

ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการ
ผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

EXECUTIVE'S OPINION TOWARD INVESTMENT FACTOR ON
ECO CAR PRODUCTION BY AUTOMAKERS IN THAILAND

ชูธรรม อุทยานวุฒิกุล
CHUTHAM UTHAYANWUTHIKUL

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KMITL - 2008 - ED - M - 251 - 183

**ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการ
ผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย**

**EXECUTIVE'S OPINION TOWARD INVESTMENT FACTOR ON
ECO CAR PRODUCTION BY AUTOMAKERS IN THAILAND**

ชูธรรม อุทยานวุฒิกุล

CHUTHAM UTHAYANWUTHIKUL

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KMITL-2008-ED-M-251-183

**EXECUTIVE'S OPINION TOWARD INVESTMENT FACTOR ON
ECO CAR PRODUCTION BY AUTOMAKERS IN THAILAND**

CHUTHAM UTHAYANWUTHIKUL

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGERMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2008

KMITL-2008-ED-M-251-183

COPYRIGHT 2008

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย
ชื่อนักศึกษา	นายชูธรรม อุทยานวุฒิกุล
รหัสประจำตัว	49064114
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2551
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อติษฐ กาญจนพิบูลย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ในด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน โดยจำแนกตาม ค่ารถยนต์ และประเภทของรถยนต์ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับโครงการผลิตรถยนต์ของบริษัทผลิตรถยนต์ในประเทศไทยจำนวน 53 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยเครื่องมือวัดในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า

(1) ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ทั้งภาพรวมและรายด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ ปัจจัยด้านขนาดของตลาด ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

(2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตาม ค่ารถยนต์ และประเภทของรถยนต์ ในภาพรวมพบว่า บริษัทที่ผลิตประเภทของรถยนต์ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

(3) ในภาพรวมพบว่า ไม่มีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

Thesis Title	Executive's Opinion toward Investment Factors on ECO CAR Production by Automakers in Thailand
Student	Mr. Chutham Uthayanwuthikul
Student ID.	49064114
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2008
Thesis Advisor	Associate Professor Atinuch Kanchanapiboon
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Manat Pithuncharurnlap

ABSTRACT

Purposes of this thesis are 1) Study opinion levels of executives in Automakers about affecting investment factors on ECO CAR project. There are 5 factors; Geography factor , Size of market factor , Part suppliers factor , Government Policy factor , and related industry and network factor 2) Comparison study on opinion levels of executives in Automakers about affecting investment factors on ECO CAR project categorize by; manufacturing brand, car type 3) Study associated factors between manufacturing brand and car type effect to executives opinion in Automaker affecting investment factors on ECO CAR project. Sampling Unit; 53 executives involve with Automobile investment project in each Automaker in Thailand; Data collection methods are using simple random sampling technique and sending out questionnaire. Data analysis by SPSS and statistical; Percent, Mean, Standard Deviation, Two-Way ANOVA as require a statistic significant in level of 0.01 and 0.05

The results as follow,

(1) Overall and categorized on opinion level of executives in Automaker about affecting investment factors on ECO CAR project are high. Prioritize factors rankings are; Government Policy factor , Market Share factor , Geography factor , Related industrial and network factor , and Part Suppliers factor.

(2) Comparison study of executives' opinion about affecting investment factors on ECO CAR project categorized by manufacturing brand, car type . Overall found that car type differentiation effects on opinion level differentiation at significant level of 0.05, manufacturing brand differentiation has no effect on opinion level.

. (3) Overall , there is no interaction effect between the manufacturing brand and car type on executives' opinion toward investment factors on ECO CAR production project.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อติคุณ กาญจนพิบูลย์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงติดตามความก้าวหน้าของการจัดทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่มาโดยตลอด จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร ดร.ธีระชินภัทร รามเดชะ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรพสิทธิ์ ถิ่นนรรัตน์ ที่สละเวลาอันมีค่าในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ รวมถึงการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และช่วยเหลือข้อบกพร่องเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยและมีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.พงศ์ หรดาล ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อาจารย์ณัฐวุฒิ โรจน์นिरุตติกุล อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คุณอรรตพงษ์ ศิริวัฒน์ รองผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารโรงงาน บริษัท โตโยต้า มอเตอร์(ประเทศไทย) จำกัด คุณอลงกรณ์ คณาญาติ ผู้อำนวยการแผนก Supplier Quality Engineering บริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และคุณสุวิทย์ เกื้อหนุน ผู้จัดการแผนก Supplier Quality Engineering บริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือด้านการตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้บริหารในหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างดีและครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้กำลังใจ และส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดระยะเวลาจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณค่าอันเป็นประโยชน์พึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน อนึ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอกราบอภัยและน้อมรับมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	XIV
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.5.1 ประชากร.....	8
1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	9
1.5.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	10
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	12
2.2 นิยามของการลงทุนจากต่างประเทศและทฤษฎีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ.....	14
2.3 ปัจจัยที่นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ.....	17
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด.....	23
2.5 ทฤษฎีการตัดสินใจ.....	30
2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย.....	35
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	53
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	53
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	56
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
3.6.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	61
3.6.2 สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน.....	62
บทที่ 4 ผลการวิจัย	66
4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์.....	66
4.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน.....	67
4.2.1 ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์.....	67
4.2.2 ด้านขนาดของตลาด.....	70
4.2.3 ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน.....	72
4.2.4 ด้านนโยบายของภาครัฐ.....	74
4.2.5 ด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง.....	76
4.2.6 สรุปความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน.....	78
4.3 การทดสอบสมมติฐาน.....	80

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

4.3.1 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น	
การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์	
ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ	
บริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน	
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์.....	80
4.3.2 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น	
การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์	
ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ	
บริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน	
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด.....	81
4.3.3 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น	
การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์	
ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ	
บริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน	
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน.....	84
4.3.4 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น	
การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์	
ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ	
บริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน	
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ.....	86
4.3.5 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น	
การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์	
ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ	
บริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน	
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์	
และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	89

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหน่วยงานหลักของ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการ ผลิตรถยนต์ประเภห้ดพลังงาน.....	90
4.4.1 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์.....	90
4.4.2 ปัจจัยด้านขนาดของตลาด.....	91
4.4.3 ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน.....	91
4.4.4 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ.....	91
4.4.5 ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	91
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์.....	93
5.1.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประเภห้ดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ในประเทศไทย.....	93
5.1.3 เปรียบเทียบความคิดเห็นและอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์ และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยว กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประเภห้ด พลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย.....	94
5.1.4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยในการลงทุนผลิตรถยนต์ประเภห้ดพลังงาน.....	98
5.2 อภิปรายผล.....	99
5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของโรงงานผู้ผลิตรถยนต์.....	99
5.2.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประเภห้ดพลังงาน ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย.....	99

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
5.2.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ความคิดเห็นและอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์ และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของ ผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรยนต์ ประหยัดพลังงาน.....	103
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	106
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้.....	106
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	107
บรรณานุกรม.....	109
ภาคผนวก.....	111
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	112
ประวัติผู้เขียน.....	123

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภทของอุตสาหกรรมและมูลเหตุจูงใจ.....	19
2.2 สรุปการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน.....	28
2.3 แสดงผลที่ได้ของบริษัทผลิตรถยนต์การขยายเวลาทำการผลิต.....	32
2.4 แสดงผลที่ได้ของบริษัทกรณีทราบแน่นอนว่าตลาดมีความต้องการสูง.....	32
2.5 แสดงความน่าจะเป็นของสภาวะการณ์นอกบังคับ.....	33
2.6 แสดงผลที่ได้ของบริษัทผลิตรถยนต์การขยายเวลาทำการผลิตในระยะ 5 ปีข้างหน้า.....	34
2.7 แสดงผลที่ได้ของบริษัทผลิตรถยนต์การขยายเวลาทำการผลิตในระยะ 5 ปีข้างหน้า.....	35
2.8 ขอดำหน่ยรถยนต์ภายในประเทศ.....	35
3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับตรวจสอบเครื่องมือ.....	56
3.2 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	59
3.3 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี Two-way ANOVA.....	63
4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท.....	67
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของ ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์.....	69
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของ ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านขนาดของตลาด.....	71
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของ ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน.....	73
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของ ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านนโยบายของภาครัฐ.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	77
4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และลำดับที่ของระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในแต่ละด้าน โดยรวม.....	80
4.8 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์โดยวิธี Two-way ANOVA.....	81
4.9 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดโดยวิธี Two-way ANOVA.....	83
4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกัน โดยวิธี LSD.....	84
4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์ต่างกัน โดยวิธี LSD.....	85
4.12 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยวิธี Two-way ANOVA.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่าสรณยนต์และประเภทของรณยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรณยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรณยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ โดยวิธี Two-way ANOVA	87
4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรณยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรณยนต์ ระหว่างค่าสรณยนต์และประเภทของรณยนต์ที่ผลิต โดยวิธี LSD	88
4.15 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่าสรณยนต์และประเภทของรณยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรณยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรณยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรณยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยวิธี Two-way ANOVA	90

สารบัญภาพ

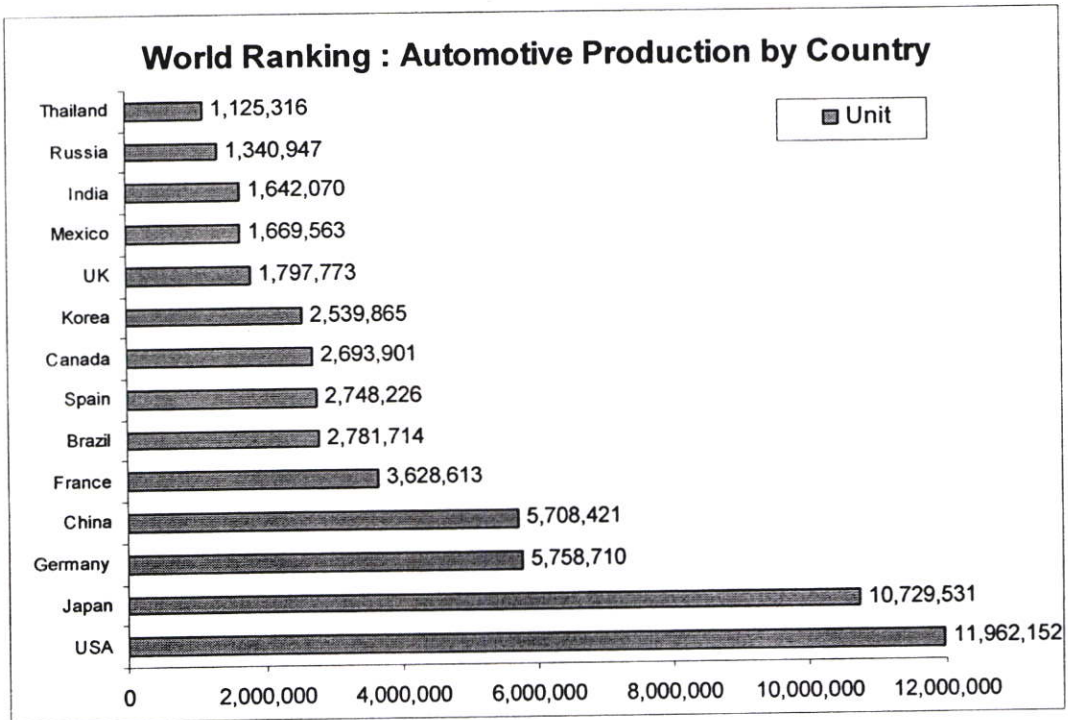
ภาพที่	หน้า
1.1 World Ranking : Automotive Production by Country.....	6
1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2.1 ส่วนประสมทางการตลาด.....	24

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกสูงเป็นอันดับ 3 ในเอเชีย และเป็นอันดับ 14 ของโลก โดยมียอดการผลิตอยู่ที่ประมาณ 1.1 ล้านคัน ข้อมูลจากสถาบันยานยนต์แห่งชาติปี 2549 และจากข้อมูลดังกล่าวยังมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นในอนาคต ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 1.1 จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย



ภาพที่ 1.1 World Ranking : Automotive Production by Country

ที่มา : สถาบันยานยนต์ (พ.ศ. 2549)

ปัจจุบันประเทศไทยยังคงได้รับประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางการประกอบรถยนต์ การผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และการส่งออกรถยนต์ในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมยานยนต์ก็ถูกมองว่าเป็นเสาหลักต้นหนึ่งที่ช่วยค้าเศรษฐกิจไทยและช่วยดึงดูดเงินลงทุนก้อนโตจากต่างประเทศในฐานะ “คิงออฟ เอเชีย” ที่เป็นฐานการผลิตรถยนต์หลายค่ายจากต่างประเทศ

กว่า 15 บริษัท เริ่มจากโรงงานผลิตรถยนต์นิสสัน ซึ่งเป็นบริษัทแรกที่เข้ามาตั้งโรงงานผลิตในประเทศไทยเมื่อปี ค.ศ. 1962 และในปัจจุบันโรงงานที่มียอดการผลิตในประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่งคือ โตโยต้า

ในส่วนของการผลิตรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศมากถึง 54% หรือคิดเป็นจำนวน รถยนต์ 649,082 คัน ในขณะที่ผลิตเพื่อการส่งออก 45.4% หรือเท่ากับ 538,962 คัน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2005 กว่า 15% ซึ่งคาดว่าภายในปี 2010 ยอดการผลิตรถยนต์ทั้งเพื่อการส่งออกและผลิตใช้ภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นกว่า 2 ล้านคัน

สำนักงานส่งเสริมการลงทุนหรือ BOI ได้สนับสนุนการลงทุนด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยออกมาตรการเพื่อช่วยดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบภาษีที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน การกำหนดค่าแรงที่เป็นธรรม และการสนับสนุนด้านการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาบุคลากร ในอุตสาหกรรมนี้ (สถาบันยานยนต์ : มิถุนายน 2550)

ปัจจุบันและในอนาคตตลาดรถยนต์มีแนวโน้มเข้าสู่ยุค "Consumer Centric Marketing" ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้านคือ พิจารณาจากความต้องการของตลาด, ขนาดของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ "รถ" แห่งอนาคตให้ออกสู่ตลาดได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและยุคสมัย ซึ่งรวมถึงคุณค่า (Value) ของรถยนต์ด้วยยกตัวอย่างเช่น รถที่โลดแล่นอยู่บนถนนในปัจจุบัน บนพื้นฐานไม่เหมือนใคร และไม่มีใครเหมือน แต่เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นนัยสำคัญ

ผู้บริโภคจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการออกแบบและกำหนดราคาารถในทางอ้อมผ่านทางงานวิจัย ผลของการยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางทำให้เกิดรถยนต์รุ่นใหม่ในตลาด อาทิเช่น ซีดีคาร์ รถเล็กประหยัดพลังงานราคาไม่สูงนัก เจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ในเมือง ซึ่งปัจจุบันตลาดรถยนต์ประหยัดพลังงาน(ECO CAR) ได้รับการสนับสนุนและผลักดันจากรัฐบาลโดยยึดหลักความประหยัด ตามความต้องการของตลาด, ขนาดของตลาด และความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย (บีเอสไทย : 11 มิถุนายน 2550)

ในปัจจุบันที่ราคาน้ำมันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประชาชนจึงเริ่มหันไปใช้พลังงานทดแทนและตระหนักถึงการประหยัดพลังงานมากขึ้น รถยนต์ประหยัดน้ำมันจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ จากการสำรวจความเห็นของชาวสหรัฐฯ เมื่อกลางปี 2549 พบว่ามากกว่า 55% ให้ทัศนะว่าหากซื้อรถยนต์คันต่อไป จะเลือกซื้อรถยนต์ขนาดเล็กเพื่อประหยัดน้ำมัน

จากความต้องการดังกล่าวข้างต้น ทำให้ยอดขายรถยนต์ขนาดเล็กในหลายประเทศเพิ่มปริมาณขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นต้นว่า ประเทศญี่ปุ่นรถยนต์ Minivehicle ซึ่งมีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 600 ซีซี มียอดจำหน่ายถึง 1,924,000 คัน ในปี 2548 (วารสารส่งเสริมการลงทุน : กุมภาพันธ์ 2550)

1.1.1 ที่มาของอีโคคาร์ (ECO CAR) ในประเทศไทย กับโครงการดีทรอยต์แห่งเอเชีย (Detroit of Asia Project) (มติชน : 10 พฤษภาคม 2547)

ที่มาของโครงการดีทรอยต์แห่งเอเชียนี้ มาจากการอุปมาอุปไมยเปรียบอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเหมือนกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในเมือง Detroit ประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองที่ตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันตกของสหรัฐอเมริกา อยู่ในรัฐมิชิแกน ติดกับทะเลสาบมิชิแกน ซึ่งเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหลัก และมีผู้ประกอบการรถยนต์สหรัฐอเมริการายใหญ่ 3 ราย ได้แก่ ฟอร์ด, จีเอ็ม, ไคสเลอร์ หรือที่รู้จักกันในนาม "Big Three" ตั้งฐานการผลิตอยู่ในดีทรอยต์

สาเหตุที่เปรียบอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็น "Detroit of Asia" เพราะไทยเป็นฐานการผลิตของรถยนต์และฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่หลายค่ายด้วยกัน ทั้งจากสหรัฐ ญี่ปุ่น ยุโรป ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของโลก

นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและการประกอบรถยนต์ที่สั่งสมกันมากกว่า 40 ปี ทำให้มีความพร้อมของอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ มีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอยู่ในบริเวณที่เอื้อต่อการคมนาคมขนส่ง (มติชน : 10 พฤษภาคม 2547)

สำหรับเป้าหมายเพื่อยกระดับให้ประเทศไทยเป็นดีทรอยต์แห่งเอเชียในปี 2553 ซึ่งต้องมียอดการผลิตรถยนต์มากกว่า 1.8 ล้านคันต่อปี โดยเป็นอันดับ 9 ของโลกและเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย ส่วนแบ่งการตลาดโลก 3% มีมูลค่า 1 ล้านล้านบาทต่อปี โดยมีมูลค่าการส่งออกรถยนต์มากกว่า 8 แสนคันต่อปี คิดเป็นมูลค่า 4 แสนล้านบาทต่อปี มีการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มากกว่า 4 แสนล้านบาทต่อปี และมูลค่าเพิ่มภายในประเทศไม่น้อยกว่า 70% (ผู้จัดการ , 29 ธันวาคม 2546)

เป้าหมายยอดการผลิต 1.8 ล้านคันในปี 2553 จะอาศัยเฉพาะรถปิกอัพเพียงอย่างเดียวคงจะเป็นไปด้วยความยากลำบาก ด้วยเหตุนี้รัฐบาลและคณะกรรมการยุทธศาสตร์ยานยนต์ จึงได้มีแนวคิดที่จะผลักดันให้มีสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยอีกประเภทหนึ่งคู่กับปิกอัพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยให้แนวคิดว่าจะจะมีรถยนต์ประเภทใหม่ขึ้นมาเป็นสินค้าแชมป์เปียนคู่กับปิกอัพ ซึ่งรัฐบาลจะให้การสนับสนุนเอกชน โดยกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับของรถยนต์คันใหม่นี้ คือ มีราคาข้อมเยา คล่องตัวในการใช้งาน ประหยัดพลังงาน และสามารถใช้เชื้อเพลิงทดแทนอย่างเอทานอลได้ ซึ่งคณะทำงานได้ตั้งชื่อรถประเภทนี้ว่า "อีโคคาร์ (ECO CAR)"

และเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2550 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติแผนส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ด้วยการกำหนดค่าสิทธิสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ดังกล่าวในอัตราเพียงร้อยละ 17 โดยให้มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 ตุลาคม 2552 ซึ่งคาดว่าจะเป็นเวลาที่เหมาะที่รถประหยัดพลังงานมีการผลิตออกสู่ตลาด โดยนายโฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเปิดเผยภายหลังการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บอร์ดบีโอไอ)ว่า เพื่อให้เกิดการสร้างฐานการผลิตรถยนต์ประเภทใหม่ขึ้นในประเทศไทย บีโอไอจึงเห็นชอบให้การส่งเสริมการลงทุนแก่ โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ซึ่งที่ประชุมยังมีมติให้บีโอไอแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อพิจารณา

ข้อเสนอเบื้องต้นในแผนการลงทุนและแผนการผลิตของผู้สนใจลงทุน รวมทั้งข้อเสนอมาตรการสนับสนุนที่ผู้ลงทุนต้องการจากภาครัฐ ก่อนนำข้อเสนอเหล่านั้นเข้าพิจารณาในที่ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนต่อไป

จากการส่งเสริมของภาครัฐเพื่อให้เกิดการผลิตและพัฒนา รัฐบาลจำเป็นต้องหาตลาดรองรับซึ่งต้องมีราคาที่เหมาะสมด้วย ซึ่งราคาที่เหมาะสมนั้นมาจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำซึ่งรวมถึงสิทธิ์ต่างๆ ทางภาษีด้วย ทั้งนี้ภาษีที่ลดลงจาก 30% เหลือ 17% ถือว่าอยู่ในวิสัยที่น่าจะมีตลาดรองรับจากการวิเคราะห์ของ คุณไพบูลย์ ภูเจริญ ประธาน กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนนั้นจะต้องดูเงื่อนไขของบีโอไอ อีกส่วนหนึ่งซึ่งภาษีที่กำหนดไว้จะทำให้เกิดการลงทุนหรือไม่ ผู้ผลิตจะต้องใช้เวลาในการพิจารณาปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น ตลาด พฤติกรรมของผู้ซื้อและต้นทุนที่แท้จริง (สินธุ์ชัย ภมรพล , กรุงเทพธุรกิจ : 8 มิถุนายน 2550)

ประกอบกับปัญหาราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2547 - 2549 และต่อเนื่องมาถึงปี 2550 ซึ่งยังไม่มีทีท่าว่าจะคลี่คลาย และอาจจะยังคงเป็นปัญหาเช่นนี้ต่อไปอีกในปีถัด ๆ ไป สำหรับตลาดรถกระบะขนาด 1 คัน แม้ว่าจะมีปริมาณการขายสูงถึง 353,049 คัน แต่ก็มีอัตราการเติบโตที่ลดลง 7% ขณะที่ตลาดรถยนต์นั่งเดิโต 6.1% มีปริมาณการขายรวม 153,845 คัน เนื่องจากมีความนิยมอย่างต่อเนื่องของรถยนต์นั่งรุ่นใหม่ที่น่าสนใจมาตั้งแต่ต้นปี แต่ละฮือไม่ลืมที่จะชูจุดเด่นเรื่องการประหยัดน้ำมัน วิฤตราคาน้ำมันส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์ในแง่ของจิตวิทยาการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อรถให้ตรงกับวัตถุประสงค์การใช้งานมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่เลือกซื้อแบบเผื่อไว้ใช้งาน เช่น ในกรณีการเลือกซื้อรถกระบะเพราะมองว่ามีความอเนกประสงค์ ด้วยปัญหาราคาน้ำมันที่สูงขึ้นนี้เอง จึงกลายเป็นโอกาสในการทำแถมของรถยนต์ที่มีสมรรถนะโดดเด่นในเรื่องการประหยัดน้ำมัน

อย่างไรก็ตาม นโยบายการประกาศลดตัวราคาน้ำมันดีเซลของทางภาครัฐ ตั้งแต่ช่วงปี 2548 ทำให้ราคาน้ำมันดีเซลปรับตัวสูงขึ้นจนช่วงห่างของราคาแทบจะไม่มี ความแตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 91 ซึ่งจุดนี้ส่งผลกระทบต่อตรง ๆ ต่อตลาดรถกระบะที่เป็นตลาดหลักของอุตสาหกรรมรถยนต์เมืองไทยและยังส่งผลโดยอ้อมถึงกลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง เพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งหันกลับมาใช้รถยนต์นั่งแทนรถกระบะ เนื่องจากมีอัตราคิมน้ำมันที่น้อยกว่า อีกทั้งยังมีพลังงานทางเลือกให้เลือกใช้ได้หลากหลายมากกว่ารถกระบะที่เป็นเครื่องยนต์ดีเซล

แนวโน้มของตลาดรถยนต์ของโลกในอนาคต จะมุ่งเน้นที่คุณภาพและคุณสมบัติหลักของยานยนต์ ในเรื่องคุณสมบัติในการประหยัดเชื้อเพลิง การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการมีมาตรฐานความปลอดภัยระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่ทิศทางราคาน้ำมันของโลกนับวันจะขยับสูงขึ้น รวมทั้งกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความตื่นตัวในด้านความปลอดภัยของ

ผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้กำลังเป็นปัจจัยหลักที่จะกำหนดรูปแบบและสมรรถนะของยานยนต์ที่ตลาดจะต้องการในอนาคต ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ที่จะเข้าโครงการอีโคคาร์หรือรถยนต์อื่นๆก็ตาม หากมีคุณสมบัติครบถ้วน ทั้ง 3 ประการแล้ว ก็ย่อมจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ตลอดจนประชาชนโดยรวม ซึ่งสมควรจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารที่ให้ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR) ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไพบรรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ และเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการทำการศึกษาทบทวนข้อกำหนดต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการดึงดูดผู้ผลิตรถยนต์ รวมถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อก้าวสู่ดีทรอยต์แห่งเอเชีย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ในด้านที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายและอุตสาหกรรมสนับสนุน

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตาม ค่ารถยนต์ และประเภทของรถยนต์

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงาน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

สมมติฐานที่ 3.2 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด

สมมติฐานที่ 3.3 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดผู้ผลิตชิ้นส่วน

สมมติฐานที่ 3.4 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ

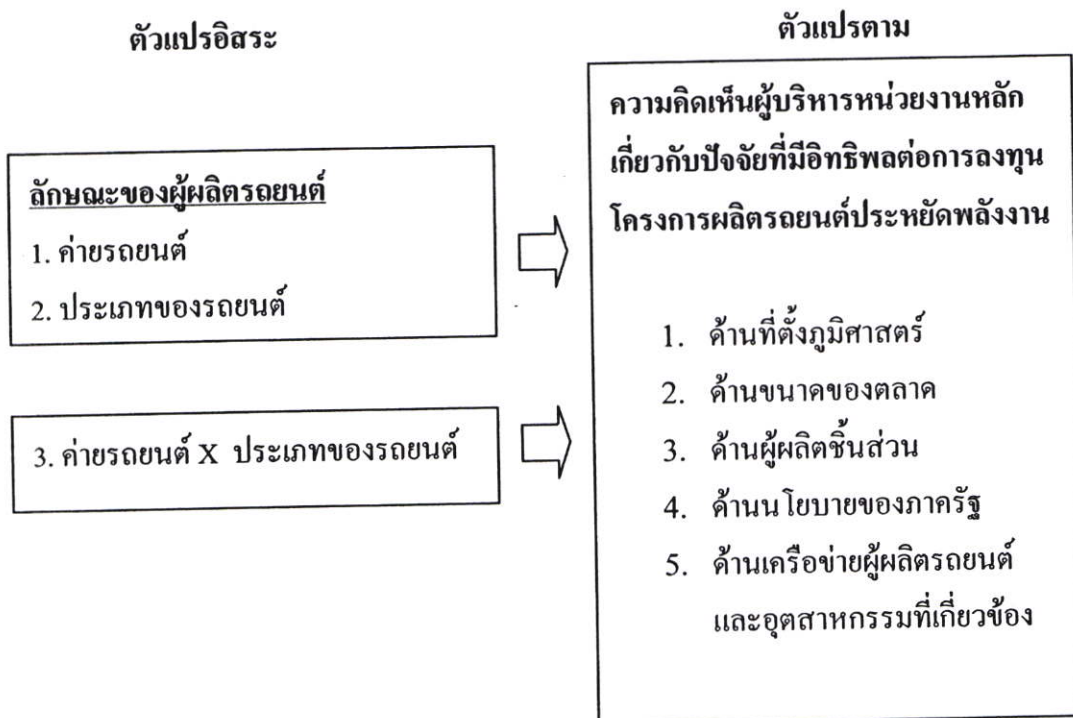
สมมติฐานที่ 3.5 ค่าบรรยณต์และประเภทของบรรยณต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรยณต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีแนวคิดมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่อง โครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์) ซึ่งจัดทำโดย สถาบันยานยนต์ (2545) ได้กล่าวถึงนโยบายและกลยุทธ์ของผู้ประกอบยานยนต์ ซึ่งเป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ประกอบยานยนต์ที่เข้ามาลงทุนหรือขยายการลงทุนในประเทศไทย ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรยณต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยณต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยณต์ประหยัดพลังงาน ตามแนวคิดในการตัดสินใจของผู้ประกอบยานยนต์ที่เข้ามาลงทุนหรือขยายการลงทุนในประเทศไทย โดยจำแนกตามค่าบรรยณต์ และประเภทของบรรยณต์

และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรยณต์ของผู้ผลิตรยณต์ในประเทศไทย” ของ จีรพงศ์ แก่นทรัพย์ (2548) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่าง

ค่าชดเชยและประเภทของรถยนต์ ต่อระดับความสำคัญที่ผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยใช้ในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลร่วมกัน แต่สำหรับด้านการลงทุน ผู้วิจัยเชื่อว่าลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ในด้านค่าชดเชยและประเภทของรถยนต์จะมีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในด้านการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ดังกรอบแนวความคิดในภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารหน่วยงานหลัก อันได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายโรงงาน/ผลิต ฝ่ายวิศวกรรม/วิจัยและพัฒนา ฝ่ายการเงิน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์จำนวน 10 ราย (ซึ่งเข้าร่วมประชุมกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เพื่อสอบถามข้อมูลและชี้แจงถึงแนวคิดในการลงทุนผลิตรถเล็กประหยัดพลังงาน ทั้งค่ายญี่ปุ่นและ

เอเชีย ค่าขออเมริกาและค่ายุโรป เมื่อวันที่ 14 พ.ค. 2550) ที่เกี่ยวข้องกับโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงาน รวมจำนวน 60 คน

1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต้น (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะของผู้ผลิตรถยนต์ดังนี้

1. ค่ารถยนต์
2. ประเภทของรถยนต์

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ประกอบด้วย

1. ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์
2. ด้านขนาดของตลาด
3. ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน
4. ด้านนโยบายของภาครัฐ
5. ด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนเพิ่มสายการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยใช้เวลาในการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ผลิตรถยนต์ เก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาดังแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ.2551

