

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเป็นภาคการผลิตที่สำคัญ และเป็นแรงหนุนหลักขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติให้แข็งแกร่ง แต่ในขณะเดียวกันท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นถือเป็นความท้าทาย ซึ่งการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไทยภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์นั้น ต้องมีทิศทางที่รัดกุมสามารถตอบโจทย์ด้านโลกาภิวัตน์ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ จึงจะสามารถพัฒนาพื้นฐานของภาคอุตสาหกรรมไทยให้แข็งแกร่งและยั่งยืนในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันผวน เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2551)

ปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์มีการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีทั้งในด้านราคา คุณภาพ และการส่งมอบสินค้า การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจึงจำเป็นที่แต่ละองค์กรต้องคำนึงถึงและดำเนินการ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจองค์กร และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยทั้งด้านการลงทุน การค้า และการจ้างงาน มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับสองของประเทศ ในปี พ.ศ. 2550 การผลิตรถยนต์ของไทยจัดเป็นอันดับที่ 15 ของโลก (ดังตารางที่ 1.1) โดยมีภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ มีแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2550-2554 ภายใต้วิสัยทัศน์ว่า ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย สร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศไทย โดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่ง (สถาบันยานยนต์, 2551) ผู้ผลิตรายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทยจึงต้องมีการพัฒนาเพื่อเผชิญกับอุปสรรคและปัญหาข้อจำกัดมากมาย เช่น ข้อจำกัดด้านขีดความสามารถด้านการผลิต, การพัฒนาเทคโนโลยี, สภาพการแข่งขันที่สูงและทวีความรุนแรงมากขึ้น จึงจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 1.1

การจัดลำดับประเทศผู้ผลิตรถยนต์ในปี พ.ศ. 2550

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนผลิต (คัน)	คิดเป็น %	% เปลี่ยนแปลง
1	Japan	11,596,327	15.79%	1.00%
2	USA	10,780,729	14.68%	-4.50%
3	China	8,882,456	12.10%	22.00%
4	Germany	6,213,460	8.46%	6.80%
5	South Korea	4,086,308	5.56%	6.40%
6	France	3,019,144	4.11%	-4.70%
7	Brazil	2,970,818	4.05%	13.80%
8	Spain	2,889,703	3.94%	4.00%
9	Canada	2,578,238	3.51%	0.30%
10	India	2,306,768	3.14%	14.40%
11	Mexico	2,095,245	2.85%	2.40%
12	UK	1,750,253	2.38%	6.10%
13	Russia	1,660,120	2.26%	10.40%
14	Italy	1,284,312	1.75%	6.00%
15	Thailand	1,238,460	1.69%	3.70%
16	Turkey	1,099,414	1.50%	11.30%
17	Iran	997,240	1.36%	10.30%
18	Czech Rep.	938,527	1.28%	9.80%
19	Belgium	844,030	1.15%	-8.10%
20	Poland	784,700	1.07%	9.80%
21	Slovakia	571,071	0.78%	93.30%
22	Argentina	544,647	0.74%	26.00%
23	South Africa	534,490	0.73%	-9.10%
24	Indonesia	419,040	0.57%	41.60%
25	Malaysia	413,440	0.56%	-17.80%
26	Ukraine	402,591	0.55%	39.70%
27	Sweden	366,020	0.50%	9.90%
28	Australia	334,617	0.46%	0.90%
29	Hungary	292,027	0.40%	53.50%
30	Taiwan	283,039	0.39%	-6.70%
31	Romania	241,712	0.33%	13.20%
32	Austria	228,066	0.31%	-17.00%
33	Slovenia	198,402	0.27%	29.60%
34	Portugal	176,242	0.24%	-22.50%
35	Netherlands	138,568	0.19%	-13.10%
36	Uzbekistan	135,400	0.18%	23.10%
37	Egypt	103,140	0.14%	12.60%
38	Finland	24,303	0.03%	-25.80%
39	Serbia	9,903	0.01%	-11.40%
40	Others	565,683	0.77%	7.80%
	รวม	73,432,970	100.00%	5.40%

ที่มา: สมาคมพันธมิตรอุตสาหกรรมรถยนต์สากล

<http://oica.net/category/production-statistics/> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2551

กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ใช้ทรัพยากรในการดำเนินการสูง และยังต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้าในยุคโลกาภิวัตน์ ในบางครั้งการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจไม่ประสบผลสำเร็จก่อให้เกิดความสูญเสียเปล่าในการลงทุน การทำให้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นนั้นต้องทราบปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยพิจารณาจากสภาพความเป็นจริงเพื่อให้กลุ่มอุตสาหกรรมเกิดความตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.2.2 เพื่อเสนอแนะแนวทางนำไปสู่ความสำเร็จสำหรับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน โดยมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.3.1 สำนวณสภาพความเป็นจริงถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนในประเทศไทย

1.3.2 ผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีข้อจำกัดในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนในประเทศไทย

1.4 วิธีการดำเนินการศึกษา

วิธีการดำเนินงานวิจัยสามารถแจกแจงเป็นลำดับขั้นตอนได้ ดังนี้

1.4.1 ทำการรวบรวมข้อมูลและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.4.2 ปรับแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.4.3 ติดตามผลการสำรวจและรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมา

1.4.4 ศึกษาตัวอย่างกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้วิธีการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Test) เพื่อศึกษาหาปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.4.5 วิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.4.6 สรุปผลการดำเนินการวิจัย และกำหนดข้อเสนอแนะ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทราบปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน

1.5.2 เป็นแนวทางพิจารณาปรับปรุงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน