 9 บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำกว่าในการแข่งขัน มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.500 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.974

ปัจจัยด้านโครงสร้างในภาพรวมให้ระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.878 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.616 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.067 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.692

ลำดับที่ 2 บริษัทมีโครงสร้างองค์กรสอดคล้องกับธุรกิจส่งออก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.967 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.765

ลำดับที่ 3 บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อส่งออกโดยตรง มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.600 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.814

ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทในภาพรวมให้ระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.550 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.894 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ระดับการแข่งขันของตลาดภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.600 และการกระจายของข้อมูลมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.037

ลำดับที่ 2 การแข่งขันในประเทศที่สูงมีผลให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.500 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.900

4.2.5 ด้านบทบาทรัฐบาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังในด้านบทบาทรัฐบาล มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ด้านบทบาทรัฐบาล

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านบทบาทรัฐบาล	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. ระบบการบริหารงานศุลกากร	3.833	0.792	มาก	4
2. ระบบการยกเว้นภาษีและการคืนภาษี	4.267	0.828	มาก	1
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษี	4.033	0.928	มาก	2
4. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรฐานสิ่งแวดล้อม, มาตรฐาน RoHs, มาตรการใช้แรงงานเด็ก	3.967	1.033	มาก	3
5. ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งออก	3.800	0.805	มาก	5
6. การสนับสนุนการศึกษาหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	3.500	0.938	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.900**	**0.646**	**มาก**	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านบทบาทรัฐบาล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.900 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.646 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ระบบการยกเว้นภาษีและการคืนภาษี มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.267 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.828

ลำดับที่ 2 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษี มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.033 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.928

ลำดับที่ 3 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรฐานสิ่งแวดล้อม, มาตรฐาน RoHS, มาตรการใช้แรงงานเด็ก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.967 และการกระจายของข้อมูลมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.033

ลำดับที่ 4 ระบบการบริหารงานศุลกากร มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.833 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.792

ลำดับที่ 5 ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งออก มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.800 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.805

ลำดับที่ 6 การสนับสนุนการศึกษาหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.500 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.938

4.2.6 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ และด้านบทบาทรัฐบาลของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 5 ด้านในภาพรวม ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและการจัดลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	n = 30		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\overline{X}$	S.D.		
1. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	3.925	0.524	มาก	2
2. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	3.344	0.785	ปานกลาง	5
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	3.800	0.461	มาก	4
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	3.967	0.542	มาก	1
5. ด้านบทบาทรัฐบาล	3.900	0.646	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.800**	**0.435**	**มาก**	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.800 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.435 และระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.967 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.542

ลำดับที่ 2 ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.925 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.524 ปัจจัยในการผลิตภายในประเทศแบ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการผลิตและปัจจัยระดับสูงในการผลิต มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.796 และ 4.041 ตามลำดับ และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.646 และ 0.556 ตามลำดับ

ลำดับที่ 3 ด้านบทบาทรัฐบาล มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.900 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.656

ลำดับที่ 4 ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.800 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.461

ลำดับที่ 5 ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.344 และการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.785

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีลักษณะสถานประกอบการแตกต่างกัน

4.3.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก

โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	ลักษณะธุรกิจส่งออก				
	เป็นผู้ผลิตเอง n = 18 $\overline{X}$	รับซื้อจากแหล่งผลิต n = 6 $\overline{X}$	แบบผสม n = 6 $\overline{X}$	F	p-value
1. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	3.804	4.245	3.971	1.701	0.202
1.1 ด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต	3.569	4.250	4.021	3.449	0.046*
1.2 ด้านปัจจัยระดับสูงในการผลิต	4.012	4.241	3.926	0.523	0.599
2. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	3.389	3.278	3.278	0.067	0.935
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	3.750	3.717	4.033	0.971	0.392
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	3.893	4.262	3.893	1.121	0.341
5. ด้านบทบาทรัฐบาล	3.824	4.222	3.806	0.931	0.406
ในภาพรวม	**3.748**	**4.003**	**3.751**	**0.806**	**0.457**

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.457 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านปัจจัยระดับสูงในการผลิต ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ และด้านบทบาทรัฐบาล ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาความแตกต่างของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแต่ละกลุ่มลักษณะธุรกิจส่งออก โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงไว้ในตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิตของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD

ลักษณะธุรกิจส่งออก	$\overline{X}$	กลุ่มที่	p-value		
			กลุ่มที่		
			1	2	3
เป็นผู้ผลิตเอง	3.569	1	-	0.023*	0.121
รับซื้อจากแหล่งผลิต	4.250	2	-	-	0.512
แบบผสม	4.021	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ในด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเองมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกับผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากแหล่งผลิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.569 ต่ำกว่าผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากแหล่งผลิต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.250 ส่วนผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกแบบผสมมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกับผู้ประกอบการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเอง และประเภทรับซื้อจากแหล่งผลิต

4.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4.10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยวิธี One-way ANOVA

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	ระยะเวลาในการดำเนินงาน				
	ต่ำกว่า 10 ปี n = 6 $\overline{X}$	10 – 20 ปี n = 15 $\overline{X}$	มากกว่า 20 ปี n = 9 $\overline{X}$	F	p-value
1. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	4.147	3.894	3.830	0.697	0.507
1.1 ด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต	3.958	3.867	3.569	0.822	0.450
1.2 ด้านปัจจัยระดับสูงในการผลิต	4.315	3.919	4.062	1.108	0.345
2. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	3.111	3.378	3.444	0.335	0.718
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	3.583	3.773	3.989	1.493	0.243
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ	3.917	3.790	4.286	2.630	0.090
5. ด้านบทบาทรัฐบาล	3.929	3.867	3.944	0.040	0.960
ในภาพรวม	**3.783**	**3.732**	**3.923**	**0.529**	**0.595**

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.595 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ และด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

4.3.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออก

โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	มูลค่าการส่งออก				
	ต่ำกว่า 200 ล้านบาท n = 18 $\overline{X}$	200 – 400 ล้านบาท n = 6 $\overline{X}$	มากกว่า 400 ล้านบาท n = 6 $\overline{X}$	F	p-value
1. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	3.833	4.078	4.049	0.685	0.513
1.1 ด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต	3.715	4.000	3.833	0.432	0.654
1.2 ด้านปัจจัยระดับสูงในการผลิต	3.938	4.148	4.241	0.796	0.462
2. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	3.296	3.778	3.056	1.390	0.266
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	3.667	4.100	3.900	2.370	0.113
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	3.742	4.286	4.321	4.909	0.015*
5. ด้านบทบาทรัฐบาล	3.796	4.056	4.056	0.563	0.576
ในภาพรวม	**3.659**	**4.095**	**3.926**	**2.909**	**0.072**

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออก โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ว่า มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และด้านบทบาทรัฐบาล ไม่มีความแตกต่างกัน

พิจารณาความแตกต่างของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแต่ละกลุ่มมูลค่าการส่งออก โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบเฉพาะที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงไว้ในตารางที่ 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD

มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)	$\overline{X}$	กลุ่มที่	p-value กลุ่มที่		
			1	2	3
ต่ำกว่า 200	3.742	1	-	0.024*	0.017*
200 – 400	4.286	2	-	-	0.899
มากกว่า 400	4.321	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกต่ำกว่า 200 ล้านบาทมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกับผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกต่ำกว่า 200 ล้านบาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.742 ต่ำกว่าผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.286 และ 4.321 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่แตกต่างกับผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาท

4.3.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยจำแนกตามตลาดส่งออก

โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.3 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.5 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4.13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย($\overline{X}$)ของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามตลาดส่งออก โดยวิธี One – way ANOVA

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	ตลาดส่งออก							
	อเมริกา n = 5 $\overline{X}$	จีน n = 4 $\overline{X}$	ฮ่องกง n = 2 $\overline{X}$	ญี่ปุ่น n = 10 $\overline{X}$	สิงคโปร์ n = 3 $\overline{X}$	อื่นๆ n = 6 $\overline{X}$	F	p-value
1. ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ	4.137	3.838	3.647	3.918	4.224	3.735	0.675	0.647
1.1 ด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต	4.208	3.438	3.625	3.862	3.950	3.646	0.618	0.687
1.2 ด้านปัจจัยระดับสูงในการผลิต	4.074	4.194	3.667	3.967	4.467	3.815	1.082	0.396
2. ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	3.667	3.583	3.000	3.433	3.200	3.111	0.372	0.863
3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	3.600	3.625	4.350	3.880	3.740	3.750	0.869	0.516
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	4.238	4.232	3.964	3.971	3.914	3.690	0.619	0.686
5. ด้านบทบาทรัฐบาล	3.833	4.292	3.917	3.867	3.933	3.694	0.385	0.854
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.992**	**3.971**	**3.743**	**3.795**	**3.825**	**3.595**	**0.472**	**0.793**

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยจำแนกตามตลาดส่งออก โดยพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.793 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ และด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการส่งออกและปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

4.4.1 นโยบายภาครัฐบาลที่ควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1. นโยบายด้านภาษีอากร รัฐบาลควรมีระบบการยกเว้นภาษีให้กับผู้ประกอบการและมีระบบการคืนภาษีที่รวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

2. รัฐบาลควรมีมาตรการด้านการลดภาษีสำหรับสินค้าส่งออกและวัตถุดิบนำเข้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคา

3. รัฐบาลควรมีมาตรการกีดกันสินค้าจากภายนอกที่ได้ประสิทธิภาพ

4. รัฐควรสร้างเสถียรภาพด้านการเงินและดูแลอัตราแลกเปลี่ยนมิให้ผันผวนมาก

5. รัฐบาลควรสนับสนุนด้านการค้นคว้าวิจัยและการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ

6. รัฐบาลควรมีหน่วยงานเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายอย่างต่อเนื่อง

7. รัฐบาลควรส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจในการส่งออก และให้ข้อมูลข่าวสารเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการส่งออกให้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

8. รัฐบาลควรลดขั้นตอนในการส่งออก และแก้ปัญหาความล่าช้าของหน่วยงานราชการ เพื่อประหยัดต้นทุนในการส่งออก

9. รัฐบาลควรมีนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

4.4.2 ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1. เสถียรภาพทางด้านการเงินของประเทศ
2. การสนับสนุนทางเทคโนโลยี และการค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
3. การใช้วัตถุดิบเพื่อการผลิตสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของบริษัทคู่ค้า
4. มาตรการกีดกันทางการค้า
5. ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศและสิทธิพิเศษตามการค้าเสรี
6. คุณภาพของสินค้า และราคาต้นทุนการผลิต โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และควบคุมคุณภาพให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเหนือความคาดหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 5 ด้านได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท และด้านบทบาทรัฐบาล

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออกกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทั้ง 5 ด้าน

เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน จำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก ตลาดส่งออก ขนาดของกิจการ ลักษณะการลงทุน และปัจจัยวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้ เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังใน 5 ด้าน รวมทั้งสิ้น 50 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 2 ข้อ

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัทของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 31 ราย สามารถเก็บข้อมูล และนำมาใช้ในการวิจัยได้ 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.8

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แยกออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัท ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีร้อยละ 53.3 และร้อยละ 46.7 ตามลำดับ

2. ผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัท ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี โดยมีร้อยละ 50.0 รองลงมามีอายุมากกว่า30-40 ปี มีร้อยละ 26.7 กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 16.7 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 6.7

3. ผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัท ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีร้อยละ 60.0 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 36.7 และมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.3

4. ผู้บริหารหรือผู้จัดการบริษัท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10-15 ปี โดยมีร้อยละ 36.7 รองลงมามีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 5-10 ปี ร้อยละ30.0 กลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 20.0 และกลุ่มที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ร้อยละ13.3

5. ลักษณะธุรกิจส่งออกของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทเป็นผู้ผลิตเอง โดยมีร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกประเภทรับซื้อจากแหล่งผลิตและแบบผสม ร้อยละ 20.0

6. ระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 10-20 ปี โดยมีร้อยละ 50.0 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 30.0 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี ร้อยละ 20.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. มูลค่าการส่งออกของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 200 ล้านบาท โดยมีร้อยละ 60.0 รองลงมามีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาทและมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท ร้อยละ 20.0

8. ตลาดส่งออกผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น โดยมีร้อยละ 33.3 รองลงมาคือประเทศอื่นๆ ร้อยละ 20.0 ประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 16.7 ประเทศจีน ร้อยละ 13.3 ประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 10.0 และประเทศฮ่องกง ร้อยละ 6.7

9. ขนาดของกิจการ(สินทรัพย์การลงทุน) ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดกลาง(มีทรัพย์สินการลงทุน 50 ล้านบาทถึง 200 ล้านบาท) โดยมีร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็นกิจการขนาดย่อม(มีทรัพย์สินการลงทุนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ร้อยละ33.3 และกิจการขนาดใหญ่ (มีทรัพย์สินการลงทุนเกิน 200 ล้านบาท) ร้อยละ 26.7

10. ลักษณะการลงทุนของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด โดยมีร้อยละ 46.7 รองลงมาเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ ร้อยละ 30.0 และการลงทุนเป็นชาวต่างชาติทั้งหมด ร้อยละ 23.3

11. ปัจจัยวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ใช้มูลค่าการส่งออก โดยมีร้อยละ 32.8 รองลงมาใช้กำไรจากการส่งออก ร้อยละ 26.2 การเพิ่มจำนวนลูกค้า/ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก ร้อยละ 22.9 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก ร้อยละ 14.8 และอื่นๆ ร้อยละ 3.3

5.1.2 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้ การส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า การวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัว กลยุทธ์ด้านคุณภาพสินค้า การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ และนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออกตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 2 ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้ มาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ความรู้ความสามารถของบุคลากร คุณภาพวัตถุดิบ การปรับปรุงและการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ราคาของวัตถุดิบ ทักษะและฝีมือของแรงงาน และเงินทุน ตามลำดับ

ลำดับที่ 3 ด้านบทบาทรัฐบาล มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้ ระบบการยกเว้นภาษีและการคืนภาษี การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษี การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการอื่นๆ ระบบการบริหารงานศุลกากร ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งออก และการสนันสนุนการศึกษาหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

ลำดับที่ 4 ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้ ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบการเงินการธนาคาร อุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ ระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์ ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการประกันภัย ระบบสาธารณูปโภค และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ ตามลำดับ

ลำดับที่ 5 ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลาง โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้ ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ ความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและการบริการของผู้บริโภค และตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง ตามลำดับ

5.1.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะสถานประกอบการกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออกและตลาดส่งออก ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษานี้ทำให้สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานหลัก และสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานหลักพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

เมื่อแบ่งพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อเป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.4 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานหลักพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

เมื่อแบ่งพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อเป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบสมมติฐานหลักพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

เมื่อแบ่งพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อเป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3.1 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานหลักพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

เมื่อแบ่งพิจารณาสมมติฐานย่อยแต่ละข้อเป็นดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 4.1 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุปสงค์ภายในประเทศไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 4.3 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.4 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.5 ตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบทบาทรัฐบาลไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ทั้ง 5 ด้าน

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยรวมทั้ง 5 ด้าน เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านบทบาทรัฐบาล และด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก ส่วนด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันปานกลางโดยสามารถแจกแจงลงไปในรายละเอียดของแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.967 อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิต ลังแท้ (2549 : 91) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ ได้กล่าวไว้ว่า ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนดมากที่สุด รองลงมาเป็นการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด เนื่องจากการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพ ปริมาณและเวลาที่กำหนดนั้นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมาก สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกจึงมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก ส่วนปัจจัยอื่นๆ ผู้ประกอบการส่งออกมีความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมา

ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.925 อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิต ลังแท้ (2549 : 90) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ ได้กล่าวไว้ว่า ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาเป็นมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม เช่น RoHs, REACH, WEEE, CCC Mark และ JIS Mark เนื่องจากการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานการผลิต มาตรฐานผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมตรงตามความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่มีคุณภาพดีและราคาต่ำยังสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกจึงมีระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก ส่วนปัจจัยอื่นๆ ผู้ประกอบการส่งออกมีความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมา

ด้านบทบาทรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.900 อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิต ลังแท้ (2549 : 91) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ ได้กล่าวไว้ว่า ด้านบทบาทรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญด้านระบบการยกเว้นภาษีและการคืนภาษีมากที่สุด รองลงมาเป็นการกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษี เนื่องจากการยกเว้นภาษีและการคืนภาษีสามารถลดต้นทุนของผู้ประกอบการส่งออก และสร้างความได้เปรียบในด้านของต้นทุนการผลิต ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกจึงมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก ส่วนปัจจัยอื่นๆ ผู้ประกอบการส่งออกมีความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมา

ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.800 อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิต ลังแท้ (2549 : 91) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ ได้กล่าวไว้ว่า ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญกับระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบการเงินการธนาคารและอุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบภายในประเทศมากที่สุด เนื่องจากระบบการขนส่งสินค้าที่มีช่องทางที่รวดเร็ว สะดวกต่อการขนส่ง ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกสามารถส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด บางครั้งผู้ประกอบการส่งออกมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถร่วมมือกันสร้างกระบวนการนวัตกรรมเพื่อยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบในการแข่งขัน และระบบการเงินการธนาคารที่มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกสามารถลดต้นทุนได้ ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกจึงมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมาก ส่วนปัจจัยอื่นๆ ผู้ประกอบการส่งออกมีความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันรองลงมา

ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.344 อยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิต ลังแท้ (2549 : 90) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้ ได้กล่าวไว้ว่า ด้านอุปสงค์ภายในประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญกับตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Porter กล่าวไว้ว่าตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่แสดงถึงความสามารถในการรองรับการผลิตได้มาก ย่อมสร้างโอกาสที่จะลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยหรือเกิดการประหยัดเนื่องจากขนาดได้จากการผลิตครั้งละมากๆ และผู้ผลิตยังสามารถลดต้นทุนผลิตต่อหน่วยลงได้จากการสะสมความชำนาญในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตหลายๆ ครั้งอีกด้วย นอกจากนี้การผลิตจำนวนมากเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศที่มีขนาดใหญ่ ยังส่งผลให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น ทำให้การผลิตในประเทศสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ในแต่ละด้านโดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออก

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ในแต่ละด้านโดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน มูลค่าการส่งออก และตลาดส่งออก ได้ผลดังนี้

1. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยจำแนกตามลักษณะธุรกิจส่งออก แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประเภทผู้ผลิตเอง ประเภทรับซื้อจากโรงงานหรือพ่อค้าคนกลาง และแบบผสม จากข้อมูลของผู้ประกอบการส่งออกจำนวน 30 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกันกับหลักการในการจำแนกลักษณะธุรกิจส่งออก ซึ่งดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2543 : 24-25) ได้จำแนกลักษณะธุรกิจส่งออกตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ออกได้เป็นใน 3 ลักษณะ

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่ง พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกันด้านปัจจัยพื้นฐานในการผลิต โดยเฉพาะผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกแบบรับซื้อจากแหล่งผลิตมีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจแบบเป็นผู้ผลิตเอง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจแบบรับซื้อจากแหล่งผลิตต้องเลือกแหล่งผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพดีและมีปริมาณเพียงพอที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจส่งออกแบบรับซื้อจากแหล่งผลิตให้ความสำคัญในเรื่องเครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีราคาต่ำเนื่องจากราคาเครื่องใช้ฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ส่วนมากถูกกำหนดมาจากโรงงานผู้ผลิตอยู่แล้ว เมื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซื้อในปริมาณมากจะได้รับเป็นส่วนลดหรือค่านายหน้า ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจแบบรับซื้อจากแหล่งผลิตต้องเลือกแหล่งผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 5 - 10 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า10 - 15 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี จากข้อมูลของผู้ประกอบการส่งออกจำนวน 30 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับหลักการของวงจรชีวิตธุรกิจขององค์กรธุรกิจ ซึ่งวรนารถ แสงมณี(2544 : 11-12) กล่าวไว้ว่าองค์การส่วนมากจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดอย่างไรนั้น ตัวกำหนดที่สำคัญคือ ประสบการณ์หรือเหตุการณ์ที่ได้เกิดขึ้นก่อนหน้านั้นมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่ง พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศด้านบทบาทรัฐบาล อันเนื่องมาจากธุรกิจอยู่ในช่วงเริ่มต้นและเติบโต จึงต้องการความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากทางรัฐบาล ส่วนผู้ประกอบการส่งออกที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ เพื่อเป็นจุดแข็งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออก แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 200 ล้านบาท กลุ่มที่มีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาท และกลุ่มที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท จากข้อมูลของผู้ประกอบการส่งออกจำนวน 30 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่ง พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าการส่งออกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 200 ล้านบาทมีความคิดเห็นแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีมูลค่าการส่งออก 200-400 ล้านบาทและมูลค่าการส่งออกมากกว่า 400 ล้านบาท ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้ประกอบการส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 200 ล้านบาท เน้นการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น ด้านการส่งมอบสินค้า ด้านคุณภาพ ด้านราคา นอกจากนี้ยังเน้นวางแผนการตลาด นโยบายการส่งออก และสภาพการแข่งขัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกและมูลค่าการส่งออก

4. การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยจำแนกตามตลาดส่งออก แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ตลาดอเมริกา ตลาดจีน ตลาดฮ่องกง ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสิงคโปร์ และตลาดอื่นๆ จากข้อมูลของผู้ประกอบการส่งออกจำนวน 30 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่มีตลาดส่งออกที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่ง พบว่า ตลาดอเมริกามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าตลาดอื่นๆ แสดงว่าผู้ประกอบการส่งออกให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้ประกอบการส่งออกมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยตลาดอเมริกาให้ความสำคัญต่อการประหยัดและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการแสดงเครื่องหมายหรือฉลากหรือตราสัญลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการแข่งขันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศเป็นอันดับ 1 ซึ่งประกอบด้วย การส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า การวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัว กลยุทธ์ด้านคุณภาพสินค้า การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ และนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกควรมีการวางแผนกลยุทธ์ที่ดีสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้เกิดการพัฒนาและมีศักยภาพเหนือคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยให้การแข่งขันมีประสิทธิภาพสูงสุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบและอุตสาหกรรมต้นน้ำของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ เพื่อลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศซึ่งช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง

2. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความ สามารถในการแข่งขันในด้านต่างๆ ระหว่างอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ว่ามีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกันในลักษณะใด ซึ่งจะสะท้อนถึงอุปสรรคและโอกาสในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในตลาดโลกได้อย่างชัดเจน เพื่อทำให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

3. ควรมีการทำการวิจัยเกี่ยวกับช่องทางในการขยายการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพียงพอและตลาดที่มีแนมโน้มความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยทำการวิจัยในลักษณะรายประเทศ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออก กฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2551. ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรม. [Online].Available:http://www.diw.go.th/diw/query.asp

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2551. รายงานสถิติการส่งออกสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์[Online] Available : http://www.depthai.go.th

กรมศุลกากร. 2551. สถิติการนำเข้า-ส่งออก.[Online] Available : http://www.customs.go.th

จุฑามาศ กุลรัตน์. 2541. "การขยายตัวของผลผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2543. การนำเข้า ส่งออก. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : วังอักษร

ธีรพัชร โอฬารกิจอนันต์. 2548. " ปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกผ้าไหมในประเทศไทย". วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธันวิน รุ่งเรืองฤทธิ์. 2546 "การวิเคราะห์ความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

นิสิต ธีรสุขพิมล. 2538. "การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542. **เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประกิต ลังแท้. 2549. "เจตคติต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของผู้ส่งออกเครื่องประดับแท้". วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปิยะพร เอี่ยมฐิติวัฒน์. 2549. **"โครงการศึกษายุทธศาสตร์รายสาขา"**[Online].เข้าถึงได้จาก : http://www.econ-indus.or.th/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัชราภรณ์ ตรีวุฒิกชกร. 2548. "ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ภากร อุดม. 2550. "ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ของประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ราวดี สุริสระพันธุ์. 2544. "ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รังสิต สิทธิการค้า. 2543. "การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรด้านวิศวกรรมในกิจการธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า กรณีศึกษาสวนอุตสาหกรรมบางกะดี่ จังหวัดปทุมธานี" สาระนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วรนารถ แสงมณี. 2544. **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพฯ : ระเบียงทองการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิลม์และไซเทกซ์ จำกัด

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.

สุธี เอกะหิตานนท์ และคณะ. 2538 . "รายงานการวิจัย การศึกษารูปแบบการจัดการและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรชัย รัตนกิจตระกูล. 2536. **ยุทธการธุรกิจระหว่างประเทศ.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น

สุลักษณา เลาจเวชกุล. 2542. "ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมนึก ศิริวรรณ. 2542. "การวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สำนักเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม[Online].เข้าถึงได้จาก : http://www.oie.go.th

Philip Kotler. 1991. **Marketing Management**. 2nd ed. New York : Mc Graw-Hill.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Porter, M.E. 1980. **Competitive Strategy.** Basingstoke Hampshire: Macmillan Publishing,Co,Inc.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขที่แบบสอบถาม ☐☐☐

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

ผู้วิจัย นางสาวทิวาพร แสนตลาด

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลของการวิจัย เรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอความกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ แบบสอบถามนี้ไม่มีคำตอบใดผิดหรือถูก ข้อมูลที่ได้จะนำไปประกอบวิทยานิพนธ์เท่านั้น ขอรับรองว่าคำตอบของท่านถือเป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบใดๆ เกิดขึ้นแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์แล้วเท่านั้น

2. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบการของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านต่างๆ จำนวน 50 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 2 ข้อ

3. ขอความกรุณาอย่างยิ่งถ้าท่านได้โปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ตามซองเอกสารที่ได้แนบไว้ **ภายใน 7 วัน** หลังจากท่านได้รับแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ และหากท่านต้องการทราบผลงานวิจัยที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ขอความกรุณาแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามนี้ด้วย เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะส่งผลงานวิจัยถึงท่านโดยเร็วที่สุด

4. แบบสอบถามใช้สำหรับ **ผู้บริหาร (กรรมการผู้จัดการ รองผู้จัดการใหญ่ฝ่ายต่าง ๆ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด หรือตำแหน่งเทียบเท่า)**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ตอนที่ 1</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเขียนเครื่องหมาย √ ลงในช่อง ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 30 ปี ( ) 30 – 40 ปี

( ) มากกว่า 40 – 50 ปี ( ) มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

( ) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ( ) มากกว่า 5 – 10 ปี

( ) มากกว่า 10 – 15 ปี ( ) มากกว่า 15 ปี

<u>ตอนที่ 2</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะสถานประกอบของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเขียนเครื่องหมาย √ ลงในช่อง ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ลักษณะธุรกิจส่งออกของกิจการของท่านใช้รูปแบบใดเป็นหลัก

( ) เป็นผู้ผลิตเองเพียงพอ สำหรับการส่งออก (Manufacturing Exportor)

( ) รับซื้อจากแหล่งผลิต หรือ พ่อค้าคนกลาง (Trading Firm)

( ) เป็นผู้ผลิตเอง และ รับซื้อจากแหล่งผลิต หรือ พ่อค้าคนกลาง (Manufacturing Exportor And Trading Firm)

2. บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นระยะเวลานานเท่าใด

( ) ต่ำกว่า 10 ปี ( ) 10 – 20 ปี ( ) มากกว่า 20 ปี

3. มูลค่าการส่งออกของกิจการท่านในปีที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ.....ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เรียงลำดับตลาดที่ท่านส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จากมากไปหาน้อย

( ) สหรัฐอเมริกา

( ) จีน

( ) ฮ่องกง

( ) ญี่ปุ่น

( ) สิงค์โปร์

( ) อื่นๆ โปรดระบุ……..

5. ขนาดของกิจการของท่าน

( ) ขนาดย่อม มีสินทรัพย์การลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท

( ) ขนาดกลาง มีสินทรัพย์การลงทุนมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

( ) ขนาดใหญ่ มีสินทรัพย์การลงทุนเกิน 200 ล้านบาท

6. ลักษณะของการลงทุนของสถานประกอบการของท่านคือข้อใด

( ) การลงทุนเป็นชาวไทยทั้งหมด

( ) การลงทุนเป็นของชาวต่างชาติทั้งหมด (โปรดระบุประเทศ……..)

( ) การลงทุนเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ

(โปรดระบุประเทศ……) สัดส่วนการลงทุน ไทย……% ต่างชาติ……%

7. ปัจจัยที่ท่านใช้วัดความสำเร็จในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) มูลค่าการส่งออก

( ) กำไรจากการส่งออก

( ) การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก

( ) การเพิ่มจำนวนลูกค้า/ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก

( ) ปัจจัยอื่นๆ โปรดระบุ ……..

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ตอนที่ 3</u> แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

<u>คำชี้แจง</u> ใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่องที่เหมาะสมต่อระดับความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.1 ปัจจัยด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ

ปัจจัยในการผลิต	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต					
1. วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย					
2. วัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีราคาต่ำ					
3. วัตถุดิบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีคุณภาพดี					
4. แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย					
5. แรงงานมีราคาถูก					
6. แรงงานมีทักษะความรู้และฝีมือดี					
7. เงินทุนที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย					
8. แหล่งเงินทุนที่หาได้มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ					
ปัจจัยระดับสูงในการผลิต					
1. มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง					
2. มีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง					
3. มีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความชำนาญด้านการตลาดเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง					
4. มีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง					
5. มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยในการผลิต	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง					
7. มีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง					
8. มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า					
9.มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม เช่น RoHs, REACH, WEEE, CCC Mark และ JIS Mark					

3.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัยด้านอุปสงค์ภายในประเทศ	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่					
2. ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง					
3. ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ					

3.3 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ					
2. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ					
3. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ					
4. ระบบสาธารณูปโภค เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา					
5. ระบบการเงินการธนาคาร					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ระบบการประกันภัย					
7. ระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์					
8. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์					
9. อุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ					
10. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ					

3.4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านกลยุทธ์					
1. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออก					
2. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ					
3. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
4. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด					
5. บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำกว่าในการแข่งขัน					
6. บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน					
7. บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน					
8. บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อ(BRAND NAME) ของบริษัทเป็นจุดขาย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันในประเทศ	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย (MADE IN THAILAND/THAILAND BEST) เป็นจุดขาย					
ปัจจัยด้านโครงสร้าง					
1. บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อส่งออกโดยตรง					
2. บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก					
3. บริษัทมีโครงสร้างองค์กรสอดคล้องกับธุรกิจส่งออก					
ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท					
1. ระดับการแข่งขันของตลาดภายในประเทศ					
2. การแข่งขันในประเทศที่สูงมีผลให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก					

3.5 ปัจจัยด้านบทบาทรัฐบาล

ปัจจัยด้านบทบาทรัฐบาล	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการส่งออก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระบบการบริหารงานศุลกากร					
2. ระบบการยกเว้นภาษีและการคืนภาษี					
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษี					
4. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรฐานสิ่งแวดล้อม, มาตรฐาน RoHS, มาตรการใช้แรงงานเด็ก					
5. ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อส่งออก					
6. การสนับสนุนการศึกษาหลักสูตรเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>ตอนที่ 4</u> ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

1. นโยบายภาครัฐบาลที่ควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัจจัยอื่นๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความกรุณาและความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวทิวาพร แสนตลาด
วัน เดือน ปีเกิด	3 กุมภาพันธ์ 2525
ที่อยู่	306/7 หมู่16 ถนนประชาบูรณะ ตำบลนิคม อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ 31150
ประวัติการศึกษา	2547 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขารังสีประยุกต์และไอโซโทป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2547-2548	ตำแหน่งหัวหน้าแผนกบรรจุและประกอบ บริษัทการ์กัวร์แล็บ จำกัด
พ.ศ. 2548- 2549	ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต บริษัทเคียวเซกิ ซังเงียว จำกัด
พ.ศ. 2549-2552	ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต บริษัทมิตซูบิชิ เฮฟวี่ อินดัสตรี่-มหาจักร แอร์ คอนดิชั่นเนอร์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้