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ของผู้บริหารหน่วยงานหลักในบริษัทผลิตรถยนต์

1.6.2 เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของปัจจัยในการพิจารณาโครงการผลิตและการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยในอนาคต

1.6.3 เพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์นำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันสู่ระดับสากล

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

1.7.1 รถยนต์ หมายถึง

1.7.1.1 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคน (รย.1) เป็นรถที่ต้องมีขนาดกว้างไม่เกิน 2.50 เมตร ยาวไม่เกิน 12 เมตร ที่ใช้ขนส่งทางบกซึ่งเคลื่อนที่ด้วยกำลังเครื่องยนต์ กำลังไฟฟ้าหรือพลังงานอื่นๆ เช่น



1.7.1.2 รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3) เป็นรถซึ่งมิได้ใช้ประกอบการขนส่งส่วนบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ต้องมีขนาดกว้างไม่เกิน 2.50 เมตร ยาวไม่เกิน 12 เมตร และความยาวของตัวถังวัดจากศูนย์กลางเพลาล้อหลังถึงท้ายรถไม่เกิน 3 ใน 5 ของความยาววัดจากศูนย์กลางเพลาล้อหน้าถึงศูนย์กลางเพลาล้อหลัง เช่น



1.7.2 ผู้ผลิตรถยนต์ หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจการประกอบรถยนต์

1.7.3 ค่ารถยนต์ หมายถึง ภูมิภาคที่เป็นผู้ก่อตั้งตราสินค้ายานยนต์ โดยแบ่งออกเป็น

1. รถยนต์ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย
2. รถยนต์ค่ายยุโรป
3. รถยนต์ค่ายอเมริกา

1.7.4 ประเภทของรถยนต์ หมายถึง ความแตกต่างด้านรูปแบบการใช้งานของรถยนต์ โดยแบ่งรูปแบบการผลิตตามประเภทของรถยนต์ ออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. รถยนต์นั่ง
2. รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)
3. รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)

1.7.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน หมายถึง องค์ประกอบที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้มีการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์

1.7.6 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ หมายถึง องค์ประกอบทางด้านทำเลที่ตั้งของบริษัทผลิตรถยนต์ โดยสิ่งที่สำคัญประกอบไปด้วย การได้รับสิทธิประโยชน์จากเขตประกอบการอุตสาหกรรม การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการจัดจำหน่าย ต้นทุนค่าขนส่ง ระบบโครงสร้างสาธารณูปโภค และเป็นแหล่งทรัพยากรที่จำเป็นต่อการผลิต

1.7.7 ปัจจัยด้านขนาดของตลาด หมายถึง องค์ประกอบทางด้านขนาดของตลาดที่ส่งผลถึงการผลิตที่ประหยัดเนื่องจากขนาด (Economy of Scale) โดยสิ่งที่สำคัญประกอบไปด้วย ราคารถยนต์ พฤติกรรมผู้บริโภค และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงาน

1.7.8 ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน หมายถึง องค์ประกอบทางด้านมาตรฐานและศักยภาพของผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยสิ่งที่สำคัญประกอบไปด้วย เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ความรู้ทางด้านการวิจัยและพัฒนา และบุคลากรที่มีความรู้

1.7.9 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ หมายถึง องค์ประกอบทางด้านแนวทางการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ของทางภาครัฐ โดยสิ่งที่สำคัญประกอบไปด้วย นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI นโยบายเขตการค้าเสรี อัตราภาษีสรรพสามิต และข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะของรถยนต์ประหยัดพลังงาน

1.7.10 ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง หมายถึง องค์ประกอบทางด้านเครือข่ายในการสนับสนุนธุรกิจในประเทศไทย โดยสิ่งที่สำคัญประกอบไปด้วย การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างค่ายผู้ผลิตรถยนต์ การสนับสนุนของสถาบัน องค์กรและสมาคมต่างๆ ความร่วมมือกับสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลก

1.7.11 ผู้บริหารหน่วยงานหลัก หมายถึง ผู้บริหารหรือหัวหน้างานของหน่วยงานหลัก ผู้ซึ่งมีส่วนในการดำเนินโครงการผลิตรถยนต์รุ่นต่างๆ ซึ่งได้แก่ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายโรงงาน/ผลิต ฝ่ายวิศวกรรม/วิจัยและพัฒนา ฝ่ายการเงิน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยผู้วิจัยได้ศึกษา รวบรวมเนื้อหาของทฤษฎีและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้หลายแนวคิด โดยได้ศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสาร รายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ ครอบคลุมและมีความชัดเจน ซึ่งผลงานที่เกี่ยวข้องในการศึกษามีดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 2.2 นิยามของการลงทุนจากต่างประเทศและทฤษฎีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ
- 2.3 ปัจจัยที่นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ
- 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด
- 2.5 ทฤษฎีการตัดสินใจ
- 2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

นันทา ดิงสมบัติยุทธ (2538:21) กล่าวถึงความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคล ในอันที่จะแสดงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมต่างๆหรือเป็นการแสดงออกถึงความคิดเห็นของบุคคลหนึ่งในข้อเท็จจริง

ทวี เจริญ (2520) กล่าวว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลใดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถานการณ์เป็นต้น ความคิดเห็นอาจเป็นไปตามความคิดเห็น หรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้นก็ได

หลวงวิเชียร แพทอาคม (2505) ได้ให้ความหมายเรื่องความคิดเห็น (Opinion) ไว้ว่า ความคิดเห็นกับทัศนคติ (attitude) มักจะถูกนำไปใช้สลับกันได้เสมอ ทัศนคติจะหมายถึงความพยายามที่จะทำ (Intention to act) ซึ่งจะเกี่ยวข้องอย่างมากกับอุปนิสัย และพฤติกรรม ส่วนความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดและเครื่องแสดงความรู้สึกแต่ทุกคราวที่พูดถึงการทดสอบ ทัศนคติมักจะทดสอบความคิดเห็นด้วย

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ(2525 : 94)ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกซึ่งจิตวิญญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะความคิดเห็นของบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง(Fact) ทัศนคติ(Attitude) ของบุคคล ในขณะที่ทัศนคติแสดงความรู้สึกทั่วไป

เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ

Good (1973 : 339) ให้คำนิยามไว้ในพจนานุกรมทางการศึกษาว่า “ ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ ความคิด หรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่”

วิรัตน์ ชันพันธ์ (2544 : 13) ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางความรู้สึก หรือความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ที่ประเมินค่าก่อนที่ตัดสินใจ แสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยมีความรู้ อารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นพื้นฐานการแสดงออก ซึ่งอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจจะได้รับยกยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งบุคคลจะแสดงความคิดเห็นด้วยคำพูด การเขียนหรือพฤติกรรมก็ได้

ความคิดเห็นของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น การเลียนแบบและองค์ประกอบทางสถาบันของสังคม ดังนี้ (วิรัตน์ ชันพันธ์. 2544 : 13-15)

1. ประสบการณ์ บุคคลมีความคิดเห็นที่ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ในลักษณะใด หากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีก็จะทำให้บุคคลนั้นมีความคิดเห็นที่ดี และบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ไม่ดี ก็จะมีความคิดเห็นที่ไม่ดีเช่นกัน
2. การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ความคิดเห็นของบางคนอาจเกิดจากความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนอื่น โดยได้รับข้อมูลกับเรื่องราวต่างๆ จากผู้อื่นที่สัมพันธ์ด้วยแล้วถ่ายทอดความคิดเห็นนั้นมาเป็นความคิดเห็นของตน
3. การเลียนแบบพฤติกรรมบางอย่าง พ่อแม่ บุคคลใกล้ชิด หัวหน้างาน หรือแม่กระทั่งสื่อต่างๆ ผู้เลียนแบบก็จะได้รับเอาข้อมูลไว้ในจิตใจและมีความคิดเห็นเหมือนตัวแบบ
4. องค์ประกอบทางสถาบันสังคม เช่น โรงเรียน วัด ที่ทำงาน โดยที่บุคคลจะค่อยๆ รับรู้จากชีวิตประจำวันและสั่งสมจนเป็นความคิดเห็นและมีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

ความคิดเห็นอาจเกิดจากมูลเหตุ 2 ประการคือ

1. ประสบการณ์ (Experiences) ที่มีต่อสิ่งของ บุคคล หรือหมู่คณะเรื่องราวต่างๆ หรือสถานการณ์ความคิดเห็น คู่ขนาน หรืออาจถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ตรง และจากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น รูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือ โดยไม่เห็นจากของจริง ถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม
2. ระบบค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน แต่ละคนจึงมีความคิดเห็นต่อสิ่งที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน

2.2 นิยามของการลงทุนจากต่างประเทศและทฤษฎีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

2.2.1 นิยามของการลงทุนจากต่างประเทศ

Kindleberger (1996) กล่าวว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศคือ การเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศแบบหนึ่ง ซึ่งผู้เป็นเจ้าของเงินทุนจะมีส่วนในการจัดการ การเคลื่อนย้ายทุนอาจเป็นในรูปของการออกธนบัตร การซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ การให้สินเชื่อระยะสั้นในแบบต่างๆ และในรูปของการลงทุนโดยตรงเอง ข้อแตกต่างระหว่างการลงทุนโดยตรงกับรูปแบบอื่นๆ ของการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศคือการลงทุนที่ประกอบด้วย การควบคุมกิจการรวมทั้งการใช้เทคนิควิชาการ กล่าวอีกนัยหนึ่งการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ คือการที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนประกอบกิจการ โดยมีส่วนเป็นเจ้าของและจัดการในกิจการที่เข้ามาลงทุนในบางกรณีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอาจไม่จำเป็นต้องก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของเงินทุนระหว่างประเทศมากนัก คือผู้ลงทุนบางรายไม่นำเงิน ไปลงทุนเลยแต่ก็ยืมจากตลาดท้องถิ่น หรือนำเงินจากผลกำไรของเงินทุนที่เคยลงทุนอยู่มาลงทุนใหม่อีก นอกจากนี้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอาจเป็นไปได้ 2 ทิศทางพร้อมๆ กัน ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกาออกไปลงทุนในยุโรป และยุโรปก็จะทำได้ในทำนองเดียวกัน ซึ่งผิดกับการเคลื่อนย้ายเงินระหว่างประเทศแบบอื่นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยหรือการขาดแคลนเงินทุนระหว่างประเทศของผู้รับเงินทุน ในกรณีดังกล่าวการเคลื่อนย้ายเงินทุนมักจะเป็นการเคลื่อนย้ายในทิศทางเดียวกันคือจากแหล่งที่มีเงินทุนมากไปสู่แหล่งที่มีเงินทุนน้อย

Bo Sodersten (1970) กล่าวว่าการลงทุนโดยตรงแบบสองทางดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้ว สำหรับการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศที่ด้อยพัฒนาต่อประเทศที่พัฒนาแล้วมีน้อยมาก การลงทุนจากประเทศที่ด้อยพัฒนาไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในทรัพย์สิน (Portfolio) ประเทศพัฒนาแล้วจะมีการลงทุนโดยตรงต่อประเทศด้อยพัฒนา มากกว่า ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นการลงทุนฝ่ายเดียวก็ได้

Dunning (1972) กล่าวว่า การลงทุนโดยตรงแตกต่างจากการลงทุนในหลักทรัพย์คือหน่วยลงทุน (Investment unit) โดยปกติเป็นบริษัทธุรกิจ (Business Enterprise) มีอำนาจในการควบคุมกระบวนการตัดสินใจของกิจการในหน่วยธุรกิจที่ตนเข้าไปลงทุน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีสิ่งนอกเหนือจากเงินทุนที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการลงทุน อาจจะเข้าไปเกี่ยวข้องในการบริหารและการแนะนำการใช้เทคนิควิชานั้น

Caves (1971) กล่าวว่า การลงทุนโดยตรงเป็นความต้องการที่จะเข้าไปควบคุมกิจการที่ตั้งอยู่ที่ต่างประเทศแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยที่ผู้ที่มีได้เป็นคนพื้นเมืองของประเทศนั้น การลงทุนดังกล่าวเป็นการเคลื่อนย้ายทุน ซึ่งเป็นทุนเรือนหุ้น (Equity Capital) การประกอบการและความรู้

ทางเทคนิควิชาการ (Technological Knowledge) หรือความรู้ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในอุตสาหกรรม (Production Knowledge)

Kojima (1973) กล่าวว่า การลงทุนโดยตรงคือการนำเอาเงินทุน ความชำนาญในการบริหาร ความรู้ทางเทคนิควิชาการ ไปสู่ประเทศผู้รับการลงทุนซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้มีอำนาจในการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาเศรษฐกิจ

2.2.2 ทฤษฎีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

ก่อนจะมีการพัฒนาทฤษฎีการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก โดยเริ่มตั้งแต่ สำนักคลาสสิก โดยอดัม สมิท เสนอว่า “การค้าระหว่างประเทศแบบเสรีจะเกิดขึ้นถ้ามีความต่างในต้นทุนอย่างสมบูรณ์” ต่อมา ริคาร์โด ได้ชี้ให้เห็นว่า การค้าระหว่างประเทศต้องตั้งอยู่บนหลักของ “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage)” ซึ่งถูกกำหนดโดยความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของ ผลผลิตภาพแรงงาน ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านเทคโนโลยีและฟังก์ชันการผลิต แต่ทฤษฎีนี้ไม่ได้อธิบายว่าปัจจัยอะไรเป็นตัวกำหนดความไม่เท่าเทียมทางเทคโนโลยี และข้อสมมติของทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนความไม่อาจเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศอย่างสิ้นเชิง

ต่อมาความพยายามของสำนัก นีโอ คลาสสิก โดยเฮกเซอร์กับโอห์ลิน ได้เสนอทฤษฎี “Factor Endowment” ซึ่งต่อมาพัฒนาจนเป็นที่รู้จักในนามทฤษฎีเฮกเซอร์-โอห์ลิน (H-O theory) อธิบายการค้าประเทศหนึ่งๆ ในจำนวนของ Endowment หรือทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดรายได้ในอนาคตอันได้แก่ ทุน แรงงาน ซึ่งเป็นตัวแทนของความได้เปรียบเฉพาะในทำเล (Location Specific Advantage) แต่ทฤษฎีนี้ก็ถูกวิจารณ์เพราะข้อสมมติที่ว่าฟังก์ชันการผลิตเหมือนกันในทุกประเทศ และไม่มีค่าใช้จ่ายในเรื่องข่าวสารรวมทั้งไม่มีการกีดกันทางการค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับโลกความเป็นจริง โดยการปรับปรุงทฤษฎีของเฮกเซอร์-โอห์ลิน ได้กระทำใน 2 ทางคือ

1. Neo-Factor Theories of Trade โดยเน้นที่ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ จะมีผลสำคัญในการกำหนด “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ” ทั้งหมด

2. Neo-technology Theories of Trade กล่าวว่า ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบถูกกำหนดมาจากความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เน้นไปยังปัจจัยใหม่ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ของบริษัทในประเทศนั้นๆ

อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีการกำหนดทำเลของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติยังไม่มียุทธศาสตร์ที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของบริษัทข้ามชาติได้อย่างเป็นที่น่าสนใจ จนกระทั่งสตีเวน ไฮเมอร์ ได้เสนอ วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกของเขา โคนเสนอว่า ทฤษฎีของการ

ดำเนินกิจการในต่างประเทศ เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีบริษัท ฉะนั้นบริษัทหนึ่งๆ จะลงทุนโดยตรงในต่างประเทศได้นั้นต้องมีความได้เปรียบเหนือกว่าบริษัทอื่นในท้องถิ่นของประเทศที่ไปลงทุน หรือเหนือกว่าบริษัทคู่แข่ง แต่ที่จริงถึงบริษัทของประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเหนือกว่าบริษัทของประเทศอื่น ก็มีได้หมายความว่าบริษัทนั้นจะไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศในรูปของการเป็นเจ้าของบริษัทประเทศอื่นทันทีเพราะบริษัทอาจใช้วิธีการขายสิทธิบัตรหรือส่งออกสินค้าของตนก็ได้ ยกเว้นหากเกิดความไม่สมบูรณ์ของตลาด (Market Imperfections) ก็จะกลับมาเลือกวิธีการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (Hymer, 1960 : 23)

ซึ่งเกี่ยวกับเรื่องนี้การลงทุนโดยตรงจำเป็นต้องมีความสมบูรณ์ของตลาดในเรื่องสินค้าหรือปัจจัยการผลิตรวมถึงเทคโนโลยีหรือมีการแทรกแซงในการแข่งขันโดยรัฐบาล หรือบริษัทต่างๆ ความไม่สมบูรณ์ของตลาดทั้งในระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศเช่นนี้และที่ทำให้บรรษัทข้ามชาติสามารถใช้ความได้เปรียบจากการผูกขาดหรือการเป็นเจ้าของเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเองทั้งในตลาดภายในประเทศและในการผลิตระหว่างประเทศได้ เช่น (Kindleberger, 1960 : 13)

- ความได้เปรียบทางเทคโนโลยี จะสะท้อนให้เห็นถึงทักษะในการตลาด การบริหาร และการจัดตั้งองค์กร
- พฤติกรรมและโครงสร้างตลาดแบบ “ผูกขาดโดยผู้ผลิตจำนวนน้อยราย” ของบรรษัทข้ามชาติ
- ความสามารถในการบริหารและการประกอบการ
- ความได้เปรียบทางด้านเงินทุนและด้านการเงิน เกิดจากความไม่สมบูรณ์ของตลาด เช่น โดยทั่วไปบรรษัทข้ามชาติมักสามารถกู้เงินด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าบริษัทท้องถิ่น และความแข็งของสกุลเงินตราของประเทศผู้ส่งออกทุน สามารถมีผลต่อการกำหนดความได้เปรียบของบรรษัทข้ามชาติในการลงทุน โดยตรงในต่างประเทศ

ดังนั้นนักเศรษฐศาสตร์ได้พยายามชี้ให้เห็นว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลให้มีการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศซึ่งมีอยู่ 4 ปัจจัยคือ (International Production and the Multinational Enterprise, 1981 : 21)

1. ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factor) เช่น ขนาดของตลาด ความคาดหวังเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของตลาดในอนาคต เป็นต้น
2. ปัจจัยทางด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย (Cost Factor) เช่น ต้นทุนทางด้านค่าจ้างแรงงาน ค่าขนส่ง ความสามารถในการเข้าถึงวัตถุดิบ เป็นต้น
3. อุปสรรคทางการค้า (Trade Barriers) โดยเฉพาะอุปสรรคด้านกำแพงภาษี
4. สิ่งจูงใจสำหรับการลงทุน (Investment Incentives) เช่น การส่งเสริมการลงทุน โครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรม นโยบายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้วปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในต่างประเทศของบริษัทญี่ปุ่นเกิดจาก 4 ปัจจัยที่สำคัญคือ (โคจิมา, 1978)

1. การที่ประเทศเจ้าบ้านมีทรัพยากรธรรมชาติที่เหลือเฟือ(Resource-Oriented) ถือเป็นความได้เปรียบเพราะจะเป็นแรงจูงใจให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน นอกจากจะผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศของตนเองแล้ว ยังผลิตเพื่อส่งไปยังประเทศที่สามอีกด้วย
2. การลงทุนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงาน (Labor Oriented) แรงงานนับเป็นสิ่งสำคัญจะเห็นได้ว่าการที่ประเทศเจ้าบ้านที่มีความได้เปรียบในเรื่องแรงงานที่มาก ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานต่ำ นับเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต ขณะเดียวกันประเทศเจ้าบ้านก็ได้ผลประโยชน์ในเรื่องของการจ้างงานที่สูงขึ้น
3. ประเทศที่มีการกีดกันทางการค้า เช่น ภาษีการค้า การตั้งกำแพงภาษีเพื่อส่งเสริมการส่งออกและคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ ดังนั้นการที่นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนโดยตรงจะเป็นการลดอุปสรรคทางการค้า นอกจากนี้การที่ขนาดตลาดภายในประเทศใหญ่ขึ้น รัฐบาลของประเทศเจ้าบ้านก็ทำโครงการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ
4. ความได้เปรียบในการลงทุน ซึ่งได้แก่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

2.3 ปัจจัยที่นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ

การที่รัฐบาลส่งเสริมให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ ทำให้เกิดการพัฒนากอุตสาหกรรมให้ทำการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมาสนองความต้องการภายในประเทศ เพื่อทดแทนสินค้าที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานและอุตสาหกรรมต่อเนื่องขึ้นภายในประเทศ มีการใช้ทรัพยากรของประเทศมากขึ้น ตลอดจนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น

2.3.1 สาเหตุที่ทำให้นักลงทุนต่างประเทศตัดสินใจลงทุน

สาเหตุที่ทำให้ให้นักลงทุนออกไปลงทุนในประเทศที่ตนไม่คุ้นเคยมาก่อนแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ (วิวัฒน์ชัย อัดถากร, 2518)

1. ประเภทที่มุ่งด้านการตลาด (Market Oriented Type) การออกไปลงทุนในต่างประเทศโดยวัตถุประสงค์นี้จะปรากฏออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นบริษัทการค้าที่ตั้งขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศตน เป็นการมุ่งแสวงหาตลาดใหม่ๆ การเข้ามาลงทุนก็เพื่อลดข้อเสียเปรียบในแง่ของต้นทุน ซึ่งต้องแข่งขันกับบริษัทในท้องถิ่นนั้นๆ หรือเป็นบริษัทที่เข้าไปลงทุนเพื่อรักษาตลาดที่เคยนำเข้าสินค้ามาจากบริษัทตนแต่ต้องหยุดชะงักไปเนื่องจากมีข้อกีดกัน

ทางภาษีและการนำเข้าสินค้า ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าการลงทุนของบริษัทประเภทนี้มุ่งด้านการจำหน่ายสินค้าให้มีปริมาณสูงขึ้น

2. ประเภทที่มุ่งจะได้ทรัพยากร (Resource-Securing Oriented Type) โดยมีเหตุผลที่จะใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบของประเทศมีเข้าไปลงทุน รวมทั้งการส่งวัตถุดิบกลับไปยังประเทศตน เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมบางประเภทของประเทศตน

3. ประเภทที่มุ่งที่จะใช้แรงงาน (Labor Utilization Type) ทั้งนี้เนื่องจากอุปทานแรงงานของประเทศของตนเริ่มขาดแคลน จึงมุ่งหวังจะใช้แรงงานที่มีเหลือเฟือในบางประเทศ ซึ่งมีอัตราค่าจ้างต่ำกว่าประเทศตน

มูลเหตุจูงใจดังกล่าวสามารถแยกออกในลักษณะที่สอดคล้องกับที่กล่าวมาเพิ่มเติมได้อีกบางประการได้แก่ (Thomas W.Allen : 1973)

- เป็นการร่วมลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์จากกำไร ซึ่งอาจจะเป็นกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกับที่มีอยู่แล้วในประเทศตน
- ได้รับแรงกระตุ้นจากการสนับสนุนของรัฐบาลตนเอง ตลอดจนข้อจำกัดในเรื่องการลงทุนในประเทศตนบางประเภทที่อาจก่อให้เกิดปัญหาภาวะเป็นพิษ

2.3.2 ปัจจัยที่นักลงทุนใช้พิจารณาเลือกประเทศเพื่อเข้าไปลงทุน

ในการพิจารณาเลือกประเทศเพื่อจะเข้าไปลงทุน นักลงทุนจะคำนึงถึงลักษณะของแต่ละประเทศที่จะสามารถสนองความต้องการหรือปัจจัยที่ผลักดันให้ตนออกไปลงทุนต่างประเทศดั่งนั้น นักลงทุนต่างประเทศจะมีหลักเกณฑ์ที่จะใช้ในการพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญของแต่ละหลักเกณฑ์ไม่เหมือนกัน เช่น ผู้ลงทุนจากสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะอยู่ภาคอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ จุดประสงค์ของการลงทุนจึงมาจากมูลเหตุจูงใจในเรื่อง ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศเป็นสำคัญ การคำนึงถึงสิทธิพิเศษที่รัฐบาลไทยเสนอให้สำหรับภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจึงเป็นสาเหตุอันดับสองรองลงมา ต่างจากนักลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งส่วนใหญ่จะลงทุนในภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริม ทั้งนี้มูลเหตุจูงใจที่ญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนในไทยอีกด้านหนึ่งคือ การเข้ามารักษาดลาดที่เคยนำเข้าจากประเทศของตน ก่อนที่ประเทศไทยจะมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้านั่นเอง ส่วนปัจจัยและแรงดึงดูดที่สำคัญรองลงมาคือค่าจ้างที่ต่ำและวัตถุดิบในประเทศ (สมศักดิ์ ธรรมบุญเลิศชัย. 2527)

ปัจจัยและแรงดึงดูดที่ทำให้นักลงทุนต่างประเทศเลือกประเทศไทยเป็นแหล่งลงทุน คือ

- ปัจจัยทางการตลาด
- ปัจจัยทางด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย
- การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

- ปัจจัยทางการเมือง
- ปัจจัยอื่นๆ เช่น โครงสร้างอัตราภาษีศุลกากรหรือภาษีนำเข้าที่สูงขึ้น

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทอุตสาหกรรมที่เข้ามาลงทุน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ประเภทของอุตสาหกรรมและมูลเหตุจูงใจ

ประเภทอุตสาหกรรม	มูลเหตุจูงใจ
อาหาร	การใช้ทรัพยากรในประเทศและการได้รับสิทธิพิเศษ
สิ่งทอ	การได้รับสิทธิพิเศษและการเข้าถึงตลาดที่กำลังขยายตัวและค่าจ้างต่ำ
เคมีและยา	เพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นและการได้รับสิทธิพิเศษ
เครื่องยนต์และส่วนประกอบ	การเข้าถึงตลาดและได้รับสิทธิพิเศษ ค่าจ้างต่ำและขจัดกำแพงภาษี
เกษตร เหมือนแร่และกระดาษ	ใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบภายในประเทศ

ที่มา : ภรณ์ กาญจนะพิงคะ. 2521

2.3.3 ผลกระทบที่ไทยได้รับจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

ผลกระทบที่ไทยได้รับจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมบางประเภท , ประเภทของอุตสาหกรรมที่ต่างชาติเข้ามาลงทุน รวมทั้ง โครงสร้าง ความแตกต่างในการผลิตของอุตสาหกรรม ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ภรณ์ กาญจนะพิงคะ. 2521 : 1-98)

1. ผลกระทบต่อการจ้างงาน

การจ้างงานเป็นนโยบายหลักของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายซึ่งประสบปัญหาภาคการเกษตรไม่สามารถรองรับแรงงานที่เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นการลงทุนจากต่างประเทศในภาคอุตสาหกรรมจึงถูกมองว่าเป็นแหล่งรองรับแรงงานที่มีอยู่ได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งผลกระทบต่อการจ้างงานนั้นแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเทศและแหล่งผลิตเป็นสำคัญ สำหรับกลุ่มประเทศที่พัฒนานั้นพบว่าผลกระทบทางตรงต่อการจ้างงานค่อนข้างจำกัดอยู่ที่ร้อยละ 0.5 ของแรงงานในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเท่านั้น (Geneva, Switzerland : 1981) สำหรับการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พบว่าการลงทุนดังกล่าวก่อให้เกิดการจ้างงานเพียงร้อยละ 0.2 ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ ทั้งนี้เพราะธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการผลิตที่ต้องอาศัยปัจจัยทุนในสัดส่วนที่สูงมีการพึ่งพาสินค้าทุนและวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าสูง (สมศักดิ์ ธรรมบุญเลิศชัย.2518 : 258)

2. ผลกระทบต่อดุลการชำระเงิน

ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่มักจะเผชิญกับปัญหาดุลการชำระเงินขาดดุลซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจ และเป็นที่ยกย่องว่าการลงทุนจากต่างประเทศจะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้ โดยจะเพิ่มรายได้จากการส่งออกหรือประหยัดเงินตราต่างประเทศในกรณีที่ผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า แต่จากการศึกษาของนักเศรษฐศาสตร์ชี้ให้เห็นว่า การลงทุนจากต่างประเทศไม่ได้ทำให้ดุลการชำระเงินดีขึ้นเท่าที่ควร บางครั้งการลงทุนบางช่วงเวลายังส่งผลให้ดุลการชำระเงินแย่ลงหรือขาดดุลเนื่องจากการนำเข้าในรูปวัตถุดิบและเครื่องจักรอย่างมากในขณะที่มีการส่งออกเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (กรองทอง อินทรathy. 2527)

3. ผลกระทบต่อเทคโนโลยี

เทคโนโลยีการผลิตที่นำเข้ามาพร้อมกับการลงทุนจะมีประโยชน์มากสำหรับประเทศผู้รับการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพและประหยัดทรัพยากรที่ทำได้ยากในประเทศผู้รับการลงทุน เพราะนอกจากจะนำเทคโนโลยีเข้ามาแล้วยังได้นำผู้เชี่ยวชาญเข้ามาควบคุมอีกด้วย แต่จากผลการวิจัยพบว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยียังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะต่างชาติมักนำผู้เชี่ยวชาญของตนเองมาควบคุมเทคโนโลยีในการผลิตมากกว่าที่จะถ่ายทอดให้คนไทย ทำให้ไม่สามารถทราบระบบการทำงานภายในเครื่องจักรนั้นเมื่อกลับประเทศก็จะนำเทคโนโลยีดังกล่าวกลับด้วย (กรองทอง อินทรathy. 2527)

2.3.4 เขตประกอบการอุตสาหกรรมที่ปลอดภาระภาษีอากร (FTZ)

เขตอุตสาหกรรมที่ปลอดภาระภาษีอากรเป็นพื้นที่ที่จัดตั้งและดำเนินการโดยภาคเอกชน ตามกฎหมายโรงงานและกฎหมายศุลกากร ถือเสมือนหนึ่งเขตการค้าเสรีโดยเป็นเขตประกอบการอุตสาหกรรมที่มีการจัดพื้นที่ให้เป็นฐานการผลิตเพื่อการค้าและลดภาระต้นทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในสถานการณ์ของโลกในปัจจุบันมีการดำเนินธุรกิจครบวงจรทั้งการผลิตการค้า การบริการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องครบวงจร โดยไม่มีภาระภาษีอากรและเป็นกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน วัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาฝีมือด้านอุตสาหกรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศและเป็นการสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมการส่งออกและการกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค การจัดตั้ง ดำเนินการ 3 ขั้นตอน ตามกฎหมาย 3 ฉบับคือ (ศูนย์บริการเพื่อการลงทุน งานบริการข้อมูลการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม.2541)

- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 มาตรา 30 กำหนดให้พื้นที่จัดตั้งเขตปลอดภาระภาษีเป็นเขตประกอบการอุตสาหกรรม

- พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 329 ลงวันที่ 31 ธันวาคม 2515 มาตรา 8 และมาตรา 8 ทวิ กำหนดระเบียบการจัดตั้งเขตคลังสินค้าทัณฑ์บนสำหรับประกอบการค้าเสรีและส่วนที่เป็นคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงงานผลิตสินค้า

- พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 กำหนดให้กิจการเขตคลังสินค้าทัณฑ์บน สำหรับประกอบการค้าเสรีเป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

2.3.5 เงื่อนไขเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง

- พื้นที่จัดตั้งเขตฯ (ให้ กรอ. พิจารณาตามความเหมาะสม)
- เป็นนิติบุคคล และมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 200 ล้านบาท
- ไม่ตั้งอยู่ในอาณาบริเวณที่แออัด และไม่สร้างมลภาวะต่อสภาพแวดล้อม
- ผู้ประกอบการต้องมีระบบบริหารการควบคุมปัญหาสิ่งแวดล้อมและสาธารณสุขโลก

ในขั้นนี้ตาม ประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม

2.3.6 ประเภทอุตสาหกรรม

กิจการต่อเนื่องที่สนับสนุนการค้าเงินการของอุตสาหกรรม 5 กลุ่มคือ (ศูนย์บริการเพื่อการลงทุน งานบริการข้อมูลการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม.2541)

1. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน
2. อุตสาหกรรมประกอบยานยนต์และชิ้นส่วน
3. อุตสาหกรรมอัญมณีเครื่องประดับ และสิ่งประดิษฐ์มีค่า
4. อุตสาหกรรมที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านและมีคุณภาพสูง
5. อุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรทั้งที่เป็นอาหารและไม่เป็นอาหาร

สิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรมมีดังนี้คือ (ศูนย์บริการเพื่อการลงทุน งานบริการข้อมูลการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม.2541)

1. ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

- ยกเว้นการจ้างให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบตามมาตรา 11
- ยกเว้นการขอรับใบอนุญาต ตามมาตรา 12
- ยกเว้นการเสียบัตรธรรมเนียมใบอนุญาต

2. ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2534 ด้านภาษีอากรเขต 1 จำนวน 5 จังหวัดคือ สมุทรปราการ(จะให้การส่งเสริมเฉพาะในเขตที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้าที่กระทรวงอุตสาหกรรมให้ความเห็นชอบ) สมุทรสาคร ปทุมธานีนนทบุรี และนครปฐม

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์
- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกเขต 2

จำนวน 10 จังหวัดคือ สมุทรสงคราม ราชบุรี กาญจนบุรีสุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทราและชลบุรี

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 7 ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์
- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกเขต 3 จำนวน 60 จังหวัด และนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง
- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปีและลดหย่อนให้อีก 50%ของอัตราปกติ เป็นเวลา 5 ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์
- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก
- อนุญาตให้หักภาษีค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา เป็น 2 เท่าเป็นเวลา 10 ปี
- อนุญาตให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกจากยอดเสียภาษี(กำไรสุทธิ) 25% ของเงินที่ลงทุนในการนั้นด้านอื่นๆ
- อนุญาตให้นำคนต่างด้าวเข้ามาเพื่อศึกษาสู่ทางการลงทุน (มาตรา 24)
- อนุญาตให้นำช่างฝีมือและผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในกิจการที่ได้รับการส่งเสริม (มาตรา 25,26)
- อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน (มาตรา 27)
- อนุญาตให้นำเข้าหรือส่งออก ซึ่งเงินตราต่างประเทศ (มาตรา 37)

3. ตามประกาศกรมศุลกากร

- ยกเว้นอากรขาเข้าและขาออกสำหรับของที่ปล่อยออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บนในเขตประกอบการฯเพื่อการส่งออกนอกราชอาณาจักร ทั้งนี้ไม่ว่าจะส่งออกในสภาพที่ผลิต หรือผสมหรือประกอบเป็นของอื่น หรือในสภาพเดิมที่นำเข้า (ดังนั้นวัตถุดิบที่นำเข้าจึงได้รับการเว้นอากรอย่างมีเงื่อนไข)
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าในคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าในเขตประกอบการฯ
- วัตถุดิบที่นำเข้ารวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ภายใต้คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าที่อยู่ในเขตประกอบการฯหากส่งออกจะได้รับการยกเว้นภาษีสรรพสามิต
- ภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับวัตถุดิบที่นำเข้าให้ใช้การคำนวณขณะจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าที่อยู่ในเขตประกอบการฯแทนการชำระภาษีมูลค่าเพิ่มได้ตามประมวลรัษฎากร ดังนั้นวัตถุดิบที่นำเข้าจึงไม่ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม
- วัตถุดิบภายในคลังที่เกิดสภาพค้ำยคุณภาพหรือคุณสมบัติไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การใช้งานสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้จากคลังสินค้า ทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าที่อยู่ในเขตประกอบการฯ ถ้าประสงค์จะจำหน่ายภายในประเทศ สามารถกระทำได้โดยชำระค่าภาษีอากร ตามสภาพของขณะนำเข้า

- วัตถุดิบที่เสียหายจากการผลิต (ส่วนสูญเสียนอกสูตร การผลิต)สามารถขอทำลายหรือบริจาคให้แก่องค์การกุศล หรือส่วนราชการได้โดยไม่ต้องชำระภาษีใดๆ

- กรณีที่เป็นคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภท โรงผลิตสินค้าสามารถเก็บรักษาของได้ 2 ปี นับแต่วันนำเข้า และหากเป็นคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไปสามารถเก็บรักษาของได้ 1 ปี นับแต่วันนำเข้า

- สินค้าที่ส่งออก หากชำระศุลกากรนำกลับเข้ามาซ่อมในคลังฯ ได้

- ยกเว้นภาษีอากร แก่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแต่ไม่ปรากฏเห็นชัดในผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก เช่น น้ำมันกันสนิมในผลิตภัณฑ์ประเภทวงจร ไฟฟ้า เป็นต้น (กรณีที่นำมาใช้ผลิตในคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าในเขตประกอบการฯ)

- ยกเว้นภาษีอากร แก่วัตถุดิบที่ใช้สิ้นเปลือง และจำเป็นในการผลิตเช่น เคมีภัณฑ์ที่ทำให้เส้นด้ายเหนียว เคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการชักฟอกในผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอ กระดาษทรายผงขัด เป็นต้น

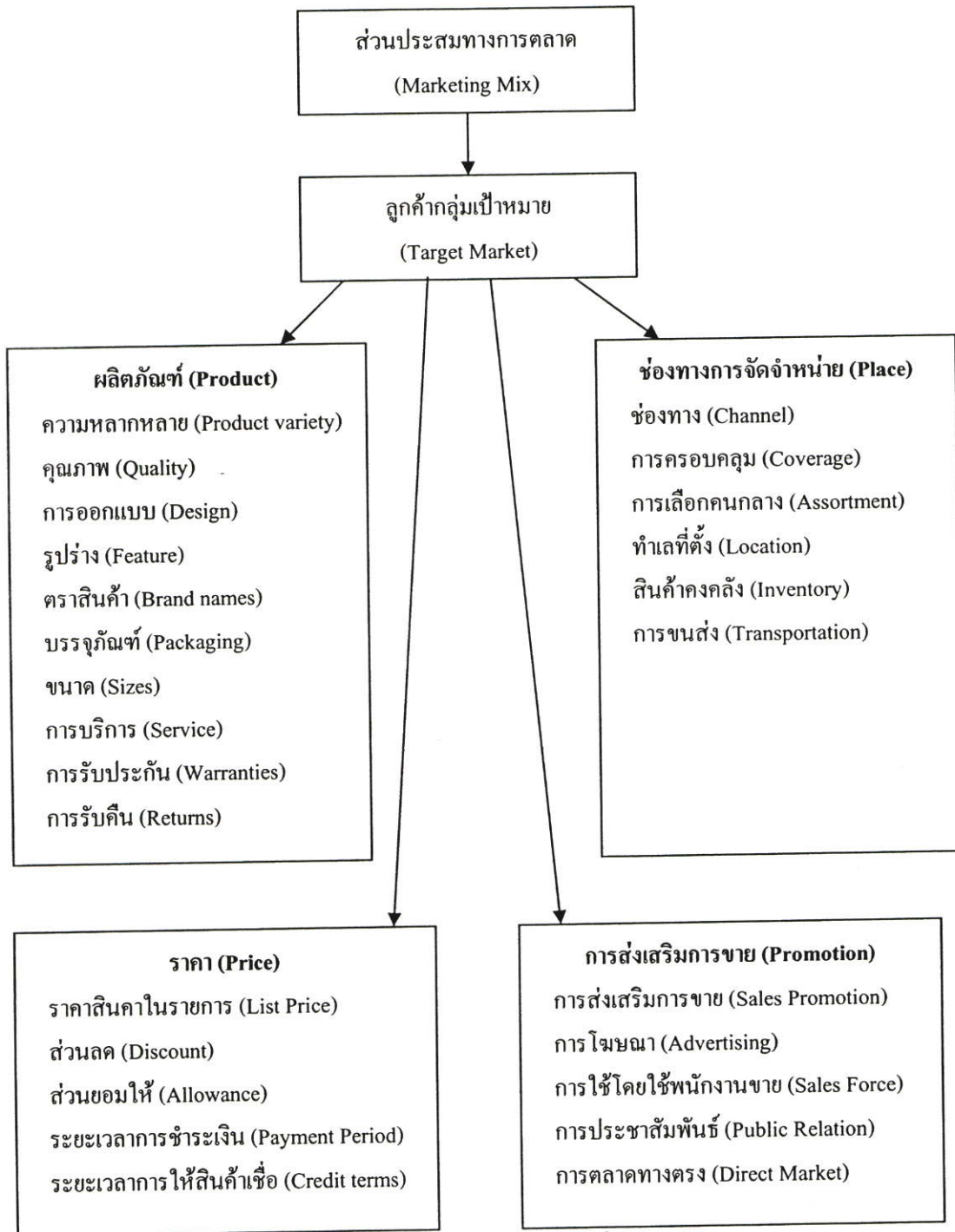
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด

2.4.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kolter (2001 : 9) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการทางการตลาด (Marketing Management) คือ กระบวนการหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้น ในการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย แนวความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลได้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 53) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) หมายถึง หลักเกณฑ์ที่งานบริหารการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยการตัดสินใจในค่าใช้จ่ายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาด หรือหมายถึงการค้นหาโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและแผนการตลาดที่สามารถสร้างกำไร

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4'Ps) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จ ได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

(<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch1.htm>)



ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา :Kotler. (2003 : 15)

2.4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของตลาดหรืออุปสงค์ของตลาด (Market Demand)

อุปสงค์สำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่ง คือปริมาณการเสนอซื้อทั้งหมดโดยกลุ่มลูกค้าที่กำหนด ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนด ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนด ภายใต้โปรแกรมการตลาดที่กำหนดไว้

อุปสงค์ของตลาด ไม่เป็นตัวเลขคงที่ใดๆ แต่ค่อนข้างผันแปรไปตามเงื่อนไขของสถานการณ์ ซึ่งอุปสงค์ของตลาด เริ่มต้นจากคำจำกัดความของคำว่า ตลาด ประกอบด้วยกลุ่มผู้ซื้อจริงและผู้ซื้อที่เป็นไปได้ทั้งหมดที่มีความต้องการซื้อข้อเสนอทางการตลาด ขนาดของตลาด วัดได้จากจำนวนผู้ซื้อที่มีอยู่สำหรับข้อเสนอหนึ่งทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย (จัดวางยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย:2549)

1. ตลาดที่มีศักยภาพ (potential market) คือกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมรับว่ามีระดับความสนใจอย่างเต็มที่ต่อข้อเสนอทางการตลาด
2. ตลาดมุ่งหวัง (available market) คือกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจมีรายได้ และเข้าถึงได้ด้วยข้อเสนอใดข้อเสนอหนึ่งทางการตลาด สำหรับข้อเสนอทางการตลาดบางอย่างบริษัทหรือรัฐบาลอาจควบคุมการจำหน่ายให้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ
3. ตลาดเป้าหมาย (target market หรือเรียกว่า served market) คือส่วนหนึ่งของตลาดที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ที่บริษัทตัดสินใจเข้าไปดำเนินการ
4. ตลาดที่เจาะเข้าไปได้ (penetrated market) คือกลุ่มบริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

การให้คำจำกัดความของตลาดเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับวางแผนการตลาด ถ้าบริษัทไม่พอใจกับยอดขายปัจจุบันบริษัทสามารถดำเนินการได้หลายวิธี เช่น พยายามดึงดูดผู้ซื้อจากตลาดเป้าหมายให้มีจำนวนมากขึ้น ลดคุณสมบัติของผู้ซื้อที่มีศักยภาพลง ขยายตลาดโดยการเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังสถานที่ใหม่ หรือลดราคาลง

2.4.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางด้านขนาดของการหรือระดับของการแบ่งส่วนตลาด (Level of market segmentation)

ก่อนอื่นจะขอกล่าวถึง การตลาดแบบมวลชน (Mass-marketing) ก่อน Mass-marketing (การตลาดแบบมวลชน) เป็นการทำการตลาดโดยทำการผลิตสินค้าหรือบริการรายการใดรายการหนึ่งออกมาจำนวนมากๆ กระจายออกไปให้กว้างไกลที่สุด และทำการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีเดียวกันตลอด ทำให้มีส่วนประสมการตลาดสูตรเดียวกันสำหรับผู้ซื้อทุกคน ยิ่งไปกว่านี้การตลาดแบบมวลชนยังพยายามสร้างตลาดให้มีศักยภาพมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การลดต้นทุน เพราะการผลิตจำนวนมากๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำทำให้กำหนดราคาต่อหน่วยต่ำได้ ส่งผลให้เกิดกำไรที่สูง และทำให้ศักยภาพของตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม การทำการตลาดแบบมวลชนก็ยังเป็นการยาก เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อหา มาก ทั้งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (Giant mall)

ร้านขายของเฉพาะ (specialty shop) และซูเปอร์มาร์เก็ต หรืออาจจะซื้อผ่านทางแคตตาล็อก (Home shopping network) และ อาจซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังได้รับข่าวสาร ข้อมูลจากช่องทางอื่นๆที่กำลังเติบโต เช่น โทรทัศน์ วิทยุทางระบบออนไลน์ อินเทอร์เน็ต การบริการทางโทรศัพท์รวมถึงนิตยสารเฉพาะและสิ่งพิมพ์ต่างๆ

การใช้สื่อโฆษณาและช่องทางการกระจายอื่นๆ ก็ยังเป็นการยากที่จะเข้าถึงผู้ชมแบบมวลชน (mass audience) และยิ่งเสียค่าใช้จ่ายแพงอีกด้วย มีบางคนกล่าวว่า การตลาดแบบมวลชน กำลังจะตาย ซึ่งไม่น่าแปลกใจเลยที่บริษัทจำนวนมากหันกลับมาทำ “การตลาดแบบจุลภาค” (Micromarketing) ซึ่งเป็นระดับหนึ่งใน 4 ระดับของการแบ่งส่วนตลาด อันประกอบไปด้วยระดับ Segment , ระดับ Niches , ระดับ Local area , และระดับ Individuals ดังมีรายละเอียดดังนี้ (จัตวงยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย.2549)

2.4.3.1 การตลาดแบบแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ หรือการตลาดเป้าหมาย (Segment Marketing) เป็นส่วนตลาดที่ประกอบด้วย กลุ่มของผู้บริโภคที่มีความต้องการคล้ายๆกัน เช่น แบ่งผู้ซื้อรถยนต์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อรถยนต์ที่มองหารถที่มีราคาถูก กับกลุ่มผู้ซื้อรถยนต์ที่มองหาความหรูหรา ซึ่งการตลาดแบบแบ่งตลาด (Segment marketing) เป็นการตลาดที่ผู้ขายจะแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ แล้วเลือกที่จะเข้าไปทำการตลาดเฉพาะกับกลุ่มที่เห็นว่ามีขีดความสามารถจะทำได้ จากนั้นก็พัฒนาส่วนประสมการตลาดเข้าไปเสนอ โดยตลาดกลุ่มเดียวกันใช้สูตรตลาดเดียวกัน ตลาดต่างกลุ่มใช้ต่างสูตรกัน

2.4.3.2 การตลาดแบบกลุ่มย่อย (Niche Marketing) เป็นการตลาดที่แคบ ซึ่งจะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มองหาผลประโยชน์เฉพาะ นักการตลาดมักจะแบ่งตลาดกลุ่มย่อย (Niche) จากการจัดกลุ่มออกเป็นกลุ่มๆ (Segment) แล้วเข้าไปเจาะในแต่ละกลุ่มตลาดนั้นๆ (Sub segments) ในแต่ละกลุ่ม (Niche) นั้นจะประกอบด้วย ผู้บริโภคที่มีกลุ่มของความแตกต่างจากกลุ่มอื่น โดยสิ้นเชิงและเต็มใจที่จะจ่ายในราคาแพงให้แก่ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด ซึ่งตลาด niche นั้น จะไม่น่าสนใจสำหรับคู่แข่งอื่นๆ เพราะนักการตลาดกลุ่มย่อย (Nicher) จะทำกำไรได้ในเฉพาะบางเศรษฐกิจเท่านั้น โดยอาศัยความชำนาญเฉพาะ

2.4.3.3 การตลาดเฉพาะพื้นที่ (Local marketing) เป็นการตลาดเป้าหมายอันนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรมการตลาดเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ เช่น Citibank เสนอการบริการของธนาคารที่แตกต่างกันไปในแต่ละสาขา ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้คนที่อยู่บริเวณนั้น บริษัทที่ทำการตลาดเฉพาะพื้นที่ (Local marketing) จะมองการโฆษณาระดับประเทศว่าเป็นการสูญเปล่า ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนในพื้นที่หรือท้องถิ่นนั้นได้ มีบางกลุ่มโต้แย้งว่าการทำ Local marketing ทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาดและปัญหาทาง Logistic นั้นกลายเป็นปัญหาใหญ่ เมื่อบริษัทจำนวนมากพยายามจะ

ตอบสนองความต้องการของผู้คนในพื้นที่ รวมถึงภาพพจน์ของตราสินค้าก็อาจจางลงได้ ถ้าสินค้า และข้อความข่าวสารมีการเสนอแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

2.4.3.4 การตลาดลูกค้าเฉพาะราย (Individual Customer Marketing) ระดับสุดท้ายของการแบ่งส่วนตลาด คือ “Segment of one” หรือ “Customized marketing” หรือ “One-to-one marketing” (การตลาดลูกค้าเฉพาะราย) การตลาดแบบนี้ลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการและความชอบไม่เหมือนกัน ในหลายทศวรรษก่อน ผู้ผลิตมุ่งเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้าแต่ละราย เช่น ช่างตัดเสื้อและตัดสูท และช่างทำรองเท้าจะทำรองเท้าให้ลูกค้าแต่ละราย ส่วนในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรม ผู้ผลิตได้ทำการผลิตแบบมวลชน (Mass production) ในปัจจุบันบริษัทต่างๆ ได้ผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าแต่ละรายได้ลองใส่ให้เหมาะกับตนผู้ผลิตได้เปลี่ยนจากการทำการตลาดแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ (Built-To-Order Marketing) ไปเป็นการตลาดแบบผลิตเพื่อเก็บไว้ในสต็อก (Built-to-stock marketing) ปัจจุบันการปฏิวัติข่าวสารข้อมูลทำให้บริษัทจำนวนมากได้เสนอสินค้าแบบ Mass-Customize Mass-Customization เป็นความสามารถของบริษัทที่จะสามารถออกแบบสินค้าบริการ โปรแกรมการตลาด และการติดต่อสื่อสาร เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้หลายๆ คน

2.4.4 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่ประสบกับภาวะหดตัวของตลาดอย่างรุนแรงหลังวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในปี 2540 รวมถึงการปรับเปลี่ยนระเบียบด้านภาษีการค้า อกรขาเข้าและการยกเลิกกฎการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Contents) ล้วนเป็นปัจจัยให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้กิจการสามารถอยู่รอดได้ปัญหาต่างๆ ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนสามารถสรุปได้ดังนี้ (สถาบันยานยนต์.2545)

1. ผู้ประกอบการประกอบรถยนต์มักจะเป็นบริษัทข้ามชาติและเป็นผู้กำหนดนโยบายการปฏิบัติ ทำให้ความร่วมมือในการสนับสนุนมาตรการต่างๆ เช่นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ชิ้นส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเกิดขึ้นได้ยากจะมีการถ่ายทอดเฉพาะบริษัทที่เป็นเครือข่ายกันเท่านั้น
2. การแข่งขันในอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นไปในลักษณะ Brand ของประเทศต่างๆ เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น ยุโรปและเกาหลีทำให้เกิดเครือข่ายเฉพาะค่าย (Brand) การเข้ามาของผู้ผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่ทำได้ค่อนข้างยากโดยเฉพาะผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยที่จะเข้าไปสู่การเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนเพื่อใช้ในการประกอบยานยนต์สำเร็จรูป (Original Equipment Manufacturing : OEM) นั้นจะต้องมีเทคโนโลยีการผลิตพื้นฐาน และมีความสัมพันธ์กับโรงงานประกอบรถยนต์จึงจะมีโอกาสในการเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนให้โรงงานประกอบรถยนต์

3. อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนสูงเนื่องจากต้องมีการลงทุนด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ทดสอบทำให้ผู้ผลิตรายย่อยของไทยต้องร่วมทุนกับต่างชาติเพื่อยกระดับความสามารถในการผลิตและทำให้ถูกทุนต่างชาติเข้าครอบครองธุรกิจไป

4. บุคคลากรที่มีอยู่มีคุณภาพ ความรู้ความสามารถไม่ตรงกับความต้องการของภาคเอกชนและบุคคลากรไม่ทำงานตรงกับความรู้ ความสามารถที่ได้รับการศึกษามา

5. ผู้ประกอบการในประเทศไม่มีเทคโนโลยีในการออกแบบ พัฒนาและผลิตชิ้นส่วนเป็นของตนเองต้องพึ่งพาจากบริษัทที่มีเครือข่ายกับบริษัทประกอบรถยนต์และการพัฒนาจะเป็นเรื่องการลด ต้นทุนการผลิตมิใช่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะบริษัทระดับ First Tier ที่เป็นของคนไทยมีโอกาส ถูกลดระดับเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน Second Tier ได้

จากสภาพปัญหาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้แผนการปรับ โครงสร้างอุตสาหกรรมมีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย 13 สาขาเพื่อวางกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศรัฐบาลจำเป็นต้องมีมาตรการที่สนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างชัดเจนและเร่งด่วนเมื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทย ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT ANALYSIS) ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

	รายละเอียด
1. จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> - อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ของโลกทั้งในส่วนค่ายรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่นได้แก่ โตโยต้า (TOYOTA) อีซูซุ (ISUZU) ฯลฯ หรือจากประเทศทางตะวันตกได้แก่ กลุ่มเจนเนอรัลมอเตอร์ (GM Group) ฟอร์ด (Ford) BMW ฯลฯ เป็นต้น มาสร้างฐานการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และส่งออก - ประเทศไทยมีกำลังการผลิตสูงกว่าปริมาณความต้องการภายในประเทศจึงสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตเพียงพอในการส่งออก รวมทั้งมีภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รองรับการประกอบรถยนต์ที่แข็งแกร่งและได้รับการถ่ายทอดวิชาการในการบริหารจัดการจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

	รายละเอียด
1. จุดแข็ง (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลมีนโยบายดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมสนับสนุนมากขึ้นทำให้เกิดระบบการรวมศูนย์ (Cluster System) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ชัดเจนและเข้มแข็ง - ประเทศไทยได้เปรียบในเรื่องที่ตั้งภูมิศาสตร์ โดยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน อินโดจีน และเชื่อมโยงกับเอเชียได้ด้วย ทำให้เหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกของภูมิภาคนี้
2. จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> - ความร่วมมือในโครงการ AICO (Asian Industrial Cooperation) และ AFTA (Asian Free Trade Area) ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนมีตลาดกว้างขึ้นและโอกาสการขยายตัวมากขึ้น - รัฐบาลพร้อมที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ดังเช่นมีการก่อตั้งสถาบันยานยนต์
3. โอกาส	<ul style="list-style-type: none"> - ประเทศไทยไม่มีเทคโนโลยีในการผลิต การออกแบบยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์เป็นของตนเอง - ประเทศไทยขาดแคลนบุคลากรระดับสูงในด้านการผลิตและการออกแบบใน อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน - มูลค่าเพิ่มในประเทศไทยของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศไทยมีสัดส่วนต่ำ
4. ภัยคุกคาม	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ First Tier เกือบทั้งหมดจะเป็นการลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งถูกควบคุมนโยบายต่างๆจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ และสามารถย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศไทยได้ เมื่อประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน - มีการกีดกันทางการค้าจากประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน ทั้งในด้านมาตรการที่มีใช้ภายในและมาตรการทางภาษี - ประเทศในเอเชียได้แก่ จีน เกาหลีใต้ ไต้หวัน ต่างพยายามดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างเต็มที่ ซึ่งจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

ที่มา : สรุปจากแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน(รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2) โดย สถาบันยานยนต์เสนอสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม . 2545

2.5 ทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจ เป็นการนำหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วยในการการตัดสินใจเพื่อให้ ผู้ตัดสินใจมีโอกาสผิดพลาดน้อยลงหรือการตัดสินใจได้ถูกต้องมากขึ้น การตัดสินใจที่จะมีขึ้นภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถทำการประเมินได้ และใช้กฎเกณฑ์หรือเครื่องมือดังกล่าว พิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดในการตัดสินใจอย่างไรก็ตาม การทำการตัดสินใจได้นำเอาความน่าจะเป็นเชิงจิตและแบบเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ทั้งนี้เพราะบุคคลต่างมีเหตุผลในการดำเนินธุรกิจของตนย่อมต้องการเลือกผลลัพธ์หรือผลตอบแทนที่ดีที่สุด แต่ถ้ามีทางเลือกเพียงทางเดียว ปัญหาการตัดสินใจก็ไม่เกิดขึ้นเพราะถึงอย่างไรก็ต้องเลือกตามวิถีทางเดียวที่มีอยู่นั้น ซึ่งจะไม่มีการเปรียบเทียบว่าผลลัพธ์หรือผลตอบแทน ที่ดีที่สุด หรือไม่ แต่ถ้ามีวิธีให้ผลตอบแทนมากกว่าหนึ่งทางแล้ว ก็จะต้องมีการตัดสินใจเลือกทางหรือวิธีที่จะทำให้ได้ผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจเลือกดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่ยุ่ยากและสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้พยายามหาสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุด โดยสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจในที่นี้คือ หลักเกณฑ์และเครื่องมือต่างๆ ดังต่อไปนี้ (วิจิตร ตันทสุทธิ์และคณะ.2520)

1. มีทางเลือกหลายทาง (Alternatives) ในแต่ละทางเลือกอาจจะอยู่ในรูปนโยบายในการปฏิบัติงานเทคนิค หรือขั้นตอนการดำเนินงาน การที่มีทางเลือกมาก ๆ ถ้าจะอาศัยดุลพินิจส่วนตัวทำการตัดสินใจนั้นอาจจะผิดพลาดขึ้นได้ ดังนั้น จึงต้องอาศัยเครื่องมือหรือเกณฑ์ต่างๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจ เพราะยังมีหลักประกันได้ว่า ไม่ได้ตัดสินใจไปตามดุลพินิจส่วนตัว

2. ข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวน เนื่องจากข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวนมาก ถ้านำดุลพินิจส่วนตัวมาใช้ในการตัดสินใจแล้ว โอกาสที่จะผิดพลาดมีมาก เพราะไม่อาจจะนำข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดนั้นมาพิจารณาได้ครบถ้วนสมบูรณ์

3. เพื่อลดความขัดแย้งลงเนื่องจากพื้นฐานความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ถ้าไม่อาศัยหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่เหมือนกันทำการตัดสินใจแล้วก็อาจจะทำการตัดสินใจแตกต่างกันออกไปซึ่งจะทำให้คนในองค์การเกิดการขัดแย้งกันขึ้นในกรณีที่มีความเห็นแตกต่างกัน

4. เพื่อลดความเสี่ยง การตัดสินใจที่ปราศจากกฎเกณฑ์หรือเครื่องมือแล้ว โอกาสที่เสี่ยงต่อความผิดพลาดนั้นมีสูง แต่การตัดสินใจที่มีเครื่องมือเข้ามาช่วยแล้ว โอกาสของการตัดสินใจที่ผิดพลาดนั้นมีน้อยหรือไม่เลยก็เป็นไปได้

2.5.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) หมายถึง การพิจารณาดกลองใจซึ่งขาดเลือกทางเลือก ที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก ในอันที่ให้มีการกระทำในลักษณะเฉพาะใด ๆ หรือหมายถึงการตกลงใจ

เลือกข้อยุติ ข้อขัดแย้ง ข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว(วิจิตร ตันทสุทธิ์และคณะ.2520)

2.5.2 ขั้นตอนการตัดสินใจ

กระบวนการในการตัดสินใจนั้น โดยทั่วไปประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ซึ่งจะอธิบายโดยการยกตัวอย่างการตัดสินใจของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์แห่งหนึ่ง ดังต่อไปนี้

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์แห่งหนึ่ง กำลังจะทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกสำหรับวิธีการขยายกำลังการผลิตของบริษั เพื่อสอดคล้องกับปริมาณของความต้องการของลูกค้าในอนาคต สรุปปัญหาการทำการตัดสินใจตามตัวอย่างนี้คือ “บริษัทควรเลือกขยายกำลังการผลิตอย่างไรจึงจะดีที่สุด”

ขั้นตอนในการทำการตัดสินใจจะเป็นดังต่อไปนี้ (วิจิตร ตันทสุทธิ์และคณะ.2520)

ขั้นที่ 1 การระบุทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด

อันดับแรก ผู้ที่ทำการตัดสินใจจะต้องทำการระบุทางเลือก ในการตัดสินใจทั้งหมดที่เป็นไปได้ ตามตัวอย่างนี้ สมมติว่าฝ่ายวางแผนของบริษัทระบุว่าบริษัทมีทางเลือกในการขยายกำลังการผลิตเพียง 3 ทางเลือกเท่านั้นคือ

1. ขยายโรงงาน
2. สร้างโรงงานใหม่
3. จ้างบริษัทอื่น

ขั้นที่ 2 คาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตทั้งหมดที่จะเป็นไปได้

ในขั้นนี้ ผู้ทำการตัดสินใจจะต้องคาดคะเนเหตุการณ์ทั้งหมด ซึ่งมีความเป็นไปได้จะเกิดขึ้นในอนาคต เหตุการณ์ทั้งหมดที่ระบุในขั้นตอนนี้ผู้ทำการตัดสินใจไม่สามารถที่จะเลือกได้ ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ หรือไม่สามารถจะกำหนดได้ และเหตุการณ์ทั้งหมดที่ระบุนี้มีเพียงเหตุการณ์เดียวเท่านั้นที่จะเกิดขึ้นจริง ๆ เราเรียกเหตุการณ์ทั้งหมดนี้ว่า สภาวะการณ์นอกบังคับ ตามตัวอย่างนี้ สมมติว่า ผู้ทำการตัดสินใจสามารถคาดคะเนได้ว่าสภาวะการณ์นอกบังคับในการตัดสินใจขยายกำลังการผลิตของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์นี้คือ ระดับความต้องการ สินค้าของบริษัทในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้ 4 สภาวะ ดังต่อไปนี้ คือ ความต้องการสูง ความต้องการปานกลาง ความต้องการต่ำ และไม่มีคนนิยม

ในการคาดคะเนสภาวะการณ์นอกบังคับนี้ ผู้ทำการตัดสินใจจะต้องสามารถคาดคะเนปริมาณความต้องการในรูปตัวเงิน คือ ปริมาณสินค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละสภาวะการณ์ได้ด้วย

ขั้นที่ 3 สร้างตารางผลที่ได้

ในขั้นตอนนี้ผู้ทำการตัดสินใจต้องสร้างตารางผลที่ได้ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของผลกำไร หรือผลประโยชน์ อื่น ๆ ที่เป็นผลลัพธ์จากทางเลือกต่างๆ ของแต่ละสภาวะการณ์นอกบังคับ จากกรณี

ของบริษัท ผลิตรอก เราสมมติว่าผลได้ที่เป็น ได้ทั้ง 12 ผลได้ของบริษัทในการตัดสินใจเลือกในการขยายกำลังการผลิตของบริษัท ได้แสดงในตาราง 2.3

ตารางที่ 2.3 แสดงผลที่ได้ของบริษัทผลิตรอกย่นต์การขยายเวลากำลังการผลิต

(เป็นการคาดคะเนผลได้ในรูปกำไร ในระหว่าง 5 ปีข้างหน้า มีหน่วยเป็นล้านบาท)

สภาวะการณ์นอกบังคับ (ความต้องการของตลาด)

		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มี
ทางเลือกของบริษัท	การขยายโรงงาน	50	25	-25	-45
	สร้างโรงงาน	70	30	-40	-80
	จ้างบริษัท	30	15	-1	-10

ที่มา : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2520.

