

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยได้จากการสำรวจผู้ผลิตหรือประกอบรถยนต์จำนวน 8 ราย และ บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 77 ราย โดยแบ่งตามกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การศึกษาความเป็นไปได้ การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ การวางแผนผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางวิศวกรรมและผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด การวางแผนผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับปัจจัยสู่ความสำเร็จ ในกระบวนการศึกษาความเป็นไปได้ การวางแผนผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางแผนผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด อย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้นเป็นปัจจัยทางด้านการตลาดทั้งสิ้น ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิศวกรรมและการผลิตไม่พบว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จแต่อย่างไร ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ด้วยการวิเคราะห์แรงทั้งห้า ร่วมกับการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค