

งานวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยได้จากการสำรวจผู้ผลิตหรือประกอบรถยนต์จำนวน 8 ราย และ บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 77 ราย โดยแบ่งตามกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การศึกษาความเป็นไปได้ การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ การวางแผนผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางวิศวกรรมและผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด การวางแผนผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับปัจจัยสู่ความสำเร็จ ในกระบวนการศึกษาความเป็นไปได้ การวางแผนผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางแผนผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด อย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้นเป็นปัจจัยทางด้านการตลาดทั้งสิ้น ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิศวกรรมและการผลิตไม่พบว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จแต่อย่างใด ผลการศึกษานี้สามารถอธิบายได้ด้วยการวิเคราะห์แรงทั้งห้า ร่วมกับการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค

This research presents competitive analysis and Critical Success Factors of product development in the Thai Automotive Industry. The research data was derived from an investigation of eight automotive assemblers and 77 automotive parts manufacturers, regarding their emphasis on product development practices in project feasibility, concept development, product planning, product and process engineering, market testing, and marketing launch. The findings revealed that successful companies placed significant emphasis on feasibility study, product planning, market testing and market launch. This implied that the critical success factors were all related to the marketing aspects while the factors relating to engineering and production were not found to be significant. These findings were explained by the 5-force model and SWOT analysis.