2.5.3 ประเภทของการตัดสินใจ

ในการตัดสินใจเลือกทางเลือกภายใต้สภาวะการณ์นอกบังคับต่างๆ นั้น ผู้ทำการตัดสินใจจะตกอยู่ในสถานะที่แตกต่างกัน ในเรื่องข้อมูลข่าวสารของสภาวะการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเราจึงสามารถแบ่งประเภทของการตัดสินใจตามระดับข้อมูลที่มีต่อสภาวะการณ์นอกบังคับ การที่ผู้ทำการตัดสินใจสามารถคาดคะเนสภาวะการณ์ทั้งหมดที่จะเป็นไปได้ในอนาคตนั้น เป็นเพียงระบุมความเป็นไปได้ของสภาวะการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเท่านั้น ผู้ทำการตัดสินใจยังไม่ทราบด้วยความแน่นอนในอนาคตสภาวะการณ์จะเกิดขึ้นจริง ๆ และสภาวะการณ์นอกบังคับทั้งหมดนั้นก็ยังมีเพียงสภาวะการณ์เดียวเท่านั้นที่จะเกิดขึ้น นอกนั้นเป็นเพียงสภาวะการณ์ที่มีโอกาสเป็นไปได้ แต่ไม่ได้เกิดขึ้นจริง เราสามารถแบ่งประเภทของการตัดสินใจ ดังต่อไปนี้(วิจิตร ดันตสุทธิ์และคณะ.2520)

- การตัดสินใจภายใต้ความแน่นอน

เป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจ อยู่ในสถานการณ์ที่ทราบด้วยความแน่นอนว่าสภาวะการณ์นอกบังคับใดจะเกิดขึ้น ตามตัวอย่างบริษัทผลิตวิทยุโทรทัศน์ ถ้าผู้ทำการตัดสินใจที่จะขยายกำลังการผลิตของบริษัททราบว่าในอนาคตสินค้าของบริษัทจะเกิดความต้องการสูงในท้องตลาด ตารางผลได้จะเป็นดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 แสดงผลได้ของบริษัท กรณีทราบแน่นอนว่าตลาดมีความต้องการสูง

		สภาวะการณ์นอกบังคับความต้องการของตลาดสูง
ทางเลือกของบริษัท	การขยายโรงงาน	50
	สร้างโรงงาน	70
	จ้างบริษัทอื่น	30

ที่มา : วิจิตร ดันตสุทธิ์ และคณะ. 2520.

หากบริษัทสามารถทราบด้วยความแน่นอนว่า สภาวะการณ์นอกบังคับใจจะเกิดขึ้นเช่นนี้การตัดสินใจเลือกทางเลือกในการขยายกำลังการผลิตของบริษัทคงไม่มีปัญหายุ่งยากแต่อย่างใด ตามตัวอย่างนี้หากยึดหลักเหตุผล บริษัทต้องเลือกวิธีการขยายกำลังการผลิต โดยสร้างโรงงานใหม่ เพราะว่าจะได้กำไรสูงสุด 70 ล้านบาท ในระหว่าง 5 ปีข้างหน้า

- การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน

เป็นการตัดสินใจอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ทราบด้วยความไม่แน่นอนว่าสภาวะการณ์นอกบังคับใจจะเกิดขึ้นในอนาคต เขาทราบเพียงแต่ว่ามีสภาวะการณ์นอกบังคับใจบ้างมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นตามตัวอย่างนี้ บริษัทสามารถระบุสภาวะการณ์นอกบังคับทั้งหมดที่เป็นไปได้ คือสินค้าของบริษัทมีโอกาสที่ตลาดมีความต้องการสูง ปานกลาง ต่ำ หรือไม่มีคนนิยมเลย แต่บริษัทไม่สามารถจะทราบด้วยความแน่นอนว่าในระหว่าง 5 ปีข้างหน้าความต้องการสินค้าของบริษัทในการตลาดจะเป็นอย่างไรแน่ จึงกล่าวได้ว่ากรณีการตัดสินใจของบริษัทนี้เป็นการทำการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง เป็นการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ทราบด้วยความแน่นอนว่าสภาวะการณ์นอกบังคับใจจะเกิดขึ้นในอนาคต แต่เขามีข้อมูลเพียงพอในการคาดคะเน โอกาส ที่สภาวะการณ์นอกบังคับต่าง ๆ จะเกิดขึ้นได้ ตามตัวอย่างนี้ หากทางบริษัทมีข้อมูลเพียงพอที่จะคาดคะเนโอกาสที่สภาวะการณ์นอกบังคับต่างๆ จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 แสดงความน่าจะเป็นของสภาวะการณ์นอกบังคับ

สภาวะการณ์นอกบังคับ (ความต้องการของตลาด)	ความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Probability)
ความต้องการสูง	0.30
ความต้องการปานกลาง	0.45
ความต้องการต่ำ	0.20
ไม่มีคนนิยม	0.05

ที่มา : วิจิตร ตันทสุทธิ์ และคณะ. 2520.

ถ้าผู้ทำการตัดสินใจ ทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์เช่นนี้ ก็จะต้องว่าเป็นการทำการตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง ในกรณีการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนนี้ ผู้ทำการตัดสินใจทราบว่าสถานการณ์นอกบังคับใจบ้างมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น

เกณฑ์การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอนถือเป็นเกณฑ์ของพวกมองโลกในแง่ดี ในการทำการตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์นี้

- เกณฑ์มากที่สุด ผู้ทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกซึ่งได้ผลได้มากที่สุดซึ่งมากที่สุด จากบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ทั้งหมด

ตารางที่ 2.6 แสดงผลได้ของบริษัทรถยนต์ในการขยายกำลังการผลิตในระยะ 5 ปี ข้างหน้า

สภาวะการณ์นอกบังคับ (ความต้องการของตลาด)

		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มีคนนิยม
ทางเลือกของบริษัท	การขยายโรงงาน	50	25	-25	-45
	สร้างโรงงาน	70	30	-40	-80
	จ้างบริษัท	30	15	-1	-10

ที่มา : วิจิตร ดันตสุทธิ และคณะ. 2520.

จากตารางที่ 2.6 ผู้ทำการตัดสินใจจะเลือกผลได้มากที่สุดที่เป็นไปได้ของแต่ละทางเลือก ซึ่งจะทำให้การรวมผลล้อมรอบผลที่ได้มากที่สุด โดยจะทำการตีกรอบสี่เหลี่ยมล้อมรอบค่านี้ไว้ ข้อยุติในการใช้เกณฑ์มากที่สุด ในการตัดสินใจเลือกวิธีการขยายกำลังการผลิตสำหรับบริษัทผลิตรถยนต์นี้ก็คือ การสร้างโรงงานใหม่ โดยทางบริษัทจะมีผลกำไรในระยะ 5 ปีข้างหน้าอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1. จะได้กำไร 70 ล้านบาท ถ้าความต้องการสินค้าในตลาดสูง
 2. จะได้กำไร 30 ล้านบาท ถ้าความต้องการสินค้าในตลาดปานกลาง
 3. จะได้กำไร 40 ล้านบาท ถ้าความต้องการสินค้าในตลาดปานต่ำ
 4. จะได้กำไร 80 ล้านบาท ถ้าความต้องการสินค้าในตลาดไม่มีคนนิยม
- ทั้งนี้อยู่กับว่าในระยะ 5 ปีข้างหน้า ความต้องการสินค้าที่แท้จริงเป็นอย่างไร

- เกณฑ์น้อยมากที่สุด เกณฑ์สำหรับการตัดสินใจแบบนี้ถือได้ว่าเป็นเกณฑ์ของพวกมองโลกในแง่ร้าย ในการทำการตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์นี้ ผู้ตัดสินใจจะตัดสินใจเลือกทางเลือกซึ่งให้ผลได้น้อยที่สุดซึ่งมากที่สุด จากบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ทั้งหมด

ตารางที่ 2.7 แสดงผลได้ของบริษัทรถยนต์ในการขยายกำลังการผลิตในระยะ 5 ปี ข้างหน้า

สภาวการณ์นอกบังคับ (ความต้องการของตลาด)

		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มีคน นิยม
ทางเลือกของบริษัท	การขยายโรงงาน	50	25	-25	(-45)
	สร้างโรงงาน	70	30	-40	(-80)
	จ้างบริษัท	30	15	-1	(-10)

ที่มา : วิจิตร ตันทสุทธิ และคณะ. 2520.

จากตารางที่ 2.7 ผู้ทำการตัดสินใจจะเลือกผลได้ต่ำสุดเป็นไปได้ของแต่ละทางเลือกดังนี้

ผลได้ต่ำสุดของการขยายโรงงาน คือ - 45

ผลได้ต่ำสุดของการสร้างโรงงาน คือ - 80

ผลได้ต่ำสุดของการจ้างบริษัทอื่น คือ - 10

โดยทำการรวมกลมล้อมค่าเหล่านี้ไว้เป็นที่สังเกต จากนั้นผู้ทำการตัดสินใจจะเลือกทางเลือกซึ่งได้ผลต่ำสุดที่มีค่ามากที่สุดในที่นี้คือ - 10 (ตารางที่ 3.5 เป็นตารางผลกำไรของบริษัทค่า -10 ถือเป็นค่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับ -80 และ -45) ข้อยุติ ในการใช้เกณฑ์น้อยมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกวิธีการขยายกำลังการผลิตสำหรับบริษัทนี้ก็คือ การขยายกำลังการผลิต โดยการจ้างบริษัทอื่นผลิต ซึ่งเป็นทางบริษัทจะมีผลได้ในระยะ 5 ปี ข้างหน้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- 1 จะได้กำไร 30 ล้านบาท ถ้าความต้องการของตลาดสูง
- 2 จะได้กำไร 15 ล้านบาท ถ้าความต้องการของตลาดปานกลาง
- 3 จะขาดทุน 1 ล้านบาท ถ้าความต้องการของตลาดต่ำ
- 4 จะขาดทุน 10 ล้านบาท ถ้าสินค้าในตลาดไม่มีคนนิยม

2.6 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเริ่มขึ้นในปี 2504 จากการที่รัฐบาลให้ส่งเสริมการลงทุนผลิตรถยนต์ในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยในระยะแรก การประกอบรถยนต์ยังคงมีต้นทุนการผลิตที่สูงมาก เนื่องจากเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศมาประกอบทั้งสิ้น แต่ภายหลัง จากการที่รัฐบาลได้เปลี่ยนแปลงนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรม จากการให้ความคุ้มครองมาสู่การค้าเสรีมากขึ้น เมื่อปี 2534 ด้วยการยกเลิกการห้ามนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป และลดอัตราอากรขาเข้ารถยนต์นั่งสำเร็จรูป (CBU) และชิ้นส่วนสำเร็จรูป (CKD) ลง รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดให้การส่งเสริมการลงทุนการประกอบรถยนต์ขึ้นอีกครั้งในปี 2537

หลังจากที่ลดให้การส่งเสริมการลงทุนมาตั้งแต่ปี 2514 ขณะเดียวกัน ยังคงให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ด้วยการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศร้อยละ 54 สำหรับรถยนต์นั่ง ร้อยละ 60-70 สำหรับรถบรรทุกขนาดเล็ก และร้อยละ 40-50 สำหรับรถบรรทุกขนาดใหญ่และรถโดยสารซึ่งมาตรการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศนี้ได้ถูกยกเลิกในวันที่ 1 มกราคม 2543 จากมาตรการทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ส่งผลให้อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว(ปีสิทธิสไทย : 2546)

อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ผลิตวัตถุดิบป้อนให้แก่อุตสาหกรรมสนับสนุน อาทิ การผลิตแผ่นเหล็ก ผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์พลาสติกวิศวกรรม (Engineering Plastics) อุตสาหกรรมนี้จึงมีความสำคัญทั้งในด้านการจ้างงาน การก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในประเทศ และการพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2540-2541 ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์เข้าสู่ภาวะถดถอยในปี 2541 วิกฤตดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรถยนต์ในประเทศ โดยผู้ประกอบการต้องปรับลดกำลังการผลิตลงอย่างมาก ผู้ประกอบการหลายรายต้องปิดสายการผลิตลงชั่วคราว ขณะที่บางรายต้องปิดโรงงาน ส่งผลให้เกิดการว่างงานในอุตสาหกรรมนี้สูงถึง 85,000 คน ซึ่งยอดการจำหน่ายรถยนต์ในปีต่างๆ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 ยอดจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ

ปี ค.ศ.	ยอดจำหน่ายรถยนต์										หมายเหตุ
	ยอดรวมทั้งหมด	ยอดรวมครึ่งส่วนบุคคล	ยอดรวมเพื่อการใช้งาน	รถตู้ + รถโดยสารขนาดไม่เกิน 30 ที่นั่ง	รถกระบะ 1 ตัน	รถบรรทุก 1.5 ตัน	รถบรรทุก 2-4 ตัน	รถบรรทุก มากกว่า 4 ตัน + รถโดยสารน้อยกว่า 1 ตัน	รถบรรทุกน้อยกว่า 1 ตัน	รถตู้ 4 ล้อ	
1993	456,468	174,169	282,299	11,727	224,388		12,717	15,573	14,207	3,687	
1994	485,678	155,670	330,008	12,672	258,091		14,139	22,312	19,564	3,230	
1995	571,580	163,371	408,209	12,425	323,813		16,383	31,766	16,402	7,420	
1996	589,126	172,730	416,396	12,633	327,663		16,683	31,814	15,018	12,585	
1997	363,156	132,060	231,096	8,353	188,324		9,021	11,275	5,642	8,481	
1998	144,065	46,300	97,765	2,792	81,263		2,838	3,756	2,841	4,275	
1999	218,330	66,858	151,472	4,167	129,904		3,750	3,434	3,018	7,199	
2000	262,189	83,106	179,083	6,492	151,703		4,655	4,804	3,780	7,649	
2001	296,985	104,502	192,483	6,582	168,639		3,807	4,398	2,686	6,371	
2002	409,362	126,353	283,009	8,335	241,266		4,564	5,560	1,664	21,620	
2003	533,176	179,005	354,171	8,489	309,144	16	7,366	11,216	1,478	16,492	
2004	626,026	209,110	416,916	9,585	368,911	1,949	9,189	14,439	878	11,970	

ปี ค.ศ.	ยอดรวมทั้งหมด							รถส่วนบุคคล							หมายเหตุ			
	รวมรถยนต์นั่ง	650-1500 ซีซี	1501-1800 ซีซี	1801-2000 ซีซี	2001-2500 ซีซี	2501-3000 ซีซี	> 3001 ซีซี	รถตู้	รถโดยสาร	รถกระบะ < 1 ตัน	รถกระบะ 1 ตัน	รถบรรทุก < 5 ตัน	รถบรรทุก 5-10 ตัน	รถบรรทุก > 10 ตัน				
2005	703,261	193,617							12,891	580	469,657	12,083	14,433					
2006	682,693	194,269	107,981	53,958	16,537	11,672	3,077	347	26,401	12,682	608	750	350,033	74,001	10,375	5,989	7,034	
2007	397,835	121,905	55,750	38,911	15,077	10,715	1,149	303	14,380	10,956	268	1,097	174,976	60,198	6,050	3,030	4,873	รถยนต์ - สิงหาคม

ที่มา : สมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์.2550

วิกฤตอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ผ่านมา ได้ส่งผลให้ผู้ประกอบรถยนต์ต้องปรับเปลี่ยนทิศทางการตลาด จากการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเป็นหลักมาเป็นผลิตเพื่อการส่งออกเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนตลาดในประเทศที่หดตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจ และภายหลังจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐในปี 2542 เริ่มประสบผล กอปรกับสถานการณ์ของสถาบันการเงินคลี่คลายในทิศทางที่ดีและอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้อุปสงค์ของรถยนต์และจักรยานยนต์ในประเทศเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์หลังจากปี 2542 จึงกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งหนึ่ง

2.6.1 โครงสร้างทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์

บริษัทต่างๆ ซึ่งเป็นผู้นำในตลาดรถยนต์ทุกประเภท จะจัดตั้งบริษัทผลิตรถยนต์ในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตเพื่อตอบสนองตลาดภายในประเทศและส่งออก ทั้งนี้ หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ บริษัทผู้ผลิตหลายแห่งได้ขยายการลงทุนเพิ่มขึ้น เช่น เมื่อต้นปี 2545 บริษัท โตโยต้าประเทศไทย จำกัด ได้รับอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนในการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตอีกหลายรายที่วางแผนจะขยายการลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น (สมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์.2550)

- การดำเนินงาน

การตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ทำให้ผู้ผลิตจากต่างประเทศได้เปรียบด้านต้นทุน ซึ่งในการจำหน่ายจะมีตัวแทนภายในประเทศเป็นผู้ดูแลการจัดจำหน่ายภายในประเทศ โครงสร้างการจัดจำหน่ายนี้อาจเป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียง ผู้เดียวในประเทศ หรือมีตัวแทนจำหน่ายมากกว่า 1 รายขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทแม่ในต่างประเทศ อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มหรือเครือเดียวกัน

- เงินทุนในการดำเนินงาน

การเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศต้องใช้เงินลงทุนสูง เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการพัฒนาระบบตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ดังนั้นในระยะแรกของการเข้ามาลงทุน ผู้ผลิตจากต่างประเทศ ต้องใช้ระยะเวลาพอสมควรในการพัฒนาหรือเพิ่มตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

- การปรับรูปแบบและโครงสร้างธุรกิจ

จากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาของไทยตั้งแต่ปี 2540 ส่งผลให้บริษัทแม่ของรถยนต์ค่ายยุโรปหลายค่ายที่เข้ามาดำเนินกิจการในไทย เปลี่ยนรูปแบบเป็นลักษณะสาขาในประเทศไทยและยกเลิกการเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของผู้แทนบางราย เช่น บีเอ็มดับเบิลยู ไคร์สเลอร์ และเมอร์เซเดส เบนซ์ เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทแม่จากต่างประเทศ เช่น วอลโว่ได้เข้ามาช่วยบริษัทรถยนต์สาขาในประเทศไทย (บริษัท สวีเดน มอเตอร์ จำกัด) เพื่อฟื้นฟูกิจการ ซึ่งใช้เงินลงทุนสูงถึง 757 ล้านบาท โดยบริษัท สวีเดน มอเตอร์ จำกัด ได้ปรับบทบาทให้บริษัท วอลโว่ คาร์ จำกัด เข้ามาทำหน้าที่

นำรถยนต์เข้ามาจำหน่ายมากขึ้น และวางแผนการทำตลาดและการบริหารตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้บริษัทจัดจำหน่ายรถในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ เช่น การจัดจำหน่ายรถบรรทุกอีโน้ จากเดิมเป็นสิทธิของบริษัท ไทยอีโน้ มอเตอร์เซลส์ จำกัด บริษัทแม่ในญี่ปุ่นได้รวมกิจการกับโรงงานผลิตและเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อีโน้ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พร้อมเพิ่มทุนจาก 100 ล้านบาท เป็น 713 ล้านบาท ส่วนรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยู ได้เปลี่ยนสิทธิการจำหน่ายจากกลุ่มยন্ত্রกิจ จำกัด เป็นบริษัท บารเซอร์วิสเซโมโทเรน แวเวิร์เคอ (ประเทศไทย) จำกัด หรือบริษัท มาสด้า เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยเพิ่มทุนจาก 400 ล้านบาท เป็น 2,300 ล้านบาท เป็นต้น จะเห็นได้ว่าภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา บริษัทตัวแทนจำหน่ายในประเทศได้เปลี่ยนโครงสร้างการถือหุ้นไปเป็นต่างชาติเกือบทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)

แม้ว่าอุตสาหกรรมรถยนต์จะประสบปัญหาตลาดในประเทศหดตัวลงในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา แต่ผู้ประกอบการได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปสู่การขยายการส่งออกให้มากขึ้น ซึ่งภาครัฐให้การสนับสนุนด้วยการปรับปรุงมาตรการการส่งเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อดึงดูดให้เกิดการย้ายฐานการผลิตจากต่างประเทศมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ทั้งนี้การปรับปรุงมาตรการการส่งเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์สำหรับกิจการประกอบรถยนต์ จะได้รับสิทธิประโยชน์ในส่วนของการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร ไม่ว่าจะลงทุนในเขตใด สำหรับกิจการผลิตชิ้นส่วนที่ป้อนโครงการประกอบรถยนต์ นอกจากจะได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรในทุกเขตที่ตั้งแล้ว ก็สามารถตั้งกิจการในเขตการลงทุนที่ 1 ได้ โดยจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี หากตั้งในนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริม จากเดิมที่ไม่ให้การส่งเสริมกรณีตั้งในเขต 1 และเพื่อให้มาตรการนี้มีผลให้เกิดการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย จึงได้กำหนดเงื่อนไขสำหรับผู้ยื่นขอรับส่งเสริมไว้ด้วยว่า จะต้องเป็นการยื่นขอเข้ามาเป็นโครงการรวม ซึ่งประกอบด้วยกิจการประกอบรถยนต์และกิจการผลิตชิ้นส่วน โดยจะเป็นกิจการของบริษัทเดียวกันหรือต่างบริษัทก็ได้ ทั้งนี้ต้องมีมูลค่าเงินลงทุนในทุกกิจการรวมกันไม่น้อยกว่า 10,000 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)

2.6.2 ข้อมูลด้านตลาด

จากแนวโน้มในปัจจุบันที่ราคาน้ำมันแพงขึ้นมาก ประชาชนจึงเริ่มมาให้ความสนใจรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมัน ทั้งนี้มีการสำรวจความเห็นของชาวสหรัฐฯ เมื่อกลางปี 2549 พบว่ามีสัดส่วนมากถึง 55% ที่ให้ทัศนะว่าหากซื้อรถยนต์คันต่อไป จะเลือกซื้อรถยนต์ขนาดเล็กเพื่อประหยัดน้ำมัน

- ตลาดต่างประเทศ

จากความต้องการที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้น ทำให้ยอดขายรถยนต์ขนาดเล็กในหลายประเทศเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เป็นต้นว่า ประเทศญี่ปุ่นยอดขายรถยนต์ Minivehicle ซึ่งขนาด

เครื่องยนต์ไม่เกิน 600 ซีซี มีจำนวนมากเป็นประวัติการณ์ที่ระดับ 1,924,000 คัน ในปี 2548 โดยบริษัทที่เชี่ยวชาญมากในการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กแบบนี้ คือ ซูซูกิและไคยัทสึ

ขณะเดียวกันบริษัทที่ไม่มีรถยนต์ขนาดเล็ก จะได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น บริษัทฟอร์ด มีส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ ลดลงอย่างรวดเร็วจาก 24% ในปี 2543 เหลือ 17% ในปี 2549 เนื่องจากมีแต่รถยนต์ขนาดกลางและขนาดใหญ่เท่านั้น โดยรถยนต์ขนาดเล็กที่สุดที่จำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ คือ รถยนต์ฟอร์ด โฟกัส (Thailand's Investment Promotion Journal. 2550)

- ตลาดในประเทศ

ในปี 2547 ภาวะของการแข่งขันในตลาดรถยนต์มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐ นโยบายด้านภาษีมีความชัดเจน และเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการหลายค่ายได้ทยอยปรับเพิ่มกำลังการผลิตและใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกรถยนต์ไปต่างประเทศ นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้ตลาดอินโดจีน ซึ่งเป็นตลาดรถยนต์ที่รอโอกาสในการพัฒนาด้วย ประกอบกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีระหว่างกัน และมีหลายค่ายดำเนินการแล้วในส่วนโครงการแลกเปลี่ยนชิ้นส่วนภายใต้ข้อเดียวกันจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ในด้านการตลาดได้ก้าวเข้าสู่ยุคการตลาดเชิงรุกมากขึ้น มีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคตามไลฟ์สไตล์ และจัดวางตำแหน่งสินค้าตามกลุ่มเป้าหมายชัดเจน เพื่อสร้างยอดขายมากที่สุด และก้าวสู่ Detroit of Asia ในอนาคต ซึ่งแรงผลักดันจากทุกด้านทำให้เกิดการซื้อ-ขายแบบมหาศาล แม้ว่าช่วงครึ่งปีแรกจะเกิดภาวะสงครามภายในประเทศและวิกฤตน้ำมันแพงเป็นอุปสรรคก็ตาม ส่วนการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตได้ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมยานยนต์มากกว่าผลเสีย โดยการลดภาษียนต์นั่งขนาดเล็กลง เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ค่ายรถยนต์ต่างๆ ชะลอการปรับราคาขายออกไปอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากที่ผ่านมาผู้ประกอบการยังไม่ปรับราคาขึ้น เพราะมีการแข่งขันที่รุนแรง ขณะเดียวกันต่างก็แบกรับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตดังกล่าวได้รับการอนุมัติมีผลตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ.2547 การปรับลดภาษีครั้งนี้จะกระตุ้นให้คนหันมาซื้อรถยนต์เล็กมากขึ้น เนื่องจากเป็นนโยบายของภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการปรับลดภาษียนต์นั่งที่ต่ำกว่า 2000 ซีซี จาก 35% เหลือ 30% ถือเป็น การช่วยส่งเสริมตลาดส่งออกรถยนต์เล็กของประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนให้มีการใช้รถประหยัดพลังงานมากขึ้น การลดภาษีจะทำให้ราคารถถูกลงประมาณ 1.5 หมื่นบาทต่อคัน แต่ถ้าเป็นรถที่นำเข้ามาจำนวนมาก กว่า 3000 ซีซี ภาษีปรับเพิ่ม 2% เหลือแล้วราคารถจะปรับขึ้นประมาณ 4 หมื่นบาทต่อคัน ตลาดรถยนต์นั่งหลังจากได้มีการปรับโครงสร้างภาษีใหม่ส่งผลให้ราคาของรถยนต์ขนาดเล็กลดลงหลายหมื่นบาท ทำให้ยอดขายของรถยนต์ขนาดเล็กมี ยอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อย โดยเฉพาะยอดขายฮอนด้าแฉะ สามารถทำสถิติยอดขายสูงสุดในกลุ่มรถยนต์ฮอนด้า ซึ่งนับว่าเป็นรุ่นที่ได้รับความนิยมสูงสุดของรถยนต์ฮอนด้าที่เคยเปิดตัวมาในประเทศไทย(โพสท์ทูเดย์. 2547)

ปี 2548 ตลาดรถยนต์นั่งในช่วงต้นปีได้รับผลกระทบจากการปรับราคาขึ้นของน้ำมันมาตั้งแต่ปี 2547 ที่ผ่านมา โดยส่งผลกระทบต่อเนื่องทางด้านจิตวิทยาเมื่อคนค้าขายรู้สึกว่ายานยนต์เหมือนเมื่อก่อนทำให้ลูกค้าชะลอกำลังการซื้อหรือเปลี่ยนรถใหม่ ส่งผลให้ค่ายรถยนต์ต่างจัดรายการส่งเสริมการขายออกมาเพื่อจูงใจลูกค้า มีทั้งการลดอัตราดอกเบี้ยต่ำสุด 0% หรือแม้กระทั่งค่าน้ำมันยผ่อนนานถึง 84 เดือนทั้งนี้การจะผลิตรถยนต์ออกมาในแต่ละโมเดล ต้องพิจารณาขนาดของตลาดด้วย ในปีที่ผ่านมา จำนวนยอดขายรถยนต์นั่งในประเทศอยู่ที่ประมาณ 2 แสนคัน หากรัฐบาลต้องการส่งเสริมให้ผลิต ACEs car แบบกำหนดสเปกจริง คงต้องตอบคำถามด้วยว่า เป็นไปได้หรือไม่ ที่จะสามารถสร้างส่วนแบ่งตลาดให้ได้เกินกว่า 1 แสนคัน เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งจะกินส่วนแบ่งกว่า 50% ของยอดขายรวมปีที่แล้ว ซึ่งเป็นไปได้ยากที่จะทำ ดังนั้น ต้องคาดหวังกับตลาดส่งออกด้วย แต่การกำหนดสเปกก็อาจจะลดขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ ACEs car ในตลาดโลกได้ซึ่งเห็นได้จากในต่างประเทศ ทั้งยุโรปและในญี่ปุ่น รถยนต์ขนาดเล็กจะขายดีมากโดยมีส่วนแบ่งอยู่ที่ประมาณ 25% ของตลาด เนื่องจากรัฐบาลเขาส่งเสริมให้การใช้รถยนต์ขนาดเล็กนั้น เป็นรถคันที่ 2 ของครอบครัว โดยมีอัตราเฉลี่ยการใช้รถอยู่ที่ 2-3 ครอบครัวต่อคัน แต่ในประเทศไทยยังคงมีอัตราการใช้รถเฉลี่ยที่สูงกว่าคือ 10 ครอบครัวต่อคัน ซึ่งเรายังคงต้องการรถที่ใช้งานได้คล่องตัวเพิ่มขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, วันที่ 27 มีนาคม พ.ศ.2548)

2.6.3 ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR)

แนวคิดหลักของโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานอีโคคาร์ (ECO CAR) เป็นความหวังของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยยุคน้ำมันแพง ภาวะตลาดรถยนต์ในประเทศที่ชะลอตัวลง ประกอบกับแนวโน้มการส่งออกรถยนต์สู่ตลาดโลกที่มีความผันผวน อันเนื่องมาจากแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจโลกที่ขยายตัวช้าลง ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่แน่นอนด้านราคาน้ำมันของโลก ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับโครงการพัฒนารถยนต์นั่งขนาดเล็กประหยัดพลังงานหรืออีโคคาร์ (ECO CAR) ซึ่งได้เคยมีการนำเสนอมาตั้งแต่ปี 2546 นั้น ได้ถูกนำกลับมาพิจารณาทบทวนอีกครั้งหนึ่งเมื่อปลายปี โดยมีมติสนับสนุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในประเทศไทย โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์ใหญ่ๆ สำหรับบริษัทรถยนต์ที่สนใจจะขอรับการส่งเสริมการลงทุนไว้ 3 ประการดังนี้

1. ผู้ผลิตต้องมีการเสนอแผนงานชัดเจน อันประกอบด้วยโครงการประกอบรถยนต์ ผลิตเครื่องยนต์ และการผลิตหรือจัดหาชิ้นส่วนยานยนต์
2. ต้องเสนอแผนการลงทุนและการผลิตระยะยาว 5 ปี โดยตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ต้องมีปริมาณผลิตไม่ต่ำกว่า 1 แสนคันต่อปี

3. ต้องเป็นรถที่มีคุณสมบัติประหยัดพลังงาน โดยมีอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 ก.ม. ปลดปล่อยไอเสียไม่เกินมาตรฐานมลพิษระดับยูโร 4 และได้มาตรฐานความปลอดภัยตามเกณฑ์ของ UNECE (United Nations Economic Commission for Europe)

ทั้งนี้ บีโอไอได้กำหนดให้ผู้สนใจลงทุนยื่นข้อเสนอโครงการพร้อมระบุสิทธิประโยชน์ที่ต้องการได้รับจากบีโอไอมาเพื่อพิจารณา ซึ่งต่อมาได้มีบริษัทรถยนต์หลายรายยื่นข้อเสนอเบื้องต้นสำหรับโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR) ซึ่งทางบีโอไอได้รวบรวมและพิจารณาข้อเสนอดังกล่าว เพื่อจะมากำหนดเป็นมาตรฐานให้ค่ายรถยนต์ที่จะผลิตอีโคคาร์ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติภายใต้การส่งเสริมจากบีโอไอต่อไป และถ้าหากโครงการรถอีโคคาร์เดินหน้าได้ ก็คาดว่าบริษัทรถยนต์อาจจะเดินสายการผลิตได้ประมาณปี 2552 คาดว่าจำนวนเงินลงทุนในโครงการจะเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10,000-20,000 ล้านบาท โดยในกรณีที่ค่ายผู้ผลิตรถยนต์มีโรงงานในไทยอยู่แล้ว และจะขยายสายการผลิต คาดว่าจะลงทุนประมาณ 10,000 ล้านบาท ส่วนรายที่ต้องตั้งโรงงานใหม่ คงจะลงทุนไม่น้อยกว่า 20,000 ล้านบาท (กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.2550)

อย่างไรก็ตามจะสังเกตเห็นได้ว่าแม้หลักเกณฑ์เงื่อนไข 3 ประการดังกล่าวข้างต้นสำหรับโครงการรถอีโคคาร์ภายใต้รัฐบาลชุดปัจจุบันค่อนข้างผ่อนปรนกว่ารัฐบาลชุดก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกเลิกการกำหนดความยาว ความกว้าง ของตัวรถ (เดิมเคยกำหนดความยาวไม่เกิน 3.60 เมตรและกว้างไม่เกิน 1.63 เมตร) และไม่กำหนดขนาดความจุของกระบอกสูบเครื่องยนต์ (เดิมมีความเห็นว่าจะอยู่ที่ประมาณ 1,000 ซีซี.) แต่ยังคงเงื่อนไขคุณสมบัติหลักๆ ด้านการประหยัดเชื้อเพลิง ด้านการควบคุมมลพิษและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยไว้เช่นเดิม และเพิ่มเงื่อนไขใหม่ที่กำหนดให้ผู้ผลิตแต่ละรายจะต้องผลิตให้ได้จำนวน 100,000 คันต่อปีเมื่อถึงปีที่ 5 ของการดำเนินโครงการ ดังนั้นในภาพรวมแล้ว โอกาสที่โครงการรถยนต์อีโคคาร์จะสามารถเดินหน้าได้ เริ่มสดใสขึ้น โดยภาครัฐได้เริ่มมีการพิจารณาสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จะให้กับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ที่จะประสงค์ลงทุนในโครงการรถยนต์อีโคคาร์ อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญประการหนึ่งที่ได้ทำให้โครงการรถอีโคคาร์ยืดเยื้อมาหลายปี คือ ประเด็นเกี่ยวกับอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์ ซึ่งผู้ประกอบการหลายราย ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เสนอให้มีการลดอัตราภาษีดังกล่าวลงให้กับรถยนต์อีโคคาร์ เพื่อให้ต้นทุนและราคารถต่ำลงจะได้เป็นการจูงใจผู้บริโภค อันจะเอื้อต่อการสร้างฐานตลาดและจูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาเปิดสายการผลิตอีโคคาร์ในประเทศไทย โดยมีการเสนอให้กำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตรถอีโคคาร์ไว้ที่ระหว่างร้อยละ 10-25 เทียบกับอัตราภาษีสำหรับรถยนต์นั่งขนาดเล็ก-กลาง(ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 2000 ซีซี.) ที่ปัจจุบันเสียภาษีในอัตราร้อยละ 30 โดยประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์ มีความละเอียดอ่อน เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อรายได้ภาครัฐ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจกระทบต่อโครงสร้างตลาดรถยนต์ในประเทศ ทำให้การพิจารณาเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ด้านอัตราภาษี

สรรพสามิตรถยนต์ว่าควรจะเป็นเท่าไรนั้น ต้องกระทำด้วยความรอบคอบ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ อันได้แก่กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงการคลัง รวมทั้งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมรถยนต์ด้วยกันเองมีความเห็นที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องใช้เวลาในการศึกษาและพิจารณา โดยที่ผู้ประกอบการบางส่วนยังมีความวิตกกังวลว่า หากรถยนต์อีโคคาร์ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี สรรพสามิตมากเกินไป จะทำให้ต้นทุนการผลิตตลอดจนราคาจำหน่ายรถยนต์ของผู้ที่เข้าโครงการต่ำลงมาก ซึ่งอาจจะกระทบภาพรวมโครงสร้างตลาดรถยนต์ในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็ก รวมทั้งยังอาจกระทบบางส่วนของตลาดรถปิกอัพได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากรถยนต์อีโคคาร์จะทำให้เกิดเซกเมนต์ใหม่ (Product Segment) ในตลาดรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งอาจจะเบียดเข้าไปในส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์ประเภทต่างๆ ที่มีอยู่แล้วในตลาดซึ่งปัจจุบันมีผู้ครองตลาดอยู่แล้ว อันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในระหว่างค่ายผู้ผลิตรถยนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากรถอีโคคาร์จะได้รับสิทธิพิเศษภาษีสรรพสามิตในอัตราที่ต่ำมากๆ ในขณะที่ผู้ผลิตรถยนต์นั่งขนาดกลาง-เล็กที่ไม่ได้เปิดสายการผลิต (Production Line) สำหรับรถอีโคคาร์ ก็อาจจะถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดของตนไป ดังนั้นประเด็นความเหมาะสมของอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์อีโคคาร์ว่าควรจะเป็นเท่าไรในช่วงระหว่างร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 25 นั้น จึงต้องใช้เวลาในการหาข้อสรุป ปัจจุบันอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์นั่งขนาดกลาง-เล็กที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 2,000 ซีซี. นั้น อยู่ที่ร้อยละ 30 ในขณะที่อัตราภาษีสำหรับรถยนต์นั่งที่ใช้พลังงานทดแทนอย่างแก๊สโซฮอลล์ (ที่มีเอทานอลผสมในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20) และรถยนต์นั่งที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ NGV จะอยู่ที่ระดับร้อยละ 20 ในขณะที่รถยนต์นั่งที่ใช้พลังงานไฟฟ้าร่วมกับพลังงานเชื้อเพลิง หรือรถไฮบริด มีอัตราภาษีสรรพสามิตอยู่ที่ร้อยละ 10 เท่านั้น ทั้งนี้ฝ่ายที่สนับสนุนโครงการรถยนต์อีโคคาร์เต็มที่เห็นว่าอัตราภาษีอย่างน้อยควรจะอยู่ที่ระดับต่ำกว่าร้อยละ 20 อาทิ ร้อยละ 15 หรือแม้กระทั่งร้อยละ 10 จึงจะจูงใจให้เกิดการลงทุนเพื่อผลิตรถยนต์อีโคคาร์ ขณะที่ฝ่ายที่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดรถยนต์ในประเทศ เห็นว่าหากจะมีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่รถยนต์อีโคคาร์แล้ว อัตราภาษีก็ไม่ควรจะต่ำกว่าร้อยละ 20 เพื่อไม่เป็นการบิดเบือนโครงสร้างตลาดรถยนต์มากเกินไป (กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.2550)

กล่าวได้ว่าแนวคิดโครงการรถอีโคคาร์ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนามาตรฐานรถยนต์ของไทย หากประเทศไทยมุ่งหวังที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก ซึ่งอันที่จริงแล้ว คุณสมบัติหลักๆ ของรถยนต์อีโคคาร์ที่กำหนดโดยภาครัฐ น่าจะเป็นแนวโน้มของรูปแบบมาตรฐานสำหรับรถยนต์โดยทั่วไปในอนาคต ที่จะผลิตโดยอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยไว้ 4 ด้านหลักดังนี้ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2222 31 พ.ค. - 02 มิ.ย. 2550)

1. องค์กรประกอบด้านขนาดของเครื่องยนต์

มีความจุของกระบอกสูบไม่เกิน 1,300 ลูกบาศก์เซนติเมตร สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน หรือ

มีความจุของกระบอกสูบไม่เกิน 1,400 ลูกบาศก์เซนติเมตร สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล

2. องค์ประกอบด้านการประหยัดพลังงาน

คุณสมบัติในการประหยัดเชื้อเพลิง ไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กม. (20 กม.ต่อลิตร)

3. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม

การปล่อยมลพิษไอเสียไม่เกินมาตรฐานของสหภาพยุโรปที่ระดับยูโร 4 ได้แก่ การจำกัด ปริมาณก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ไม่ให้เกิน 1.0 กรัมต่อกิโลเมตรและไฮโดรคาร์บอนไม่ให้เกิน 0.10 กรัม/กิโลเมตรสำหรับรถยนต์นั่งที่ใช้เครื่องยนต์เบนซิน เป็นต้น

4. องค์ประกอบด้านความปลอดภัย

การได้มาตรฐานความปลอดภัยตามเกณฑ์ของของคณะกรรมการเศรษฐกิจแห่งองค์การ สหประชาชาติสำหรับภาคพื้นยุโรป (United Nations Economic Commission for Europe : UNECE) ซึ่งนอกจากจะมีการกำหนดคุณภาพมาตรฐานสำหรับชิ้นส่วนต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตหรือ ประกอบขึ้นเป็นรถยนต์อย่างเข้มงวดแล้ว ยังได้กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับการถูกชน ในลักษณะต่างๆ เช่น การชนด้านหน้า ด้านหลัง ด้านข้าง ตลอดจนการพลิกคว่ำของตัวรถ (Impact and Rollover Protection) ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เห็นว่า หากอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทย ประสงค์จะเป็นหนึ่งในผู้นำการผลิตและการส่งออกสู่ตลาดโลกในอนาคตอย่างแท้จริงแล้ว ประเด็น เรื่องคุณภาพมาตรฐานถือเป็นปัจจัยสำคัญยิ่ง ไม่ว่าจะมีความพร้อมของโครงการรถยนต์อีโคคาร์เกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม และโครงการรถยนต์อีโคคาร์ เป็นโครงการที่ดีมีประโยชน์ต่อประเทศไทย แม้ว่าในระยะสั้น จะยังไม่สามารถกระตุ้นตลาดรถยนต์ในประเทศที่กำลังซบเซาในขณะนี้ได้มากนัก เพราะกว่าที่ รถยนต์อีโคคาร์จะถูกผลิตออกสู่ตลาดคงต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปี อย่างไรก็ตาม ถ้าโครงการอีโค คาร์ซึ่งค้างคามายาวหลายปีตั้งแต่ยุครัฐบาลที่แล้วสามารถเดินหน้าดำเนินการได้ ก็จะส่งผลดีต่อ บรรยากาศการลงทุนของประเทศโดยรวม อีกทั้งเป็นการส่งสัญญาณที่ดีต่อแนวโน้มอุตสาหกรรม รถยนต์ของไทย ซึ่งจำเป็นจะต้องมีผลิตภัณฑ์ยานยนต์ใหม่ๆ หรือโปรดักซ์ แชนเจียน ที่เป็น ที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องและมีความเห็นว่า แนวโน้มของตลาดรถยนต์ของโลกในอนาคต จะ มุ่งเน้นที่คุณภาพและคุณสมบัติหลักของยานยนต์ดังกล่าวทั้ง 3 ประการมากขึ้น ก็คือคุณสมบัติในการ ประหยัดเชื้อเพลิง การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการมีมาตรฐานความปลอดภัยระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะนี้ทิศทางราคาน้ำมันของโลกนับวันจะขยับสูงขึ้น รวมทั้งกระแสอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความตื่นตัวในด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ กำลังเป็นปัจจัยหลักที่จะกำหนดรูปแบบและสมรรถนะของยานยนต์ที่ตลาดจะต้องการในอนาคต ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ที่จะเข้าโครงการอีโคคาร์หรือรถยนต์อื่นๆก็ตาม หากมีคุณสมบัติ ครบถ้วน ทั้ง 3 ประการแล้ว ก็ย่อมจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคตลอดจนประชาชนโดยรวม ซึ่ง สมควรจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

หลังจากที่คณะรัฐมนตรี มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2550 ให้มีการกำหนดอัตราภาษีของรถยนต์ขนาดเล็กที่เรียกว่า "อีโค คาร์" (Eco Car) ไว้ที่ระดับ 17% สำหรับรถยนต์ที่ตรงตามข้อกำหนด ทั้งเครื่องยนต์ เบนซิน ไม่เกิน 1,300 ซีซี และดีเซล ไม่เกิน 1,400 ซีซี กินน้ำมัน 20 กิโลเมตรต่อลิตร ทำให้ทุกค่ายรถยนต์ต่างเริ่มมีความเคลื่อนไหวอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นกว่าครั้งใดในช่วง 2 ปีที่มีกระแสข่าวของโครงการนี้อย่างไรก็ตาม หากจะถามว่า วันนี้ แต่ละค่าย คิดจะนำรถยนต์รุ่นใดมาผลิตขายในเมืองไทยบ้าง

2.6.4 สถานการณ์ของแต่ละค่ายผู้ผลิตรถยนต์

จากผลการประชุมของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2549 สามารถสรุปสถานการณ์ของแต่ละค่ายผู้ผลิตรถยนต์ได้ดังนี้ (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย. 2549)

TOYOTA

ค่ายรถ Toyota เริ่มแรกไม่ให้การสนับสนุนโครงการนี้เท่าที่ควรแต่ในที่สุด ก็พร้อมเข้าร่วมเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรถยนต์รายแรกๆ ที่ขอรับสิทธิพิเศษจากโครงการ อีโคคาร์ความจริงแล้ว ผู้บริหารโตโยต้าชาวญี่ปุ่น เคยเกริ่นๆ ในเรื่องความสนใจในการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กรุ่นใหม่ในเมืองไทยไว้แล้ว แต่ยังไม่มีความชัดเจนนักเพราะจนถึงทุกวันนี้ โตโยต้ายังมีทางออกอยู่ถึง 5 ช่องทางคือ

- มองหารถยนต์ที่ทำตลาดอยู่แล้ว เช่น ยาริส มาใส่เครื่องยนต์เล็กลงจายปัจจุบัน แม้จะเป็นทางเลือกที่ง่าย และประหยัดที่สุด จนดูเหมือนว่าเป็นสิ่งที่โตโยต้า มองไว้ตั้งแต่แรก แต่ถ้าเอาเข้าจริงแล้ว การลดราคาขายปลีกให้ต่ำลงนั้นจะเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน? รวมถึงการยอมรับของลูกค้านและการแข่งขันกับคู่แข่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

- มองหารถที่ทำตลาดอยู่แล้วในต่างประเทศ มาผลิตขายในเมืองไทยกรณีนี้คือ โตโยต้า ไอโก้ (AYGO) รถยนต์ขนาดเล็ก Sub-B-segment 1,000 ซีซี ที่มีขายอยู่แล้วในยุโรป แต่แม้จะเป็นรถที่มีความเป็นไปได้สูง สำหรับการผลิตขายในเมืองไทย ทว่า เมื่อมองจากในแง่ของการผลิตแล้ว เป็นไปได้ยากเพราะทุกวันนี้ โตโยต้า จับมือ เช่นสัญญา กับ PSA Group (Peugeot Citroen) เพื่อผลิตรถยนต์ 3 รุ่น ที่สร้างขึ้นบนโครงสร้างวิศวกรรมร่วมกัน (โตโยต้า ไอโก้ เปอโด้ 107 และ ซีตรอง ซี1) โดยผลิตขึ้นที่โรงงานในสาธารณรัฐเชค ด้วยเพดานกำลังการผลิต 2 แสนคัน แต่ปัจจุบันนี้ ยอดขายของทั้ง 3 รุ่น ยังเป็นไปได้เรื่อยๆ ไม่ถึงกับหือหาวมากและกำลังการผลิต ก็ยังไม่สูงถึงระดับ 2 แสนคัน ตามที่เคยประมาณการไว้ ดังนั้น แล้วโตโยต้า จะตั้งโรงงานใหม่ เพื่อผลิตรถรุ่นนี้ นอกเหนือจากสาธารณรัฐเชค เพื่อประโยชน์อันใด

- ไม่เช่นนั้น ก็ต้องมองหารถยนต์ที่อยู่ในความร่วมมือกับ ไคฮัทสึ ผู้ผลิตรถเล็กในเครือ มาผลิตขายในกลุ่มเอเชียทางเลือกรุ่นนี้ มีตัวเลือกที่เป็นไปได้มากที่สุดคือ โตโยต้า พาสโซ / ไคฮัทสึ บูน (Toyota Passo / Daihatsu Boon) รถยนต์ขนาดเล็ก 1,000 - 1,300 ซีซี ที่ทำตลาดอยู่ในญี่ปุ่น ส่วนใน

ตลาดยุโรป ใช้ชื่อ ไคฮัทสุ ซิริออน (Daihatsu Sirion) และผลิตขายในมาเลเซีย ภายใต้ความร่วมมือกับ เพอโรดัวร์ ในชื่อ เพอโรดัวร์ มายวี (Perodua Myvi) ทางเลือกนี้ ดูจะเป็นไปได้มากที่สุดเพราะมีการคาดการณ์ล่วงหน้ามานานแล้ว

- ทางเลือกต่อมา คือการลงทุน พัฒนารถเล็กรุ่นใหม่ "โดยอาศัยความร่วมมือกับทาง ไคฮัทสุ" ที่จะช่วยให้ต้นทุนในการพัฒนา ถูกลง เป็นอีกทางเลือกที่น่าจะเป็นไปได้สูงมาก

- ทางเลือกสุดท้าย คือ ลงทุนพัฒนาสร้างรถยนต์รุ่นใหม่ "ด้วยตัวเอง" ทางเลือกนี้ ต้นทุนสูงที่สุด และความคุ้มค่าในการลงทุนนั้น ยังไม่แน่ชัด

แต่อย่างไรก็ตาม 2 ทางเลือกหลังนั้น ต้องการเงินลงทุนที่สูงไม่ใช่น้อย เพราะถือเป็นการนำรถโมเดลใหม่มาประกอบขายในเมืองไทย ดังนั้น โรงงานเกตเวย์ ไม่น่าจะรองรับกำลังการผลิตได้เพียงพอ และคงต้องทำให้โตโยต้า เริ่มขยายขยาย พื้นที่เฟส 2 ในโรงงานบ้านโพธิ์ จะเชิงตราขึ้น

HONDA

ค่ายรถ Honda ได้เตรียมความพร้อมตั้งแต่รัฐบาลยังไม่สนับสนุนโครงการ ฮอนด้า ตั้งใจจะให้โครงการนี้เกิดโดยเร็ว เพื่อจะได้ต่อยอดเป็นภาพจิ๊กซอร์ โครงการรถยนต์ขนาดเล็ก Sub-B-segment ระดับโลก ซึ่งมีฐานการผลิตตามจุดต่างๆของโลก โดยมีโครงสร้างต่างๆ เป็นรุ่นเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจ ถ้าจะบอกว่า ในบรรดาผู้ผลิตรถยนต์ทุกรายที่ประสงค์จะเข้าร่วมโครงการอีโค คาร์ นี้ ฮอนด้า คงพร้อมกว่าใครเพื่อนเพราะมีกระแสข่าวลือรถออกมามาตั้งแต่ 2 ปีก่อนแล้วว่า แบบพิมพ์เขียวของรถยนต์ขนาดเล็กรุ่นใหม่ ที่ยังไม่เคยทำตลาดที่ไหนมาก่อนในโลกรุ่นนี้ใกล้เสร็จสมบูรณ์เต็มทีแล้ว ดังนั้น คาดว่า ภายในปี 2009 เราจะได้เห็นรถเล็กรุ่นใหม่เอี่ยมจากฮอนด้า (ที่ไม่ใช่แค่การนำ ฮอนด้า ไลฟ์ รถยนต์ ขนาดกะทัดรัดระดับ K-Car 660 ซีซี ตามกฎหมายญี่ปุ่น มาขยายตัวถึง และความจุเครื่องยนต์) ก่อนข้างแน่นอน

NISSAN

ค่ายรถยนต์ NISSAN เป็นอีกรายหนึ่งที่มีแผนการผลิตรถยนต์ขนาดเล็ก รุ่นใหม่ๆ เอาไว้ในใจ แต่ยังคงถูกเก็บงำไว้อย่างมิดชิด จนกระทั่ง นิตยสาร Autocar ฉบับอินเดีย เปิดเผยโครงการพัฒนารถเล็กรุ่นใหม่ๆของนิสสัน ในอินเดีย ออกมาสู่สาธารณชนรับรู้ในการนี้ มีรหัสโครงการใหม่ๆ หลุดออกมาที่น่าสนใจ และยิ่งขาดต่อการเฉลยปริศนา นั่นคือ รหัส "X02A" ที่ยังไม่อาจสรุปได้แน่ชัดว่า เป็นรถยนต์ขนาดใดกันแน่จะเป็นรุ่นเปลี่ยนโฉมของนิสสัน มาร์ชและไมครา (March Micra) รถยนต์แฮตช์แบ็ก 5 ประตู ระดับ ซับ-คอมแพคต์ B-Segment หรือว่า จะเป็นรถยนต์ระดับที่เล็กกว่า มาร์ช และไมครา ดังนั้น คงต้องรอกันอีกสักกระยะ กว่าที่ความเคลื่อนไหวจากทั้ง อินเดีย ญี่ปุ่น รวมทั้ง ไทย อันเป็น 3 ประเทศหลักที่มีรายชื่อว่าเกี่ยวข้องในโครงการนี้จะเริ่มเห็นเด่นชัดกว่าที่เป็นอยู่

Mitsubishi

ค่ายรถ Misubishi ยังไม่มีแผนการสำหรับรถยนต์ประหยัดพลังงาน เพราะต้องเร่งพัฒนา เอสยูวี ไทรทัน จี-แวกอน บนพื้นฐานจากรถกระบะ ไทรทันภายใต้รหัสโครงการ 3E45 รวมทั้ง รุ่นเปลี่ยนโฉมของแลนเซอร์ใหม่ รหัสโครงการ GS41 ให้เสร็จทันปลายปี 2008 ดังนั้น ถ้าจะคาดหวังรถยนต์อีโคคาร์ จากมิตซูบิชิ คงต้องรอการศึกษาในรายละเอียดขนานใหญ่กันเสียก่อน และกว่าจะสำเร็จเป็นรุ่นจำหน่ายจริง ได้อาจต้องรอให้รถยนต์ระดับ ซับ-คอมแพกต์ B-Segment ที่ค่อยๆ คืบหน้าไปอย่างช้ามากๆ สำเร็จหรือขายจริงราวๆปี 2010 - 2011 เสียก่อนนั่นหมายความว่า เราอาจจะได้เห็น อีโค คาร์ จากมิตซูบิชิ อย่างเร็วที่สุดน่าจะเป็นช่วงปี 2011-2012

Mazda / Ford

ค่ายรถทั้งสองค่ายนี้ยังอยู่ในระหว่างการเตรียมสายการผลิตรถยนต์ซับ-คอมแพกต์ B-Segment รุ่นใหม่ในเมืองไทย ทั้งมาสด้า 2 เดมิโอและรุ่นเปลี่ยนโฉม เปลี่ยนชื่อ ของฟอร์ด พีเอสต้า ในยุโรปดังนั้น โครงการพัฒนารถยนต์ Sub-B-Segment ที่จะทำตลาดแทน แอสซ์แบ็กทรงหยคน้ำ รุ่น กา (KA) ไปจนถึงโครงการรถยนต์ขนาดเล็กกว่ามาสด้า 2 ที่น่าจะผลิตขึ้นในชื่อ "มาสด้า 1" จึงยังต้องรอดูท่าทีจากทางฟอร์ดกันก่อน

Suzuki / Chevrolet

ค่ายรถทั้งสองค่ายนี้คู่อาจจะแท็คทีมบุกตลาดรถยนต์ระดับ Sub-B-Segment หรือ อีโค คาร์ ในบ้านเรา เพราะก่อนการประกาศของ คณะรัฐมนตรีเพียงไม่กี่สัปดาห์ซูซูกิและจีเอ็มยุโรป ได้เผยโฉม ซูซูกิ สแปลช และ โอเปิลวอกซ์ฮอลล์ อาจิล่า (Suzuki Splash / Opel-Vauxhall Agila) อันเป็นรถยนต์แอสซ์แบ็กขนาดกระทัดรัด ที่มีขนาดตัวถังเล็กกว่า ซูซูกิ สวิฟต์ ขณะเดียวกัน รถใหม่ทั้ง 2 รุ่นนี้ มีเส้นสาย คล้ายคลึงกับ เชฟโรเลต บีท (Beat) 1 ใน 3 รุ่นต้นแบบ ขนาดเล็ก ที่แผนกเชฟโรเลต คาดว่าจะจับมือกับ จีเอ็ม-แคว ทำขายออกมาในไม่เกิน 2 ปีข้างหน้า ซึ่งพอจะมองเห็นว่าถ้าซูซูกิ คิดจะว่าจ้าง หรือร่วมมือกับ จีเอ็ม ไทยแลนด์ ให้ช่วยผลิต ซูซูกิสแปลช ด้วย โดยที่ ทาง จีเอ็ม ต้องผลิต เชฟโรเลตรุ่นใหม่คันนี้ทำตลาดในไทย โดยแปะตราของตนเองอยู่แล้ว ความเป็นไปได้ของประเด็นนี้ ถือว่ามีสูงมิใช่เล่นเลยทีเดียว

ค่ายรถที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ คือทางเลือกของแต่ละบริษัทรถยนต์ ที่จะขานรับค่อนโยบายอีโคคาร์ แต่จนถึงตอนนี้ ก็ยากเกินจะสรุปว่า แต่ละค่าย จะเลือกเดินในแนวทางไหนและอย่างไร ดังนั้น เร็วที่สุด ที่เราจะได้เห็นรถยนต์ จากโครงการ อีโคคาร์ ขึ้นโชว์รูมในบ้านเราอาจต้องรอกันถึงปี 2009 (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย. 2549)

2.6.5 ความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

สภาพเศรษฐกิจโดยภาพรวมของประเทศจากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยในเดือนสิงหาคม 2550 พบว่าค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากเดือนกรกฎาคม โดยมีอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย

อยู่ที่ 34.31 บาทต่อคอลล่าร์สหรัฐ สำหรับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศอ้างอิงจากรายงานของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในรอบเดือนสิงหาคม มีการปรับลดราคาน้ำมันลง 2 ครั้งรวม 40 สตางค์ เป็นผลมาจากการปริมาณสำรองน้ำมันสำเร็จรูปสูงขึ้น เนื่องจากโรงกลั่นน้ำมันในสหรัฐอเมริกาสามารถดำเนินงานได้ตามปกติ ซึ่งการคาดการณ์ว่ากลุ่มโอเปคจะมีการผลิตน้ำมันในเดือนสิงหาคมสูงขึ้นรวมถึงประเทศอิหร่าน ได้มีการประชุมร่วมกับสหประชาชาติเพื่อหาทางออกวิกฤตการณ์นิวเคลียร์ จึงทำให้น้ำมันดิบและน้ำมันเบนซินดูไบอ่อนตัวลง (ผู้จัดการรายวัน.2550)

- ปัจจัยลบ ความไม่แน่นอนทางการเมืองยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ แม้ว่าจะผ่านการลงประชามติร่างรัฐธรรมนูญ แต่ยังมีปัจจัยเสี่ยงในเรื่องความไม่แน่นอนในการจัดการเลือกตั้งและการรวมตัวและการกระจายของนักการเมืองต่างๆ

- ปัจจัยบวก การขยายตัวของอุปสงค์รถยนต์นั่งทั้งตลาดภายในและต่างประเทศจากการออกรถยนต์รุ่นใหม่และการจัดโปรโมชันต่างๆของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ยังคงกระตุ้นกำลังซื้อได้อย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายภายในประเทศในเดือนสิงหาคมสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วติดต่อกันเป็นเดือนที่สอง

คณะรัฐมนตรีอนุมัติมาตรการภาษีสรรพสามิตเพื่อส่งเสริมรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลและรถยนต์นั่ง หรือรถยนต์โดยสารที่มีที่นั่งไม่เกิน 10 คน ที่สามารถใช้เชื้อเพลิงเอทานอลเป็น ส่วนผสมกับน้ำมันเชื้อเพลิงได้ไม่น้อยกว่า 20% หรืออี 20 โดยมีรายละเอียดดังนี้ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.2550)

1. รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 2000 ซีซี และมีกำลังเครื่องยนต์ไม่เกิน 220 แรงม้า ปรับลดอัตราภาษีตามมูลค่าจาก 30% เป็น 25%
2. รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์เกิน 2000 ซีซี แต่ไม่เกิน 2500 ซีซี และมีกำลังเครื่องยนต์ไม่เกิน 220 แรงม้า ปรับลดอัตราภาษีตามมูลค่าจาก 35% เป็น 30% และ
3. รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ 2500 ซีซี แต่ไม่เกิน 3000 ซีซี และมีกำลังเครื่องยนต์ไม่เกิน 220 แรงม้า ปรับลดอัตราภาษีตามมูลค่าจาก 40% เป็น 35% ส่วนรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์เกินกว่า 3000 ซีซี คิดอัตราภาษีตามมูลค่า 50% โดยผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 เป็นต้นไป ซึ่งเร็วกว่าแผนเดิม 1 ปี ทั้งนี้ การลดอัตราภาษีสำหรับรถยนต์เชื้อเพลิงอี20 จะทำให้กรมสรรพสามิตสูญเสียรายได้ 1,300 ล้านบาทต่อปี และคาดว่าตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นไป จะมีรถยนต์ที่ใช้อี20 ประมาณ 30,000 คัน จากจำนวน การผลิตรถยนต์นั่ง 172,000 คัน จะประหยัดเชื้อเพลิงปีละ 300-400 ล้านบาท ขณะนี้บริษัทรถยนต์ที่มี ความพร้อมที่จะผลิต หรือนำเข้ารถยนต์อี 20 คือ ฟอร์ดและเบนซ์ ซึ่งการลดภาษีดังกล่าว จะทำให้รถยนต์ที่ใช้อี 20 ถูกกว่ารถยนต์ที่ใช้พลังงานปกติคันละประมาณ 10,000 บาท (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ.2550)

2.6.5.1 การลงทุนในประเทศ

บริษัท สยามนิสสัน ออโตโมบิล จำกัด ลงทุนกว่า 200 ล้านบาท เปิดโรงงานฉีดพลาสติกกันชนหน้า รถ กระบะพ론เทียร์ นาวาราโดยเฉพาะ ด้วยมาตรฐานของโรงงาน และศักยภาพในการผลิตรถนิสสันใน ไทย รวมถึงอัตราการเติบโตของรถกระบะของภายในประเทศ ทำให้บริษัท นิสสัน มอเตอร์ จำกัด ได้ จัดตั้งให้ประเทศไทยเป็นฐานในการผลิตและส่งออกรถกระบะนิสสันที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียนอย่างเต็ม รูปแบบ โดยจะส่งรถกระบะนิสสัน พ론เทียร์ นาวารา ไปจำหน่ายกว่า 100 ประเทศทั่วโลก และเพื่อให้ การผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งการลดต้นทุนและขั้นตอน ในการผลิตให้มีความรวดเร็วขึ้น บริษัทฯ จึงได้ลงทุนสร้างโรงงานฉีดพลาสติกกันชนหน้ารถกระบะ ที่มีคุณภาพสูงขึ้น ณ โรงงาน ประกอบรถยนต์ของสยามนิสสัน ออโตโมบิล โดยโรงงานฉีดพลาสติกกันชนหน้าของพ론เทียร์นาวารานี้ เป็นส่วนหนึ่งในการลงทุนขยายการประกอบรถกระบะนิสสัน เพื่อการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เครื่องจักรในโรงงานแห่งนี้ ประกอบด้วยเครื่องฉีดพลาสติกขนาด 3,000 ตัน ซึ่งเป็นเครื่อง ฉีดรุ่นใหม่ที่สามารถตั้งระบบงานฉีดแบบอัตโนมัติได้ พร้อมใช้แขนกลในการจับชิ้นงานออกจากเครื่อง และยังนำหุ่นยนต์เข้ามาช่วยในขั้นตอนการผลิต เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการผลิต รวมทั้งมาตรฐานของชิ้นงาน โดยโรงงานแห่งนี้จะใช้เวลาในการผลิตชิ้นงานเพียง 50 วินาทีเท่านั้นต่อ 1 ชิ้นงาน ซึ่งนอกจาก โรงงานแห่งนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตกันชนหน้าของพ론เทียร์นาวาราให้รวดเร็วขึ้นแล้วบริษัทฯ ยังสามารถลดต้นทุน จากการนำเข้าชิ้นงานจากผู้ผลิตภายนอก และค่าขนส่งได้ถึง 20% สำหรับแผนการตลาดในอนาคต บริษัทฯ มีแผนขยายขนาดและกำลังผลิตของโรงงาน ให้ สามารถผลิตชิ้นส่วนพลาสติกอื่นๆ ในตัวรถ รวมทั้งชิ้นส่วนพลาสติกของรถเก๋งด้วย เพื่อเป็นการเพิ่ม กำลังในการประกอบรถ นิสสันให้มีคุณภาพมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถลดต้นทุนจากการผลิต ชิ้นงานขึ้นเองได้ด้วย (หนังสือพิมพ์แนวหน้า.2550)

2.6.5.2 สถานะอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยปี 2550

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในเดือนสิงหาคม 2550 ตลาดรถยนต์ภายในประเทศ ยังคงได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ทรงตัวและการแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องของเงินบาทเมื่อ เทียบกับดอลลาร์สหรัฐ รวมถึงปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเมื่อ พิจารณาจากปริมาณการผลิตรถยนต์ในเดือนสิงหาคม 2550 พบว่ามีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.91 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 ส่วนยอดขายรถยนต์ในเดือนสิงหาคม 2550 นั้นพบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.09 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 สำหรับตลาดต่างประเทศ ยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องโดยปริมาณการส่งออกรถยนต์สำเร็จรูป (CBU) ในเดือนสิงหาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.32 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 สำหรับตลาดรถจักรยานยนต์ในเดือนสิงหาคม 2550 พบว่าปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์สำเร็จรูป (CBU) ลดลงร้อยละ 23.42 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 ส่วน ปริมาณ การ จำหน่าย

รถจักรยานยนต์ในเดือนสิงหาคม 2550 ลดลงร้อยละ 17.72 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 สำหรับ ยอดส่งออกรถจักรยานยนต์ (รวมทั้ง CBU และ CKD) ในเดือนสิงหาคม เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.67 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 นอกจากนี้ การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์โดยผู้ประกอบการรถยนต์ พบว่ามูลค่า การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในเดือนสิงหาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.98 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2549 (หนังสือพิมพ์แนวหน้า.2550)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมยศ จิตติสุริยารักษ์ (2522 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงบทบาทของรัฐบาลในการคุ้มครองอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทยและสู่ทางการลงทุน จากการศึกษาพบว่า รัฐบาลให้การปกป้องอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในอัตราสูงมากอุตสาหกรรมหนึ่งโดยใช้ภาษีอากร และห้ามการนำเข้า เป็นเครื่องมือสำคัญในการจำกัดการแข่งขันของรถยนต์จากต่างประเทศด้วย นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ให้การสนับสนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ ตามลำดับขั้นตอนที่ไว้วางนโยบายเอาไว้จนกว่าจะสามารถผลิตรถยนต์จากชิ้นส่วนภายในประเทศได้ทั้งคันในต้นทุนต่ำพอที่จะแข่งขันกับต่างประเทศได้

จิตติกา ลิขิตฐา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยด้านสถานภาพส่วนบุคคล ทักษะติดต่อโครงการและตัวรถ ACES CAR และการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถประหยัดพลังงาน ACES CAR ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือประชากรวัยทำงานอายุระหว่าง 20-60 ปี ที่มีรายได้เป็นของตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร สุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งโควตาตามกลุ่มอาชีพได้แก่ พนักงานของรัฐและของเอกชนในสัดส่วนเท่ากันจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคโดยรวมมีความตั้งใจซื้อรถ ACES CAR ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่มีสัดส่วนผู้สนใจมากที่สุดได้แก่ เพศชาย อายุ 31-40 ปี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท และเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคล สำหรับทัศนคติต่อตัวรถและโครงการรถ ACES CAR ที่บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดคือ “คนไทยควรเริ่มหันมาใช้รถยนต์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เช่น สามารถใช้พลังงานทางเลือกได้” รองลงมาคือ “การเลือกซื้อรถควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมมากขึ้น เช่น การสร้างปัญหาจราจร และการปล่อยควันเสีย” และ “รัฐบาลควรเร่งพัฒนาระบบขนส่งมวลชนก่อนจะส่งเสริมโครงการนี้” โดยมีระดับความเห็นด้วยเท่ากัน สำหรับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถ ACES CAR ของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและความเป็นเจ้าของรถส่วนบุคคลมีผลต่อความตั้งใจซื้อรถ ACES CAR ของผู้บริโภครายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีความตั้งใจซื้อมากกว่าเพศหญิงและผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคลมีความตั้งใจซื้อมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของรถส่วนบุคคล 2) ทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อรถ ACES CAR ของผู้บริโภครายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อรถ ACES CAR ของผู้บริโภครายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากแยกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่สัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สายชล หวังพีระวงศ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติต่อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้ผลการวิจัยเป็นพื้นฐานและแนวทางสำหรับผู้บริหารในหน่วยงานหรือองค์กรทั้งเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากประชากรซึ่งเป็นผู้บริโภคที่รู้จักรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานที่มีภูมิลำเนาหรืออยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยที่ได้จากการสำรวจสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานห้างร้าน/บริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีรถส่วนตัว โดยที่ประเภทของรถยนต์คือ รถเก๋ง ซึ่งมีขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์ส่วนบุคคลที่มากที่สุด คือ 1,301 – 1,500 ซีซี และส่วนใหญ่ใช้รถยนต์คันปัจจุบันมาเป็นระยะเวลา 1 – 3 ปี และยังไม่มีการในการซื้อรถยนต์คันต่อไป โดยมีงบประมาณในการซื้อรถยนต์คันต่อไป คือ 500,000 – 1,000,000 บาท ในด้านทัศนคติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานจากอินเทอร์เน็ต และมีความสนใจที่จะซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานในอนาคต ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงาน คือ ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรก ราคาถูกเป็นปัจจัยสำคัญลำดับที่ 2 และ ช่วยลดมลพิษเป็นปัจจัยสำคัญลำดับที่ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความสนใจที่จะซื้อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานในอนาคต โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงาน คือ ไม่มั่นใจในความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรก ไม่มีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ประเภทนี้ เป็นปัจจัยสำคัญลำดับ 2 และไม่มั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ เป็นปัจจัยสำคัญลำดับ 3

ผู้วิจัยได้สรุปผลและเสนอแนะกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดแก่ผู้ประกอบการ โดยเน้นในเรื่องการพัฒนาคุณภาพรถยนต์ และการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนถึงข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ขนาดเล็กประหยัคพลังงาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

เลิศวิ จุฑากอเกียรติ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ทุกปีค่อพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มลูกค้าผู้ใช้รถปีค่อพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาซื้อรถของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถปีค่อพ

ผลการวิจัยที่ได้จากการสำรวจสามารถสรุปได้ว่า ในด้านพฤติกรรมกาซื้อรถกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีรถในครอบครัวจำนวน 2 คัน อายุกาใช้งานของรถปีค่อพคันปัจจุบันอยู่ในช่วง 1 – 2 ปี โดยซื้อเพื่อทดแทนรถคันเก่า และปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกซื้อรถปีค่อพ ลำดับแรก คือ การประหยัคน้ำมัน ลำดับที่สอง คือ สมรรถนะของรถยนต์ และยี่ห้อรถ เป็นปัจจัยที่สำคัญเป็นลำดับที่สาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ทำการเปรียบเทียบกับยี่ห้อคู่แข่งก่อนทำการตัดสินใจซื้อ โดยตัดสินใจซื้อรถปีค่อพเพื่อใช้เป็นรถอเนกประสงค์ ในด้านการให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถนั้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญในด้านศูนย์ให้บริการหลังการจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญสูงที่สุด คือ 4.14 รองลงมาคือในด้านตัวรถ

จิรพงศ์ แก่นทรัพย์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบกาจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบกาจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1. เพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ในด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบกาจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบกาจัดการ 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ของบริษัท ผู้ผลิตรถยนต์ โดยจำแนกตามค่ายรถยนต์ และประเภทของรถยนต์ 3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อระดับความสำคัญที่ผู้บริหารให้กับ ปัจจัยในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์

โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.01 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS For Windows ในการประมวลผล ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระบบการจัดส่ง และความสามารถด้านวิศวกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญปัจจัยด้านระบบคุณภาพ ในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต และระบบการจัดการอยู่ในระดับมาก
2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารที่อยู่ในค่ายรถยนต์ที่ต่างกัน ในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต และระบบการจัดส่ง พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกัน
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารที่อยู่ในบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ประเภทที่ต่างกัน ในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่าด้านการควบคุมต้นทุนการผลิตและ ระบบการจัดการ มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระบบคุณภาพในการผลิต ระบบการจัดส่ง และความสามารถด้านวิศวกรรม พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกัน
4. ทดสอบอิทธิพลร่วมกันค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน คือ ด้านระบบคุณภาพในการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต ระบบการจัดส่ง ความสามารถด้านวิศวกรรม และระบบการจัดการ พบว่าค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหาร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานเบื้องต้น อันได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายโรงงาน/ผลิต ฝ่ายวิศวกรรม/วิจัยและพัฒนา ฝ่ายการเงิน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล (อ้างอิง Project Management Team ของหลักการบริการโครงการ) รวมจำนวน 60 คน จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์จำนวน 10 ราย (ซึ่งได้เข้าร่วมประชุมกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เพื่อสอบถามข้อมูลและชี้แจงถึงแนวคิดในการลงทุนผลิตรถเล็กประหยัดพลังงานหรืออีโคคาร์ (ECO CAR) ทั้งค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ค่ายอเมริกา และค่ายยุโรป เมื่อวันที่ 14 พ.ค. 2550)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540 : 58-59)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้นจำนวน 60 คน

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนจากค่าจริงของประชากร การวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 5

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= 60 / (1 + (60 \times 0.05^2)) \\ &= 53 \end{aligned}$$

ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 53 คน โดยผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร โครงการผลิตรถยนต์ของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยทั้ง 60 คน เกินกว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เป็นการเพื่อในกรณีไม่ตอบกลับ ตอบไม่ครบถ้วน หรือกรณีอื่น ที่ทำให้ได้คำตอบไม่สมบูรณ์ และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามจะถูกส่งไปให้ประชากรที่เป็นผู้บริหารหน่วยงานหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหาร โครงการของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ตอบทางไปรษณีย์ (By Mail Method) โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิด (Close-ended Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ และคำถามแบบเปิด (Open-ended Question) ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ ตำราวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์

2. จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านำมาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้นำเนื้อหาจากงานวิจัยของสถาบันยานยนต์ เรื่อง “โครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์)” (2545) และ ระบบฐานข้อมูลแผนที่คลัสเตอร์ชิ้นส่วนยานยนต์ (2549) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาโดยแบบสอบถามดังกล่าวมีส่วนประกอบสำคัญ 4 ตอน คือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด หน่วยงานที่ท่านสังกัดอยู่ในปัจจุบัน (หรือเทียบเท่า)และประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ ได้แก่ ค่ารถยนต์ และ ประเภท ของรถยนต์ที่ผลิต จำนวน 2 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในประเทศไทย เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน จำนวน 45 ข้อ ในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

1. ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์
2. ด้านขนาดของตลาด
3. ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน
4. ด้านนโยบายของภาครัฐ
5. ด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

โดยแบบสอบถามในตอนี่ 3 นี้มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามวิธีของ ริน ลิเคิร์ต (Rensis Likert) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์.2543 : 107-108) ผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานแต่ละข้อตามระดับการประเมิน 5 ระดับ แต่ละระดับของความคิดเห็นมี เกณฑ์ การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็นที่ผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

	ค่านำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ	
	<u>ข้อความเชิงบวก</u>	<u>ข้อความเชิงลบ</u>
มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน	ให้ 1 คะแนน
มีความคิดเห็นด้วยมาก	ให้ 4 คะแนน	ให้ 2 คะแนน
มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง	ให้ 3 คะแนน	ให้ 3 คะแนน
มีความคิดเห็นด้วยน้อย	ให้ 2 คะแนน	ให้ 4 คะแนน
มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน	ให้ 5 คะแนน

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นคำถามแบบเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน จำนวน 5 ข้อ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วจากอาจารย์ที่ปริญญาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปริญญาวิทยานิพนธ์ร่วมไปตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความชัดเจนของภาษาที่ใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแสดงในตารางที่ 3.1

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปริญญาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปริญญาวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. รศ.ดร.พงศ์ หรดา	ประธานคณะกรรมการบริหาร หลักสูตรเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
2. อ.ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุติกุล	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและ สังคม	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. คุณอรรณพงษ์ ศิริวัฒน์	รองผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหาร โรงงาน	บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
4. คุณอลงกรณ์ คณาญาติ	ผู้อำนวยการแผนก Supplier Quality Engineering	บริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
5. คุณสุวิทย์ เกื้อหนุน	ผู้จัดการแผนก Supplier Quality Engineering	บริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

3.4.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรที่ทำการวิจัย คือ ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยมีการจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลซึ่งออกโดยงานบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยเพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูลเพื่อการวิจัย

3.4.1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้วพร้อมหนังสือขออนุญาตสอบถามข้อมูลเพื่อการวิจัยส่งไปรษณีย์ไปยังบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยและให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งกลับทางไปรษณีย์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ วารสาร เอกสารการสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับมาได้แล้ว นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว นำมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนที่ได้มาประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งได้จำแนกรายละเอียดในการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงพรรณนา โดยการนำเสนอค่าสถิติเป็นจำนวนและร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางพร้อมคำอธิบาย สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ตอนที่ 2 ลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์

3.5.2 การวิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงพรรณนาโดยการนำเสนอค่าสถิติเป็น ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน
เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในประเทศไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดย

การหาความกว้างของอินตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ช่วงความกว้างของอินตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \quad (3.2)$$

$$\text{ซึ่งแทนค่าได้เท่ากับ} \quad = \frac{5-1}{5} = 0.800$$

ดังนั้นแบ่งค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย แบ่งได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.000-1.800 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.801-2.600 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับ น้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.601-3.400 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.401-4.200 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับ มาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.201-5.000 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับ มากที่สุด

การแปลความหมายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 75) ใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000-0.999 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารแต่ละคนของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารแต่ละคนของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน แตกต่างกันมาก

3.5.3 การทดสอบสมมติฐาน และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาทดสอบสมมติฐาน โดยได้สมมติฐานการวิจัยที่ต้องการทดสอบดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์แตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์แตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน	Two-way ANOVA

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์แต่ละประเภทแตกต่างกันให้ความคิดเห็นกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.1 ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.2 ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.3 ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.4 ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ	Two-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3.5 ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	Two-way ANOVA

3.5.4 สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน จะนำเสนอโดยใช้วิธีบรรยายในส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

3.6.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะ ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลในแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.3)$$

3.6.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวแปรตาม ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริหารของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านต่าง ๆ ซึ่ง ประกอบไปด้วย ที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.4)$$

เมื่อ	\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.6.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ	$S.D.$	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.6.2 สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตามลักษณะของ บริษัทผลิตรถยนต์

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมี 2 ตัวประกอบ (Two-way ANOVA)

หรือการวิเคราะห์แบบสองทาง (Two-way Classification) เป็นการศึกษาถึงผลของตัวแปรต้นแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตามและศึกษาปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างตัวแปรต้น 2 ตัว (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 232) ซึ่งตัวแปรต้น ได้แก่ ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ในการส่งผลรวมกันต่อตัวแปรตามซึ่งได้แก่ คิดเห็นของผู้บริหารของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตามลักษณะของ บริษัทผลิตรถยนต์ด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี Two-way ANOVA คือ

2.1 H_0 : ไม่มีปฏิริยาสัมพันธ์ระหว่างประชากรในด้านแถวและคอลัมน์

H_1 : มีปฏิริยาสัมพันธ์ระหว่างประชากรในด้านแถวและคอลัมน์

หรือ

$$H_0 : (\alpha\beta)_{11} = (\alpha\beta)_{12} = \dots = (\alpha\beta)_{jk} = 0$$

$$H_1 : (\alpha\beta)_{jk} \text{ อย่างน้อยหนึ่งค่าที่ไม่เท่ากับ } 0$$

2.2 H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรในด้านแถว J กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านแถวอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_j$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j \text{ for some } i, j ; i, j = 1, 2, \dots, J$$

2.3 H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรในด้านคอลัมน์ K กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านคอลัมน์อย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน หรือ

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_k \text{ for some } i, k ; i, k = 1, 2, \dots, K$$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน ข้อ 1) (Interaction)

$$F_{JK} = \frac{MS_{JK}}{MS_w} \quad (3.13)$$

สมมติฐาน ข้อ 2) (ในด้านแถว)

$$F_J = \frac{MS_J}{MS_w} \quad (3.14)$$

สมมติฐาน ข้อ 3) (ในด้านคอลัมน์)

$$F_K = \frac{MS_K}{MS_w} \quad (3.15)$$

วิเคราะห์ค่าต่างๆ แสดงดังในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงสูตรการวิเคราะห์โดยวิธี Two-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Row	$J-1$	$SS_J = nK \sum_{j=1}^J (\bar{X}_{j\cdot} - \bar{X})^2$	$MS_J = \frac{SS_J}{J-1}$	$F_J = \frac{MS_J}{MS_w}$
Column	$K-1$	$SS_K = nJ \sum_{k=1}^K (\bar{X}_{\cdot k} - \bar{X})^2$	$MS_K = \frac{SS_K}{K-1}$	$F_K = \frac{MS_K}{MS_w}$
Interaction	$(J-1)(K-1)$	$SS_{JK} = n \sum_{k=1}^K \sum_{j=1}^J (\bar{X}_{jk} - \bar{X}_{j\cdot} - \bar{X}_{\cdot k} + \bar{X})^2$	$MS_{JK} = \frac{SS_{JK}}{(J-1)(K-1)}$	$F_{JK} = \frac{MS_{JK}}{MS_w}$
Within Cell	$JK(n-1)$	$SS_w = \sum_{k=1}^K \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^n (X_{ijk} - \bar{X}_{jk})^2$	$MS_w = \frac{SS_w}{JK(n-1)}$	
Total	$n-1$	$SS_T = \sum_{k=1}^K \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^n (X_{ijk} - \bar{X})^2$		

- เมื่อ
- K คือจำนวนประชากรของ Column
 - J คือจำนวนประชากรของ Row
 - N คือขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 - n คือขนาดตัวอย่างในแต่ละ (แถว X คอลัมน์)
 - X_{ijk} คือคะแนนของตัวอย่างที่ i ของแถวที่ j คอลัมน์ที่ k

- $\bar{X}_{j\cdot}$ คือค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของแถวที่ j
 $\bar{X}_{\cdot k}$ คือค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของคอลัมน์ที่ k
 \bar{X}_{jk} คือค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของแถวที่ j คอลัมน์ที่ k
 \bar{X} คือค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างทั้งหมด

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

(1) สมมติฐาน ข้อ 1) (Interaction)

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (J-1)(K-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่ามีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างประชากรในด้านแถวและคอลัมน์

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (J-1)(K-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าไม่มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างประชากรในด้านแถวและคอลัมน์

(2) สมมติฐาน ข้อ 2) (ในด้านแถว)

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (J-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านแถวอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (J-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรระหว่างแต่ละกลุ่มประชากรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

(3) สมมติฐาน ข้อ 3) (ในด้านคอลัมน์)

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (K-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านคอลัมน์อย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (K-1)$, JK(n-1) หรือเมื่อค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรระหว่างแต่ละกลุ่มประชากรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

3.6.2.2 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) สำหรับ Two – way

ANOVA

ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที F-test ในการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีนัยสำคัญ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของประชากรใดบ้างที่แตกต่างกัน วิธีการดังนี้

- 1) กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ และ 0.001
- 2) คำนวณค่า LSD จากสูตร

สูตรที่ใช้ในการทดสอบ

กรณียอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านแถวอย่างน้อย 2 ประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, JK(n-1)} \sqrt{MSw \left(\frac{2}{Kn} \right)} \quad (3.16)$$

กรณียอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรในด้านคอลัมน์อย่างน้อย 2 ประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, JK(n-1)} \sqrt{MSw \left(\frac{2}{Jn} \right)} \quad (3.17)$$

กรณียอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชากรในด้านแถวและคอลัมน์

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, JK(n-1)} \sqrt{MSw \left(\frac{1}{ni} + \frac{1}{nj} \right)} \quad (3.18)$$

- 3) คำนวณหาค่าความแตกต่างทั้ง 3 กรณี
- 4) การสรุปผล

ถ้าค่าความแตกต่างที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่าความแตกต่างที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการที่ได้จัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประเภัคพลังงาน จำนวน 60 ราย มีผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ให้ความร่วมมือตอบกลับมาเป็นจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.79 ของกลุ่มตัวอย่าง (จากการคำนวณโดยใช้หลักเกณฑ์ของ Yamane) จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้คือ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์

4.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประเภัคพลังงาน

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

4.4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประเภัคพลังงาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเก็บรวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามในอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ในประเทศไทยจำนวน 46 ราย แสดงได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
1. ค่ารถยนต์		
- ค่าญี่ปุ่นและเอเชีย	25	54.35
- ค่ายุโรป	10	21.74
- ค่าอเมริกา	11	23.91
รวม	46	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
2. ประเภทรถยนต์ที่ผลิต		
- รถยนต์นั่ง	16	34.78
- รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)	11	23.91
- รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)	19	41.31
รวม	46	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัทเป็นดังต่อไปนี้

ค่ายรถยนต์ของบริษัท พบว่า ค่ายญี่ปุ่นและเอเชียมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 54.35 รองลงมาคือ ค่ายอเมริกา มีจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 23.91 และค่ายยุโรป มีจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 21.74 ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทรถยนต์ที่บริษัทผลิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) โดยมีจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 41.31 รองลงมาคือรถยนต์นั่ง โดยมีจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 34.78 และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) โดยมีจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 23.91 ของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารจำนวน 46 คน ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารโครงการ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ด้านขนาดของตลาด ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ด้านนโยบายของภาครัฐ และด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

4.2.1 ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ มีดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่
ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์	n = 46		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการ อุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุนดำเนินการ	4.000	0.633	มาก	3
2. การมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ทำให้เป็นศูนย์กลาง การผลิต จัดจำหน่าย และการให้บริการ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ทำให้ประหยัดต้นทุนโดยรวม	3.283	0.911	ปานกลาง	8
3. ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลาง ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ต้นทุนการ ขนส่งไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคต่ำที่สุด	3.696	0.785	มาก	6
4. ประเทศไทยมีโครงสร้างสาธารณูปโภคและการขนส่งที่ดี ทำให้ประหยัดต้นทุน ทั้งด้านระยะเวลา และค่าใช้จ่าย	4.152	0.631	มาก	1
5. ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการผลิต พอเพียงทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ	4.087	0.694	มาก	2
6. ประเทศไทยเป็นแหล่งแรงงานที่มีทักษะ สามารถรองรับ ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้เป็นอย่างดี	3.957	0.729	มาก	4
7. ต้นทุนค่าแรงต่ำ ทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาค	3.935	0.879	มาก	5
8. เพื่อเป็นการรักษาและปกป้องส่วนแบ่งการตลาด จากคู่แข่ง แข่งขันที่มีการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานใน ภูมิภาคเดียวกัน	3.500	0.810	มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.826	0.439	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน
โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจาก
ค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.826 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจาก
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.439 และให้ความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์
ของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ประเทศไทยมีโครงสร้างสาธารณูปโภคและการขนส่งที่ดี ทำให้ประหยัดต้นทุน
ทั้งด้านระยะเวลา และค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.152

ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.631

ลำดับที่ 2 ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นต่อการผลิตพอเพียงทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.087 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.694

ลำดับที่ 3 การได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุนดำเนินการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.000 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.633

ลำดับที่ 4 ประเทศไทยเป็นแหล่งแรงงานที่มีทักษะ สามารถรองรับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.957 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.729

ลำดับที่ 5 ต้นทุนค่าแรงต่ำ ทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับประเทศต่างๆในภูมิภาค อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.935 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.879

ลำดับที่ 6 ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ต้นทุนการขนส่งไปยังประเทศต่างๆในภูมิภาคต่ำที่สุด อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.696 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.785

ลำดับที่ 7 เพื่อเป็นการรักษาและปกป้องส่วนแบ่งการตลาด จากคู่แข่งที่มีการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในภูมิภาคเดียวกัน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.500 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.810

ลำดับที่ 8 การมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ทำให้เป็นศูนย์กลางการผลิต จัดจำหน่าย และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประหยัดต้นทุนโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.283 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.911

4.2.2 ด้านขนาดของตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด มีดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานในด้านขนาดของตลาด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด	n = 46		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ราคารถยนต์ประหยัคพลังงานซึ่งรัฐบาลกำหนดราคาเบื้องต้นไว้ที่ ประมาณ ไม่เกิน 500,000 บาท จะเพิ่มจำนวนผู้บริ โภคที่มีกำลังซื้อ	4.000	0.699	มาก	2
2. พฤติกรรมการบริ โภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริ โภคในปัจจุบันนิยมรถยนต์ขนาดเล็ก ที่ประหยัคเชื้อเพลิงและมีความคล่องตัวเพิ่มมากขึ้น	3.957	0.868	มาก	3
3. ตลาดภายในประเทศยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแนวโน้มยอดจำหน่ายสูงขึ้นก่อให้เกิดการประหยัคจากขนาด (Economies of Scale)	3.913	0.694	มาก	5
4. รถยนต์ประหยัคพลังงานจะเป็นรถยนต์ทางเลือกสำหรับผู้บริ โภคที่มีราย ได้น้อยถึงปานกลาง	4.261	0.713	มากที่สุด	1
5. รถยนต์ประหยัคพลังงาน จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของรถปิกอัพ 1 คัน ลดลง (เนื่องจากผู้บริ โภคบางกลุ่มตัดสินใจซื้อรถปิกอัพเพราะความประหยัคน้ำมัน)	3.109	1.016	ปานกลาง	8
6. ตลาดในต่างประเทศมีขนาดใหญ่ และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น	3.630	0.771	มาก	7
7. ผู้บริ โภคในต่างประเทศมีความเชื่อมั่น ในรถยนต์ที่ผลิตในไทย ทำให้รถยนต์ประหยัคพลังงาน จะสามารถส่งออก ไปขายในต่างประเทศได้	3.935	0.712	มาก	4
8. ตลาดในต่างประเทศกำหนดเงื่อนไขและมาตรฐานสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางการส่งออกสินค้ายานยนต์ในบางประเทศ	3.870	0.934	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.834	0.498	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ด้านขนาดของตลาด อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจาก

ค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.834 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.498 และให้ความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านขนาดของตลาดของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 รถยนต์ประหยัคพลังงานจะเป็นรถยนต์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.261 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.713

ลำดับที่ 2 ราคารถยนต์ประหยัคพลังงานซึ่งรัฐบาลกำหนดราคาเบื้องต้นไว้ที่ ประมาณ ไม่นเกิน 500,000 บาท จะเพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.000 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.699

ลำดับที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมรถยนต์ขนาดเล็ก ที่ประหยัคเชื้อเพลิงและมีความคล่องตัวเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.957 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.868

ลำดับที่ 4 ผู้บริโภคในต่างประเทศมีความเชื่อมั่น ในรถยนต์ที่ผลิตในไทย ทำให้รถยนต์ประหยัคพลังงาน จะสามารถส่งออกไปขายในต่างประเทศได้ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.935 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.712

ลำดับที่ 5 ตลาดภายในประเทศยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแนวโน้มยอดขายจำหน่ายสูงขึ้น ก่อให้เกิดการประหยัคจากขนาด (Economies of Scale) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.913 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.694

ลำดับที่ 6 ตลาดในต่างประเทศกำหนดเงื่อนไขและมาตรฐานสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางด้านการส่งออกสินค้ายานยนต์ในบางประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.870 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.934

ลำดับที่ 7 ตลาดในต่างประเทศมีขนาดใหญ่ และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.630 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.771

ลำดับที่ 8 รถยนต์ประหยัดพลังงาน จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของรถปิกอัพ 1 คัน ลดลง (เนื่องจากผู้บริโภคบางกลุ่มตัดสินใจซื้อรถปิกอัพเพราะความประหยัดน้ำมัน) อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.109 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.016

4.2.3 ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน มีดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน	n = 46		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. กำลังการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีมากพอในการกระจายสินค้าให้กับผู้ผลิตรถยนต์	3.935	0.533	มาก	1
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีขีดจำกัดด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูง	3.544	0.781	มาก	6
3. เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรจากต่างประเทศ	3.609	0.802	มาก	5
4. ขีดจำกัดทางด้านเทคโนโลยี มีการนำระบบการผลิตแบบอัตโนมัติมาใช้น้อย	3.283	0.807	ปานกลาง	8
5. กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยรายทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง	3.543	0.781	มาก	7
6. ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัด และการนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มีน้อย	3.739	0.880	มาก	4
7. การขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านวัสดุศาสตร์เพื่อวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ	3.804	0.749	มาก	3
8. ข้อจำกัดในเรื่องของความรู้ด้านการออกแบบสินค้า	3.870	0.749	มาก	2
9. ปัญหาทางด้านการย้ายถิ่นฐานของแรงงาน	3.174	1.039	ปานกลาง	9
ค่าเฉลี่ยรวม	3.611	0.447	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจาก

ค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.611 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประเภัคพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.447 และให้ความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 กำลังการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีมากพอในการกระจายสินค้าให้กับผู้ผลิตรถยนต์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.935 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.533

ลำดับที่ 2 ข้อจำกัดในเรื่องของความรู้ด้านการออกแบบสินค้า อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.870 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.749

ลำดับที่ 3 การขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านวิทยาศาสตร์เพื่อวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.804 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.749

ลำดับที่ 4 ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนข้างจำกัด และการนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มีน้อย อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.739 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.880

ลำดับที่ 5 เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรจากต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.609 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.802

ลำดับที่ 6 ผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีขีดจำกัดด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูง อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.544 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.781

ลำดับที่ 7 กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยรายทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.543 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.781

ลำดับที่ 8 ขีดจำกัดทางด้านเทคโนโลยี มีการนำระบบการผลิตแบบอัตโนมัติมาใช้มีน้อย อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.283 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.807

ลำดับที่ 9 ปัญหาทางด้านการศึกษาขั้นพื้นฐานของแรงงาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.174 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากโดยพิจารณา

จากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.039

4.2.4 ด้านนโยบายของภาครัฐ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ มีดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในด้านนโยบายของภาครัฐ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ	n = 46		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น	3.870	0.654	มาก	6
2. การนำนโยบายของภาครัฐไปปฏิบัติ ยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	4.087	0.551	มาก	1
3. นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ส่งเสริมให้เกิดการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินมูลค่าเงินลงทุนโครงการ	3.717	0.688	มาก	7
4. นโยบายเขตการค้าเสรีทำให้สินค้าสำเร็จรูปจากประเทศคู่ค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ	3.913	0.694	มาก	4
5. ภาษีสรรพสามิต (17%) ทำให้เกิดแรงจูงใจต่อการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR)	4.043	0.942	มาก	2
6. ข้อกำหนดทางด้านปริมาณการผลิต ที่กำหนดไว้ว่านับตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ผู้ผลิตต้องมียอดขายรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่น้อยกว่า 100,000 คันต่อปี	3.674	0.818	มาก	8
7. การส่งเสริมการประหยัดพลังงาน (รถยนต์ที่ผลิตจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ไม่เกิน 5 ลิตร/100 กิโลเมตร)	3.630	0.741	มาก	9
8. ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับยูโร 4 หรือระดับที่สูงกว่า โดยเป็นการควบคุมปริมาณมลพิษที่ออกจากท่อไอเสีย ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน	3.978	0.683	มาก	3
9. ด้านความปลอดภัย ในการถูกชนลักษณะต่างๆ ต้องมีมาตรฐานเทียบเท่าหรือสูงกว่า UNECE ข้อ 94 และ 95	3.891	0.875	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.867	0.423	มาก	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านนโยบายของภาครัฐ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.867 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.423 และให้ความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านนโยบายของภาครัฐ ของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การนำนโยบายของภาครัฐ ไปปฏิบัติ ยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.087 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.551

ลำดับที่ 2 ภาษีสรรพสามิต (17%) ทำให้เกิดแรงจูงใจต่อการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.043 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.942

ลำดับที่ 3 ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ ยูโร 4 หรือระดับที่สูงกว่า โดยเป็นการควบคุมปริมาณมลพิษที่ออกจากท่อไอเสีย ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.978 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.683

ลำดับที่ 4 นโยบายเขตการค้าเสรีทำให้สินค้าสำเร็จรูปจากประเทศคู่ค้ามีราคาถูกลงกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.913 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.694

ลำดับที่ 5 ด้านความปลอดภัย ในการถูกชนลักษณะต่างๆ ต้องมีมาตรฐานเทียบเท่าหรือสูงกว่า UNECE ข้อ 94 และ 95 อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.891 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.875

ลำดับที่ 6 ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.870 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.654

ลำดับที่ 7 นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ส่งเสริมให้เกิดการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินมูลค่าเงินลงทุนโครงการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.717 ผู้บริหาร

แต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.688

ลำดับที่ 8 ข้อกำหนดทางด้านปริมาณการผลิต ที่กำหนดไว้ว่านับตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ผู้ผลิตต้องมียอดจำหน่ายรถยนต์ประหยัคพลังงานไม่น้อยกว่า 100,000 คันต่อปี อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.674 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.818

ลำดับที่ 9 การส่งเสริมการประหยัคพลังงาน (รถยนต์ที่ผลิตจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ไม่เกิน 5 ลิตร/100 กิโลเมตร) อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.630 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.741

4.2.5 ด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานในด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	n = 46		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. โรงงานผลิตรยนต์ระดับโลกมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย มีการร่วมมือทางการค้ามากขึ้น	3.826	0.529	มาก	6
2. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างค่ายผู้ผลิตรยนต์ ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นประโยชน์	3.652	0.971	มาก	9
3. การสนับสนุนของสถาบัน องค์กร และสมาคมต่างๆ ทำให้ได้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ	3.848	0.698	มาก	4
4. ข้อจำกัดทางด้านความร่วมมือกับสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น สถาบันยานยนต์	3.783	0.786	มาก	7
5. มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนจากสถาบันการเงิน	3.609	0.577	มาก	10
6. การแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น	3.870	0.619	มาก	3

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง	n = 46		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
7. ข้อจำกัดในด้านของการมีศูนย์ทดสอบคุณภาพ ภายในประเทศที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ยังต้อง พึ่งพาศูนย์ทดสอบจากต่างประเทศ	3.828	0.825	มาก	5
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้าน อุตสาหกรรมยานยนต์	3.457	1.005	มาก	11
9. การขาดแคลนศูนย์การออกแบบวิจัย และการพัฒนาเพื่อ ลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.935	0.827	มาก	2
10. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อ ตัดสินใจของผู้บริโภค	3.717	0.886	มาก	8
11. ผลกระทบทางด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ทำให้ ผู้บริโภคหันมาพิจารณารถยนต์ประหยัคพลังงานมากขึ้น	4.152	0.816	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.789	0.410	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.789 และผู้บริหารแต่ละท่านมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.410 และให้ความคิดเห็นในปัจจัยย่อยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ของทุกข้อเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ผลกระทบทางด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาพิจารณารถยนต์ประหยัคพลังงานมากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.152 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.816

ลำดับที่ 2 การขาดแคลนศูนย์การออกแบบวิจัย และการพัฒนาเพื่อลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.935 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.827

ลำดับที่ 3 การแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.870 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.619

ลำดับที่ 4 การสนับสนุนของสถาบัน องค์กร และสมาคมต่างๆ ทำให้ได้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.848 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.698

ลำดับที่ 5 ข้อจำกัดในด้านของการมีศูนย์ทดสอบคุณภาพภายในประเทศที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ยังต้องพึ่งพาศูนย์ทดสอบจากต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.828 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.825

ลำดับที่ 6 โรงงานผลิตรถยนต์ระดับโลกมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย มีการร่วมมือทางการค้ามากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.826 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.529

ลำดับที่ 7 ข้อจำกัดทางด้านความร่วมมือกับสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น สถาบันยานยนต์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.783 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.786

ลำดับที่ 8 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการค้าสติใจของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.717 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.886

ลำดับที่ 9 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างค่ายผู้ผลิตรถยนต์ ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.652 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.917

ลำดับที่ 10 มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนจากสถาบันการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.609 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.577

ลำดับที่ 11 การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.457 ผู้บริหารแต่ละท่านมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.005

4.2.6 สรุปความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารจำนวน 46 คน ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารโครงการ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ด้านขนาดของตลาด ด้าน

ผู้ผลิตชิ้นส่วน ด้านนโยบายของภาครัฐ และด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.7 มีดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และลำดับที่ของระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานในแต่ละด้านโดยรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์	3.826	0.439	มาก	3
2. ปัจจัยด้านขนาดของตลาด	3.834	0.498	มาก	2
3. ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน	3.611	0.447	มาก	5
4. ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ	3.867	0.423	มาก	1
5. ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	3.789	0.410	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.785	0.332	มาก	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.785 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าเท่ากับ 0.332 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานในแต่ละด้าน เรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.867 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.423

ลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านด้านขนาดของตลาด เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.834 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.498

ลำดับที่ 3 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.826 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.439

ลำดับที่ 4 ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.789 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.410

ลำดับที่ 5 ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน เป็นปัจจัยที่ผู้บริหารมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.611 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.447

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

4.3.1 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

ตารางที่ 4.8 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์โดยวิธี Two-way ANOVA

ลักษณะของผู้ผลิตรถยนต์	p-value
ค่ายรถยนต์	0.201
ประเภทของรถยนต์	0.193
ค่ายรถยนต์ X ประเภทของรถยนต์	0.289

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีค่า p-value เท่ากับ 0.289 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงหมายความว่าค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.201 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.193 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.3.2 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด

โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ค่าयरรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด

ตารางที่ 4.9 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่าयरรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด โดยวิธี Two-way ANOVA

ลักษณะของผู้ผลิตรยนต์	p-value
ค่าयरรถยนต์	0.022*
ประเภทของรถยนต์	0.019*
ค่าयरรถยนต์ X ประเภทของรถยนต์	0.099

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่าयरรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด โดยการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีค่า p-value เท่ากับ 0.099 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่าค่าयरรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์ที่สังกัดค่าयरรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.022 น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์ที่สังกัดค่าयरรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.019 น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เนื่องจากความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกันแตกต่างกันจึงใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกันเป็นรายคู่โดยผลการเปรียบเทียบแสดงในตารางที่ 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกัน โดยวิธี LSD

ค่ายรถยนต์	\bar{X}	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
			1	2	3
ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย	3.940	1	-	0.015	0.429*
ค่ายยุโรป	3.925	2	-	-	0.414*
ค่ายอเมริกา	3.511	3	-	-	-

* หมายถึง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกันแสดงในตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด ไม่แตกต่าง จากผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายยุโรป แต่ให้ความคิดเห็นแตกต่างจากผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายอเมริกา และพบว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายยุโรป ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างกัน จากผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย มีค่าสูงที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.940 ค่ายยุโรป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.925 ส่วนค่ายอเมริกา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 3.511

เนื่องจากความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันจึงใช้วิธีทดสอบ LSD เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผลการเปรียบเทียบแสดงในตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์ต่างกัน โดยวิธี LSD

ประเภทรถยนต์ที่ผลิต	\bar{X}	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
			1	2	3
รถยนต์นั่ง	3.868	1	-	0.345*	0.119
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (รวมรถกระบะ 1 คัน)	3.523	2	-	-	0.464*
รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (รวมรถกระบะ 1 คัน)	3.987	3	-	-	-

* หมายถึง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์ต่างกันแสดงในตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด ไม่แตกต่างจากผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) ส่วนผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างจากผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง และบริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) มีค่าสูงที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.987 รถยนต์นั่ง 3.868 ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดโดยมีค่าเท่ากับ 3.523

4.3.3 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

ตารางที่ 4.12 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนโดยวิธี Two-way ANOVA

ลักษณะของผู้ผลิตรถยนต์	p-value
ค่ายรถยนต์	0.065
ประเภทของรถยนต์	0.557
ค่ายรถยนต์ X ประเภทของรถยนต์	0.138

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีค่า p-value เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงหมายความว่าค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.065 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.557 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.3.4 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ

โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ

ตารางที่ 4.13 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ โดยวิธี Two-way ANOVA

ลักษณะของผู้ผลิตรถยนต์	p-value
ค่ายรถยนต์	0.023*
ประเภทของรถยนต์	0.001**
ค่ายรถยนต์ X ประเภทของรถยนต์	0.012*

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรรยงค์และประเภทของยรรยงค์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ โดยการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีค่า p-value เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงหมายความว่าค่ายรรยงค์และประเภทของยรรยงค์ มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์ที่สังกัดค่ายรรยงค์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.023 น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์ที่สังกัดค่ายรรยงค์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์ที่ผลิตประเภทของยรรยงค์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรยงค์ที่ผลิตประเภทของยรรยงค์แตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรยงค์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

เนื่องจากลักษณะของบริษัทผลิตรยงค์ด้านค่ายรรยงค์และประเภทของยรรยงค์ มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มของบริษัทผลิตรยงค์ที่สังกัดค่ายต่างกัน ในแต่ละประเภทของยรรยงค์ที่ทำการผลิต เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ผลการเปรียบเทียบแสดงในตารางที่ 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ระหว่างค่ายรถยนต์ เป็นรายคู่ในแต่ละประเภทของรถยนต์ที่ผลิต โดยวิธี LSD

ประเภทของรถยนต์	\bar{X}	ค่ายรถยนต์	ค่ายรถยนต์	
			ค่ายยุโรป	ค่ายอเมริกา
รถยนต์นั่ง	3.796	ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย	0.215	-
	4.011	ค่ายยุโรป	-	-
	-	ค่ายอเมริกา ¹⁾	-	-
รถยนต์เพื่อการพาณิชย์	3.833	ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย	-	0.700 **
	-	ค่ายยุโรป ¹⁾	-	-
	3.133	ค่ายอเมริกา	-	-
รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์	4.017	ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย	-	0.002
	-	ค่ายยุโรป ¹⁾	-	-
	4.019	ค่ายอเมริกา	-	-

หมายเหตุ ** หมายถึง แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

¹⁾ หมายถึง ไม่มีค่ายรถยนต์ที่ผลิตรถยนต์ประเภทนี้

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ ของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ระหว่างค่ายรถยนต์ เป็นรายคู่ในแต่ละประเภทของรถยนต์ที่ผลิต แสดงในตารางที่ 4.14 พบว่า

ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง ที่สังกัดค่ายรถยนต์ต่างกัน ให้ความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐของบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง ที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และที่สังกัดค่ายยุโรป มีค่าเป็น 3.796 และ 4.011 ตามลำดับ และจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ไม่มีบริษัทที่สังกัดค่ายอเมริกา ที่ผลิตรถยนต์นั่ง

สำหรับบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ให้ความคิดเห็นแตกต่างจากค่ายอเมริกาที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐของบริษัท ที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และค่ายอเมริกา มีค่าเป็น 3.833 และ 3.133 ตามลำดับ และจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ไม่มีบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่สังกัดค่ายยุโรป

ส่วนบริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ให้ความคิดเห็นไม่แตกต่างจากค่ายอเมริกาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านนโยบายของภาครัฐของบริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และบริษัทที่สังกัดค่ายอเมริกา มีค่าเป็น 4.017 และ 4.019 ตามลำดับ และจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ไม่มีบริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ที่สังกัดยุโรป

4.3.5 ผลการทดสอบและเปรียบเทียบความคิดเห็น การมีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 4.15 ค่า p-value ของผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยวิธี Two-way ANOVA

ลักษณะของผู้ผลิตรถยนต์	p-value
ค่ายรถยนต์	0.483
ประเภทของรถยนต์	0.289
ค่ายรถยนต์ X ประเภทของรถยนต์	0.143

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์ Two-way ANOVA มีค่า p-value เท่ากับ 0.143 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงหมายความว่าค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.483 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.289 มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหน่วยงานหลักบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานพบว่าผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ได้เสนอแนะและข้อคิดเห็น ในหลายด้านสรุปได้ดังนี้คือ

4.4.1 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

1. ควรมีการขยายเขตอุตสาหกรรมรถยนต์ และชิ้นส่วน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

2. ควรเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบขนส่งมวลชน รวมถึงการพัฒนาระบบ Logistic เพิ่มลดต้นทุนจากการขนส่ง

4.4.2 ปัจจัยด้านขนาดของตลาด

1. ควรศึกษาถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ถึงการตอบรับกับรถยนต์ในรูปแบบ ECOCAR เพื่อความคุ้มค่าในการลงทุน

4.4.3 ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

1. บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนของประเทศไทย ควรเร่งพัฒนาศักยภาพในด้านการออกแบบ/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ในการแข่งขันกับต่างประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพและลดระยะเวลา/ขั้นตอนการแก้ไข เมื่อเกิดปัญหา

2. ควรมีการพัฒนาการผลิตวัตถุดิบสำคัญๆ ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ

3. ควรมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ

4. ควรมีพัฒนาด้านการผลิตชิ้นส่วนร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน และเพื่อศักยภาพในการแข่งขัน

4.4.4 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ

1. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมเชิงนโยบายในระดับปฏิบัติการของกระทรวงต่างๆ ให้สอดคล้องกัน รวมถึงการติดตามผลหลังการขายว่า ECO CAR สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งในแง่ของการบริโภคน้ำมันลดลงในภาพรวม และปริมาณไอเสียในอากาศลดลงในภาพรวม

2. สิทธิพิเศษที่ภาครัฐให้การส่งเสริม ควรเอื้อต่อผู้ผลิตทุกราย ไม่ควรเอื้อต่อบริษัทใด โดยเฉพาะ (ไม่สร้างความได้เปรียบหรือเสียเปรียบเฉพาะเจาะจง)

3. ควรตั้งภาษีสรรพสามิตให้อยู่ที่ 10% เพิ่มเพิ่มความแตกต่างด้านราคาจากรถยนต์ขนาดเครื่องยนต์ 1,500 ซีซี

4.4.5 ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ควรมีโครงข่ายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เช่นการแปรรูปเหล็ก การรีไซเคิลรถยนต์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ต้องได้รับการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ควรเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดผลกระทบเรื่องต้นทุนการผลิต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป และข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 3 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย ในด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ โดยจำแนกตามค่ายรถยนต์ และประเภทของรถยนต์

3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์

เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด หน่วยงานที่สังกัดอยู่ในปัจจุบัน (หรือเทียบเท่า) และประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปลักษณะของอุตสาหกรรม ได้แก่ ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน จำนวน 45 ข้อ โดยศึกษาถึงความคิดเห็นผู้บริหารใน 5 ด้าน คือที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 4 เป็นคำถามแบบเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าลงทุนของโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน จำนวน 5 ข้อ

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริหารของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ในประเทศไทย จำนวน 53 รายทั่วประเทศ สามารถเก็บข้อมูล และนำมาใช้ในการวิจัยได้ 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.79

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แยกออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผลิตรถยนต์

1. ค่ายรถยนต์ พบว่า ค่ายญี่ปุ่นและเอเชียมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 54.35 รองลงมาคือ ค่ายอเมริกา มีจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 23.91 และค่ายยุโรป มีจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 21.74 ของกลุ่มตัวอย่าง

2. ประเภทรถยนต์ที่ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) โดยมีจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 41.31 รองลงมาคือรถยนต์นั่ง โดยมีจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 34.78 และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) โดยมีจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 23.91 ของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

ในภาพรวมผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่แตกต่างกันมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านขนาดของตลาดเป็นลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์เป็นลำดับที่ 3 ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นลำดับที่ 4 และลำดับที่ 5 คือปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.867, 3.834 ,3.826 ,3.789 และ 3.611 ตามลำดับ

5.1.3 เปรียบเทียบความคิดเห็นและอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

5.1.3.1 จำแนกตามค่ายรถยนต์

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายอเมริกา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานแตกต่างจาก ค่ายยุโรป กับ ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เนื่องจากลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ในด้านของค่ายรถและประเภทของรถยนต์ที่ผลิต มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก จึงไม่สามารถทำการพิจารณาเฉพาะลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ด้านค่ายรถยนต์ที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียว ที่ทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนโยบายของภาครัฐ

แตกต่างกัน ตามสมมติฐานที่ 1.4 จึงต้องพิจารณาผลการทดสอบระหว่าง ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ผลิต มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน ตามสมมติฐานที่ 3.4

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่สังกัดค่ายรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.3.2 จำแนกตามประเภทรถยนต์

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาดแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานแตกต่างจาก บริษัทผลิตรถยนต์นั่ง กับ บริษัทผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เนื่องจากลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ในด้านของค่ายรถ และประเภทของรถยนต์ที่ผลิต มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลัก จึงไม่สามารถทำการพิจารณาเฉพาะลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ด้านค่ายรถยนต์ที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียว ที่ทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน ตามสมมติฐานที่ 2.4 จึงต้องพิจารณาผลการทดสอบระหว่าง ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่ผลิต มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐแตกต่างกัน ตามสมมติฐานที่ 3.4

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ ที่ผลิตประเภทของรถยนต์แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.3.3 อิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์

สมมติฐานที่ 3.1 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

ผลการทดสอบพบว่า ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานด้านขนาดของตลาด

ผลการทดสอบพบว่า ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านขนาดของตลาด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.3 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

ผลการทดสอบพบว่า ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ

ผลการทดสอบพบว่า ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านนโยบายของภาครัฐ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) ที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ แตกต่างจากบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน) ที่สังกัดค่ายอเมริกา

สมมติฐานที่ 3.5 ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการทดสอบพบว่า ค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ไม่มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยในการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

5.1.4.1 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

1. ควรมีการขยายเขตอุตสาหกรรมรถยนต์ และขึ้นส่วน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง
2. ควรเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบขนส่งมวลชน รวมถึงการพัฒนา ระบบ Logistic เพิ่มลดต้นทุนจากการขนส่ง

5.1.4.2 ปัจจัยด้านขนาดของตลาด

1. ควรศึกษาถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ถึงการตอบรับกับรถยนต์ในรูปแบบ ECO CAR เพื่อความคุ้มค่าในการลงทุน

5.1.4.3 ปัจจัยด้านผู้ผลิตขึ้นส่วน

1. บริษัทผู้ผลิตขึ้นส่วนของประเทศไทย ควรเร่งพัฒนาศักยภาพในด้านการออกแบบ/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ในการแข่งขันกับต่างประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพและลดระยะเวลา/ขั้นตอน การแก้ไข เมื่อเกิดปัญหา
2. ควรมีการพัฒนาการผลิตวัตถุดิบสำคัญๆ ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ
3. ควรมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ
4. ควรมีพัฒนาด้านการผลิตขึ้นส่วนร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน และเพื่อศักยภาพในการแข่งขัน

5.1.4.4 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ

1. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมเชิงนโยบายในระดับปฏิบัติการของกระทรวงสำคัญๆ ให้สอดคล้องกัน รวมถึงการติดตามผลหลังการขายว่า ECO CAR สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งในแง่ของการบริโภคน้ำมันลดลงในภาพรวม และปริมาณไอเสียในอากาศลดลงในภาพรวม
2. สิทธิพิเศษที่ภาครัฐให้การส่งเสริม ควรเอื้อต่อผู้ผลิตทุกราย ไม่ควรเอื้อต่อ บริษัทใด โดยเฉพาะ (ไม่สร้างความได้เปรียบหรือเสียเปรียบเฉพาะเจาะจง)
3. ควรตั้งภาษีสรรพสามิตให้อยู่ที่ 10% เพิ่มเพิ่มความแตกต่างด้านราคาจากรถยนต์ขนาดเครื่องยนต์ 1,500 ซีซี

5.1.4.5 ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ควรมีโครงข่ายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เช่นการแปรรูปเหล็ก การรีไซเคิลรถยนต์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ต้องได้รับการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
2. ควรเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดผลกระทบเรื่องต้นทุนการผลิต

ผลิต

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของโรงงานผู้ผลิตรถยนต์

5.2.1.1 ค่ารถยนต์

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 54.35 เนื่องจากปัจจุบันตลาดรถยนต์นั่งขนาดเล็กราคาไม่สูงนัก ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ค่ายญี่ปุ่น และยังพบว่ารถยนต์จากค่ายญี่ปุ่นมีขอดีจำหน่ายในประเทศสูงที่สุด รองลงมาคือค่ายอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 23.91 โดยรถยนต์จากค่ายอเมริกาเริ่มพัฒนารถยนต์ที่มีขนาดเล็ก ประหยัดพลังงานเพื่อออกจำหน่ายบ้างแล้ว ส่วนค่ายยุโรป คิดเป็นร้อยละ 21.74

5.2.1.2 ประเภทรถยนต์

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 41.31 รองลงมาคือรถยนต์นั่ง คิดเป็นร้อยละ 34.78 และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 23.91 เนื่องจากบริษัทผลิตรถยนต์ส่วนใหญ่จะเริ่มจากการผลิตรถยนต์นั่งจากนั้นบางบริษัทก็จะเพิ่มการผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ควบคู่กันไป เพื่อต้องการครองส่วนแบ่งตลาดของรถยนต์ประเภทต่างๆ ให้ได้มากที่สุด

5.2.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นผู้บริหารหน่วยงานหลักเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.785 ผู้บริหารแต่ละคนมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ไม่แตกต่างกันมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ ปัจจัยด้านด้านขนาดของตลาด ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.867, 3.834, 3.826, 3.789 และ 3.611 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแจกแจงลงไปในรายละเอียดของแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้

ด้านนโยบายของภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.876 ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านนโยบายของภาครัฐ โดยให้ความคิดเห็นดังนี้ การนำนโยบายของภาครัฐไปปฏิบัติ ยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ภาษีสรรพสามิต (17%) ทำให้เกิดแรงจูงใจต่อการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR) ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ ยูโร 4 หรือระดับที่สูงกว่า โดยเป็นการควบคุมปริมาณมลพิษที่ออกจากท่อไอเสีย ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน นโยบายเขตการค้าเสรีทำให้สินค้าสำเร็จรูปจากประเทศคู่ค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ด้านความปลอดภัย ในการดูแลขณะต่างๆ ต้องมีมาตรฐานเทียบเท่าหรือสูงกว่า UNECE ข้อ 94 และ 95 ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ส่งเสริมให้เกิดการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินมูลค่าเงินลงทุนโครงการ ข้อกำหนดทางด้านปริมาณการผลิต ที่กำหนดไว้ว่านับตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ผู้ผลิตต้องมียอดขายรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่น้อยกว่า 100,000 คันต่อปี และการส่งเสริมการประหยัดพลังงาน (รถยนต์ที่ผลิตจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ไม่เกิน 5 ลิตร/100 กิโลเมตร) มีค่าเฉลี่ยรายข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยศ จิตสุริยารักษ์ (2522 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาถึงบทบาทของรัฐบาลในการคุ้มครองอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทยและดูทางการลงทุน ที่พบว่า รัฐบาลให้การปกป้องอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในอัตราสูงมากโดยใช้ภาษีอากร เป็นเครื่องมือสำคัญในการจำกัดการแข่งขันของรถยนต์จากต่างประเทศ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเนื่องจากสินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาต่อหน่วยสูง และมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยจะส่งผลให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในทิศทางตรงกันข้าม ปัจจัยทางด้านราคาจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนอย่างมากต่อตลาดในประเทศและตลาดโลก เนื่องจากระบบกลไกตลาดไม่สามารถนำพาระบบเศรษฐกิจไปสู่การแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายจากภาครัฐบาลจึงเข้ามาเป็นปัจจัยในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจริงจัง โดยเฉพาะสิทธิพิเศษต่างๆเกี่ยวกับโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ที่มีทั้งกลุ่มค่ายรถยนต์ที่เห็นด้วยและกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย ดังนั้นนโยบายของภาครัฐจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ด้านขนาดของตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.834 ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านขนาดของตลาด โดยให้ความคิดเห็นดังนี้ รถยนต์ประหยัดพลังงานจะเป็นรถยนต์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ราคาของรถยนต์ประหยัดพลังงานซึ่งรัฐบาลกำหนดราคาเบื้องต้นไว้ที่ ประมาณ ไม่เกิน 500,000

บาท จะเพิ่มจำนวนผู้บริโภครวมที่มีกำลังซื้อ พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมรถยนต์ขนาดเล็ก ที่ประหยัดเชื้อเพลิงและมีความคล่องตัวเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคในต่างประเทศ มีความเชื่อมั่น ในรถยนต์ที่ผลิตในไทย ทำให้รถยนต์ประหยัดพลังงาน จะสามารถส่งออกไปขายใน ต่างประเทศได้ ตลาดภายในประเทศยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก และมีอัตราเติบโตสูงอย่าง ต่อเนื่อง ทำให้มีแนวโน้มยอดจำหน่ายสูงขึ้น ก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ตลาดในต่างประเทศกำหนดเงื่อนไขและมาตรฐานสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางการ ส่งออกสินค้ายานยนต์ในบางประเทศ ตลาดในต่างประเทศมีขนาดใหญ่ และมีอัตราเติบโตสูง อย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยรายชื้ออยู่ในระดับมาก ส่วนรถยนต์ ประหยัดพลังงาน จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของรถปีคอัพ 1 คัน ลดลง (เนื่องจากผู้บริโภครวมกลุ่ม ตัดสินใจซื้อรถปีคอัพเพราะความประหยัดน้ำมัน) มีค่าเฉลี่ยรายชื้ออยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัย มีความเชื่อว่า ในการผลิตรถยนต์แต่ละแบบ/รุ่น ผู้ประกอบรถยนต์จะเป็นผู้ดำเนินการสำรวจความ ต้องการของตลาด และพัฒนาลักษณะรถยนต์ที่จะผลิต หลังจากนั้นจะออกแบบรถยนต์และชิ้นส่วน ให้ตรงกับความต้องการของตลาด แล้วจึงประเมินความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของรถยนต์ และชิ้นส่วนที่ได้ออกแบบ จากนั้นจะนำสินค้าออกสู่ท้องตลาด ดังนั้นรถยนต์ประหยัดพลังงานที่จะ ผลิตขึ้นมาต้องมีตลาดขนาดใหญ่รองรับ หากขนาดจำกัดอยู่แค่ในเมือง อย่างเช่นกรุงเทพมหานคร การประหยัดเนื่องจากขนาดก็คงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นขนาดของตลาดที่ใหญ่พอจะเป็นปัจจัยที่ สำคัญประการหนึ่งต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.826 ซึ่งผู้วิจัย คิดว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงาน ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ โดยให้ความคิดเห็นดังนี้ ประเทศไทยมีโครงสร้าง สาธารณูปโภคและการขนส่งที่ดี ทำให้ประหยัดต้นทุนทั้งด้านระยะเวลาและค่าใช้จ่าย ประเทศไทย มีแหล่งทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นต่อการผลิตพอเพียงทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ การได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุน ค่าเงินการ ประเทศไทยเป็นแหล่งแรงงานที่มีทักษะ สามารถรองรับความต้องการของ ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้เป็นอย่างดี ต้นทุนค่าแรงต่ำ ทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับ ประเทศต่างๆในภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ต้นทุนการขนส่งไปยังประเทศต่างๆในภูมิภาคต่ำที่สุด และเพื่อเป็นการ รักษาและปกป้องส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งที่มีการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานใน ภูมิภาคเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยรายชื้ออยู่ในระดับมาก ส่วนการมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ทำให้เป็น ศูนย์กลางการผลิต จัดจำหน่าย และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประหยัดต้นทุน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยรายชื้ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ “รายงานชี้ความสามารถในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในตลาดโลก” โดย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้รายงานว่

ประเทศไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดี เป็นจุดเชื่อมโยงจากจีนไปยังอินโดจีน อาเซียน และเอเชียใต้ ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่าภาครัฐควรให้การสนับสนุนเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

ด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.789 ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความคิดเห็นดังนี้ ผลกระทบทางด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาพิจารณารถยนต์ประหยัดพลังงานมากขึ้น การขาดแคลนศูนย์การออกแบบวิจัย และการพัฒนาเพื่อลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น การสนับสนุนของสถาบัน องค์กร และสมาคมต่างๆ ทำให้ได้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ข้อจำกัดในด้านของการมีศูนย์ทดสอบคุณภาพภายในประเทศที่ไม่เพียงพอกับความ ต้องการ ทำให้ยังต้องพึ่งพาศูนย์ทดสอบจากต่างประเทศ โรงงานผลิตรถยนต์ระดับโลกมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย มีการร่วมมือทางการค้ามากขึ้น ข้อจำกัดทางด้านความร่วมมือกับสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น สถาบันยานยนต์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างค่ายผู้ผลิตรถยนต์ ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นประโยชน์ มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนจากสถาบันการเงิน และการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ มีค่าเฉลี่ยรายชื่ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมยศ จิตติสุริยรักษ์ (2522 : บทคัดย่อ) ที่พบว่ารัฐบาลให้การสนับสนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าจากสถานการณ์ด้านน้ำมันของโลกปัจจุบันที่มีความผันผวนอย่างมาก ดังนั้นนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ทั้งนี้นโยบายภาครัฐในการอนุรักษ์พลังงานและประหยัดเชื้อเพลิงควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย รวมทั้งการสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมถึงการสร้างศูนย์ทดสอบชิ้นส่วนที่รองรับการทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อเตรียมพร้อมที่จะก้าวสู่การเป็นประเทศผู้ผลิตรถยนต์ครบวงจรของภูมิภาคเอเชีย

ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.611 ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยให้ความคิดเห็นดังนี้ กำลังการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีมากพอในการกระจายสินค้าให้กับผู้ผลิตรถยนต์ ข้อจำกัดในเรื่องของความรู้ด้านการออกแบบสินค้า ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัด และการนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มีน้อย เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรจาก

ต่างประเทศ ผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศมีขีดจำกัดด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูง กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยรายทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง มีค่าเฉลี่ยรายช้ออยู่ในระดับมาก ส่วนขีดจำกัดทางด้านเทคโนโลยี มีการนำระบบการผลิตแบบอัตโนมัติมาใช้น้อย และปัญหาทางด้านการย้ายถิ่นฐานของแรงงาน มีค่าเฉลี่ยรายช้ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมจากการที่อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย กลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์เกือบทั้งหมดจะเป็นการลงทุนจากผู้ลงทุนจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น และผู้ประกอบการส่วนนี้เองจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ และครอบคลุมไปถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ด้วย ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทยควรเร่งพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพ ด้านการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วนจึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

5.2.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความคิดเห็นและอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความคิดเห็นและอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ในแต่ละด้าน ทั้ง 5 ด้านได้ผลดังนี้

1. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตามค่ายรถยนต์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1. ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย
2. ค่ายยุโรป
3. ค่ายอเมริกา

ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานโดยรวม พบว่าไม่แตกต่างกัน ด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน และด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านขนาดของตลาด พบว่าผู้บริหารที่สังกัดค่ายอเมริกามีความคิดเห็นแตกต่างจากค่ายยุโรปและค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านขนาดของตลาด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเนื่องจากมีนโยบายในการดำเนินงานและระดับรถยนต์ที่แตกต่างกัน ทางค่ายอเมริกามีตลาดขนาดใหญ่อยู่ที่ทวีปอเมริกา ส่วนค่ายยุโรปและค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย จะเน้นตลาดในทวีปเอเชียเป็นหลัก ทั้งนี้ทำให้ค่ายยุโรป และค่ายญี่ปุ่นและ

เอเชียให้ความสำคัญกับขนาดตลาดในภูมิภาคเอเชียค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามในรายละเอียดของงานวิจัยพบว่าค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และค่ายยุโรป มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่ายอเมริกา แสดงว่าค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และค่ายยุโรป ให้ความสำคัญเห็นในเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ในด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์มากกว่าค่ายอเมริกา ส่วน ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่ามีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงขออภิปรายในหัวข้อที่ 3 อิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารในการให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยจำแนกตามประเภทรถยนต์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1.รถยนต์นั่ง

2.รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)

3.รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)

ในการให้ความสำคัญเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน ด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน และด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านขนาดของตลาด พบว่าความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ แตกต่างจากบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านขนาดของตลาด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นจากรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยเฉพาะรถกระบะขนาด 1 คัน เป็นรถยนต์ที่ผลิตมากที่สุดคิดเป็น 73 เปอร์เซ็นต์ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมดในประเทศไทยและมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับรถยนต์ประเภทอื่นๆ (สถาบันยานยนต์.2549) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างค่ายรถยนต์ต่างๆรวมถึงการแข่งขันกับต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทที่ผลิตรถยนต์ประเภทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ซึ่งส่วนใหญ่คือรถกระบะขนาด 1 คัน จำเป็นต้องรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่ารถยนต์นั่ง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริหารบริษัทรถยนต์เพื่อการพาณิชย์มีความคิดเห็นแตกต่างจากบริษัทผลิตรถยนต์นั่ง

ส่วนปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่ามีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์ ผู้วิจัยจึงขออภิปรายในหัวข้อที่ 3 อิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ายรถยนต์และประเภทของรถยนต์

3. อิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 46 ราย สามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และผลิตรถยนต์นั่ง
2. ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
3. ค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย และผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
4. ค่ายยุโรป และผลิตรถยนต์นั่ง
5. ค่ายอเมริกา และผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์
6. ค่ายอเมริกา และผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์

ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ ประหยัดพลังงาน ด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ด้านขนาดของตลาด ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน และด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าไม่มีอิทธิพลร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่ามีอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านนโยบายของภาครัฐ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า จากการที่ภาครัฐกำหนดให้อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นอุตสาหกรรมหลักในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม โดยได้ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีการผลิต ตั้งแต่ผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อนำไปแปรรูปในขั้นตอนต่างๆ เพื่อส่งมอบให้แก่บริษัทผลิตรถยนต์ ส่งผลให้ค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์มีอิทธิพลร่วมกันต่อความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานหลักของบริษัทผลิตรถยนต์ในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของอิทธิพลร่วมกันระหว่างค่ารถยนต์และประเภทของรถยนต์ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานด้านนโยบายของภาครัฐ ของบริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ที่ผลิตรถยนต์นั่ง บริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ที่ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ บริษัทที่สังกัดค่ายญี่ปุ่นและเอเชีย ที่ผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ บริษัทที่สังกัดค่ายยุโรป ที่ผลิตรถยนต์นั่ง บริษัทที่สังกัดค่ายอเมริกา ที่ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และบริษัทที่สังกัดค่ายอเมริกา ที่ผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ มีค่าเป็น 3.796 , 3.833 , 4.017 , 4.011 , 3.133 และ 4.019 ตามลำดับ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการวิจัย พบว่าผู้บริหารหน่วยงานหลักมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ ปัจจัยด้านขนาดของตลาด ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน ดังนั้นทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆเหล่านี้ตามมุมมองของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาทั้ง 5 ด้านในภาพรวมของอุตสาหกรรม และเพื่อเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยอย่างจริงจัง

- ด้านนโยบายภาครัฐ

สินค้าในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาต่อหน่วยสูง และมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยจะส่งผลให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในทิศทางตรงกันข้าม ปัจจัยทางด้านราคาจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนอย่างมากต่อตลาดในประเทศและตลาดโลก เนื่องจากระบบกลไกตลาดไม่สามารถนำพาระบบเศรษฐกิจไปสู่การแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายจากภาครัฐบาลจึงเข้ามาเป็นปัจจัยในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นโยบายต่างๆ จากรัฐบาลจะเป็นตัวสะท้อนการบริหารของรัฐบาลนั้นๆ ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไทยนั้น ภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะสิทธิพิเศษเกี่ยวกับโครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ที่ควรเป็นธรรมแก่ทุกๆค่ายรถยนต์

- ด้านขนาดของตลาด

ในการผลิตรถยนต์แต่ละแบบ/รุ่น ผู้ประกอบรถยนต์จะเป็นผู้ดำเนินการสำรวจความต้องการของตลาด และพัฒนาลักษณะรถยนต์ที่จะผลิต หลังจากนั้นจะออกแบบรถยนต์และชิ้นส่วนให้ตรงกับความต้องการของตลาด แล้วจึงประเมินความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของรถยนต์และชิ้นส่วนที่ได้ออกแบบ จากนั้นจะนำสินค้าออกสู่ท้องตลาด ดังนั้นควรมีการสำรวจร่วมกันของภาครัฐและเอกชนถึงความต้องการของประชาชนในภาพรวมทั้งประเทศ เพราะรถยนต์ประหยัคพลังงาน ที่จะผลิตขึ้นมาต้องมีตลาดขนาดใหญ่รองรับ หากขนาดจำกัดอยู่แค่ในเมือง อย่างเช่นกรุงเทพมหานคร การประหยัคเนื่องจากขนาดก็จะไม่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลเสียหายต่อต้นทุนรวมในระบบของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

- ด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

จาก “รายงานขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในตลาดโลก” โดย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้รายงานไว้ว่า ประเทศไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดี เป็นจุดเชื่อมโยงจากจีนไปยังอินโดจีน อาเซียน และเอเชียใต้ ดังนั้น ภาครัฐควรให้การสนับสนุนเกี่ยวกับสิทธิ

ประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง และเร่งพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภายในประเทศให้ทั่วถึง

- ด้านเครือข่ายผู้ผลิตรถยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากสถานการณ์ด้านน้ำมันของโลกปัจจุบันที่มีความผันผวนอย่างมาก ดังนั้นนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์จึงจำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ทั้งนี้นโยบายภาครัฐในการอนุรักษ์พลังงานและประหยัดเชื้อเพลิงควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ควรมีการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในการสร้างศูนย์ทดสอบชิ้นส่วนที่รองรับการทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ได้ทุกชิ้น ทั้งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ควรส่งเสริมคือ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ระดับยนต์ อาทิ ฟองน้ำ ขี้ผึ้งขัดเงา น้ำหอม และล้อแม็กซ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการทำกำไรสูง ใช้เงินทุนต่ำและผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตได้ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการลงทุนที่น่าสนใจ รวมถึงการยกระดับความรู้ความสามารถของบุคลากรตั้งแต่พนักงานปฏิบัติงานจนถึงวิศวกร ให้มีทักษะในการแก้ปัญหาเพื่อปรับปรุงคุณภาพได้

- ด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย กลุ่มผู้ประกอบการรถยนต์เกือบทั้งหมดจะเป็นการลงทุนจากผู้ลงทุนจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น และผู้ประกอบการส่วนนี้เองจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ และครอบคลุมไปถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ด้วย ปัจจุบันนี้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ใช้ในการประกอบยานยนต์ เริ่มมีโอกาสในการร่วมออกแบบกับผู้ประกอบการรถยนต์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ได้รับโอกาสเหล่านี้จะต้องมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการรถยนต์ ซึ่งมักจะเป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทยจึงควรเร่งพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพ ด้านการแข่งขัน และภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ให้ลงทุนในชิ้นส่วนยานยนต์ประเภทอะไหล่เพิ่มขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน ของผู้บริโภคทั้งประเทศในภาพรวม
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของแต่ละค่ายรถยนต์เกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ของภาครัฐ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหาที่แท้จริงและสามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนาที่ถูกต้องต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในความต้องการด้านการสนับสนุนข้อมูลต่างๆ
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เกี่ยวกับความพร้อมผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่แท้จริงและถูกต้องต่อไป

บรรณานุกรม

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2549. **ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรม.**

[Online]. Available : <http://www.diw.go.th/diw/query.asp>

กิตติชัย อธิกุลรัตน์. 2548. “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุกห้องเย็น”.

วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กรุงเทพธุรกิจ. 2550. **ยานยนต์.** [Online]. Available :

http://www.bangkokbiznews.com/2007/05/14/WW21_2111_news.php?newsid=69764

จีรพงศ์ แก่นทรัพย์. 2548. “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของผู้ผลิตรถยนต์ใน

ประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.

จิตติกา ลิขินญา. 2548. “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน ACES CAR ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธานีินทร์ ศิลปจารุ. 2549. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : อินเทอร์เน็ต

ฝ่ายวิจัยบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2549. **ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม.**

ประชาชาติธุรกิจ. 2550. **บทนำ-บทความ.** [Online]. Available :

http://www.matichon.co.th/prachachat/prachachat_detail.php?s_tag=02edi02110650&day=2007/06/11§ionid=0212

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ภาควิชา

คณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รัชนี วีระวัฒน์ยังง. 2538. “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย”.

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เลิศวิ จุฑากอเกียรติ. 2548. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถบรรทุกปีกอัมพ์ของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการ

บัญญัติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตร ต้นทศุทธิ์และคณะ. 2520. การวิจัยดำเนินงาน COOPERATION RESEARCH เล่มที่ 1 ภาค DETERMINISLIO. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิวัฒน์ชัย อัครถาวร. 2526. “บทบาทของการลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์.

ศูนย์บริการเพื่อการลงทุน งานบริการข้อมูลการลงทุน กรมโรงงานอุตสาหกรรม.2541.

[Online]. Available : <http://www.diw.go.th>

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2549. จัดวางยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย.

สมยศ จูดีสุริยารักษ์. 2522. “การลงทุนในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. คณะเศรษฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย. 2549

[Online]. Available : <http://www.boi.go.th>

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). 2549. ชิ้นส่วนยานยนต์-CTAP (กรุงเทพฯ). [Online]. Available :

http://cm.nesdb.go.th/cluster_diamond.asp?ClusterID=C0016

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2548. ข่าวเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.

[Online]. Available : http://www.oie.go.th/newspaper/10042548_1.asp

สถาบันยานยนต์.2545. สรุปจากแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน. รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2 [Online]. Available : <http://www.thaiauto.or.th/>

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย <http://www.fti.or.th>

สายชล หวังพีระวงศ์. 2548. “การศึกษาทัศนคติต่อรถยนต์ขนาดเล็กประหยัคพลังงานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Clifford F. Gray , Erik W. Larson . 2006. **Project Management**. 3 rd ed. McGraw-Hill Education(Asia). Singapore.

Kotler, P.2006. **Marketing Management**. 11 nd ed. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.

Liker, K.2006 .**The Toyota Way**. USA

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัด
พลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

ผู้วิจัย นายชูธรรม อุทยานวุฒิกุล
 นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลของการวิจัย เรื่อง **ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย** ซึ่งผลการศึกษาจะนำมาเป็นข้อมูล ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการนำไปสู่การศึกษาและพิจารณาปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ ขนาดของตลาด ผู้ผลิตชิ้นส่วน นโยบายของภาครัฐ และเครือข่ายและอุตสาหกรรมสนับสนุน ดังนั้นจึงขอความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริงทุกประการ ข้อมูลที่ท่านตอบจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลที่น่าเสนอในผลงานวิจัยจะนำเสนอในภาพรวมมิได้เสนอเป็นรายบุคคลและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ของท่าน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริหารต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์

ขอความกรุณาอย่างยิ่งถ้าท่านได้โปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ตามซองเอกสารที่ได้แนบไว้ภายใน 7 วัน หลังจากท่านได้รับแบบสอบถามนี้ และหากท่านต้องการทราบผลงานวิจัยที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ขอความกรุณาแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามนี้ด้วย เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะส่งผลงานวิจัยถึงท่านโดยเร็วที่สุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณล่วงหน้าสำหรับเวลาอันมีค่าของท่านในการสนับสนุนงานวิจัยและยังเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย โอกาสนี้

นายชูธรรม อุทยานวุฒิกุล

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
--

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ตามสถานะภาพให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด เพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 น้อยกว่า 30 ปี 30 – 40 ปี มากกว่า 40 – 50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. หน่วยงานที่ท่านสังกัดอยู่ในปัจจุบัน (หรือเทียบเท่า)

 ฝ่ายโรงงาน/ผลิต ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่าย อื่นๆ.....

5. ประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์

 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มากกว่า 5 – 10 ปี มากกว่า 10 – 15 ปี มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทผลิตรถยนต์ของท่าน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความหรือเติมข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับบริษัทของท่าน

1. ค่ารถยนต์ของบริษัทของท่าน
 - () ค่าญี่ปุ่นและเอเชีย
 - () ค่ายุโรป
 - () ค่าอเมริกา

2. ประเภทรถยนต์ที่บริษัทของท่านผลิต
 - () รถยนต์นั่ง
 - () รถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)
 - () รถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์(รวมรถกระบะ 1 คัน)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของผู้ผลิตยนต์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ให้ตรงกับระดับความคิดเห็นด้านต่างๆ

ท่านคิดว่าปัจจัยในข้อคำถามต่อไปนี้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงาน ในระดับใด โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

มากที่สุด หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัคพลังงานของผู้ผลิตยนต์ในระดับมากที่สุด

มาก หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในระดับมาก

ปานกลาง หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในระดับปานกลาง

น้อย หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในระดับน้อย

น้อยที่สุด หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในระดับน้อยที่สุด

ตัวอย่าง

ข้อที่	ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
0.	ได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุนดำเนินการ		✓			

หมายเหตุ : แสดงว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อคำถามนี้ ว่าการได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุนดำเนินการ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ในระดับมาก

3.1 ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

ข้อที่	ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	ได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม ทำให้ประหยัดต้นทุนดำเนินการ					
2	การมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น ทำให้เป็นศูนย์กลางการผลิต จัดจำหน่าย และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประหยัดต้นทุนโดยรวม					
3	ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ต้นทุนการขนส่งไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคต่ำที่สุด					
4	ประเทศไทยมีโครงสร้างสาธารณูปโภคและการขนส่งที่ดี ทำให้ประหยัดต้นทุน ทั้งด้านระยะเวลา และค่าใช้จ่าย					
5	ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการผลิตพอเพียงทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ					
6	ประเทศไทยเป็นแหล่งแรงงานที่มีทักษะ สามารถรองรับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้เป็นอย่างดี					
7	ต้นทุนค่าแรงต่ำ ทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค					
8	เพื่อเป็นการรักษาและปกป้องส่วนแบ่งการตลาด จากคู่แข่งที่มีการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานในภูมิภาคเดียวกัน					

3.2 ปัจจัยด้านขนาดของตลาด

ข้อที่	ปัจจัยด้านขนาดของตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	ราคารถยนต์ประหยัดพลังงานซึ่งรัฐบาลกำหนดราคาเบื้องต้นไว้ที่ ประมาณ ไม่เกิน 500,000 บาท จะเพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ					
2	พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมรถยนต์ขนาดเล็ก ที่ประหยัดเชื้อเพลิงและมีความคล่องตัวเพิ่มมากขึ้น					
3	ตลาดภายในประเทศยังสามารถพัฒนาได้อีกมาก และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแนวโน้มยอดขายจำหน่ายสูงขึ้น ก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale)					
4	รถยนต์ประหยัดพลังงานจะเป็นรถยนต์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง					
5	รถยนต์ประหยัดพลังงาน จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของรถปีคอัพ 1 ตัน ลดลง (เนื่องจากผู้บริโภคบางกลุ่มตัดสินใจซื้อรถปีคอัพเพราะความประหยัดน้ำมัน)					
6	ตลาดในต่างประเทศมีขนาดใหญ่ และมีอัตราเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น					
7	ผู้บริโภคในต่างประเทศมีความเชื่อมั่น ในรถยนต์ที่ผลิตในไทย ทำให้รถยนต์ประหยัดพลังงาน จะสามารถส่งออกไปขายในต่างประเทศได้					
8	ตลาดในต่างประเทศกำหนดเงื่อนไขและมาตรฐานสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางการส่งออกสินค้ายานยนต์ในบางประเทศ					

3.3 ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

ข้อที่	ปัจจัยด้านผู้ผลิตจีนส่วน	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	กำลังการผลิตของผู้ผลิตจีนส่วนภายในประเทศมีมากพอในการกระจายสินค้าให้กับผู้ผลิตรายอื่น					
2	ผู้ผลิตจีนส่วนภายในประเทศมีขีดจำกัดด้านเทคโนโลยี ทำให้ต้องนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูง					
3	เทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรจากต่างประเทศ					
4	ขีดจำกัดทางด้านเทคโนโลยี มีการนำระบบการผลิตแบบอัตโนมัติมาใช้บ้าง					
5	กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยรายทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง					
6	ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัด และการนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มีน้อย					
7	การขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านวัสดุศาสตร์เพื่อวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ					
8	ข้อจำกัดในเรื่องของความรู้ด้านการออกแบบสินค้า					
9	ปัญหาทางด้านการศึกษาขั้นพื้นฐานของแรงงาน					

3.4 ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ

ข้อที่	ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์มากขึ้น					
2	การนำนโยบายของภาครัฐไปปฏิบัติ ยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง					
3	นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ส่งเสริมให้เกิดการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินมูลค่าเงินลงทุน โครงการ					
4	นโยบายเขตการค้าเสรีทำให้สินค้าสำเร็จรูปจากประเทศคู่ค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ					
5	ภาษีสรรพสามิต (17%) ทำให้เกิดแรงจูงใจต่อการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (ECO CAR)					
6	ข้อกำหนดทางด้านปริมาณการผลิต ที่กำหนดไว้ว่านับตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ผู้ผลิตต้องมียอดขายรถยนต์ประหยัดพลังงานไม่น้อยกว่า 100,000 คันต่อปี					
7	การส่งเสริมการประหยัดพลังงาน (รถยนต์ที่ผลิตจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ไม่เกิน 5 ลิตร/100 กิโลเมตร)					
8	ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับยูโร 4 หรือระดับที่สูงกว่า โดยเป็นการควบคุมปริมาณมลพิษที่ออกจากท่อไอเสีย ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน					
9	ด้านความปลอดภัย ในการถูกชนลักษณะต่างๆ ต้องมีมาตรฐานเทียบเท่าหรือสูงกว่า UNECE ข้อ 94 และ 95					

3.5 ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง

ข้อที่	ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1	โรงงานผลิตรถยนต์ระดับโลกมาตรฐานการผลิตในประเทศไทย มีการร่วมมือทางการค้ามากขึ้น					
2	มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างค่ายผู้ผลิตรถยนต์ ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ รวดเร็ว และเป็นประโยชน์					
3	การสนับสนุนของสถาบัน องค์กร และสมาคมต่างๆ ทำให้ได้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ					
4	ข้อจำกัดทางด้านความร่วมมือกับสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น สถาบันยานยนต์					
5	มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนจากสถาบันการเงิน					
6	การแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น					
7	ข้อจำกัดในด้านของการมีศูนย์ทดสอบคุณภาพภายในประเทศที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ยังต้องพึ่งพาศูนย์ทดสอบจากต่างประเทศ					
8	การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์					
9	การขาดแคลนศูนย์การออกแบบวิจัย และการพัฒนาเพื่อลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
10	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค					
11	ผลกระทบทางด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาพิจารณารถยนต์ประหยัดพลังงานมากขึ้น					

ตอนที่ 4: เป็นคำถามปลายเปิดต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน โครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทย

คำอธิบาย หากท่านคิดว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้ผลิตรถยนต์ ในแต่ละด้านมีผลกระทบต่อบริษัทของท่าน ท่านจะมีข้อเสนอแนะต่อผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นอย่างไรเพื่อให้เกิดการรับรู้และปรับปรุง

1. ปัจจัยด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์

.....
.....
.....
.....

2. ปัจจัยด้านขนาดของตลาด

.....
.....
.....
.....

3. ปัจจัยด้านผู้ผลิตชิ้นส่วน

.....
.....
.....
.....

4. ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ

.....
.....
.....
.....

5. ปัจจัยด้านเครือข่ายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

.....
.....
.....
.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นายชูธรรม อุทยานวุฒิกุล
วันเดือนปีเกิด	19 มกราคม 2523
ประวัติการศึกษา	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมระบบควบคุม ปีการศึกษา 2544 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2545 – 2550	ทำงานใน บริษัท ชัมมิท โอโตซีท อินดัสตรี จำกัด ฝ่าย Continuous Improvement ในตำแหน่งหัวหน้าส่วน Value Analysis
พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน	ทำงานใน บริษัท ชัมมิท โอโตซีท อินดัสตรี จำกัด ฝ่าย Logistic ในตำแหน่งหัวหน้าส่วน Production Planning