

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์ นับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของชาติที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล ภาครัฐให้การสนับสนุนพัฒนาอย่างต่อเนื่องและลำดับให้เป็นอุตสาหกรรมชั้นนำที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้วิเคราะห์ศักยภาพและแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในรอบ 5 ปี (2550-2554) ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Potential Industries) ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน¹ ทั้งยังมีความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตและการค้าที่ค่อนข้างดีกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนความต้องการในตลาดโลกที่สูงมาก

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยประกอบด้วย 2 อุตสาหกรรมหลักที่มีความต่อเนื่องกัน ได้แก่ การประกอบยานยนต์และการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ทั้งยังเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมการผลิตต่าง ๆ อีกหลายแขนง ได้แก่ เหล็ก พลาสติก ยาง ปีโตรเคมี แม่พิมพ์ ไฟฟ้า แก้ว เครื่องจักร และเครื่องหนัง รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดตลาดแรงงาน ซึ่งเป็นแกนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

วิวัฒนาการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยนั้นเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ในระยะเริ่มต้นระหว่างปี พ.ศ. 2504-2512 ถือกำเนิดขึ้นโดยนโยบายส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐให้ควบคู่กันไปทั้งอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ การประกอบยานยนต์เป็นเพียงการถอดแยกชิ้นส่วนอุปกรณ์ของยานยนต์ (CKD-Complete Knock Down) ที่มีการนำเข้าตามระเบียบของกรมศุลกากร และขยายไปสู่การประกอบร่วมกับชิ้นส่วนและอุปกรณ์ที่

¹ สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ใน 5 ปี (2550-2554) และการพัฒนาพื้นที่รองรับ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550), น. 12.

สามารถผลิตขึ้นเองในประเทศในยุคนั้น ได้แก่ ยาง แหนบ หม้อน้ำ และแบตเตอรี่ วัตถุประสงค์มุ่งหวังเพียงแค่ทดแทนการนำเข้า ต่อมาภาครัฐได้มุ่งเน้นให้ภาคเอกชนดำเนินการด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อการผลิตที่ยั่งยืน อีกทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่สามารถนำมาใช้ประกอบยานยนต์นั้นต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานที่ผู้ประกอบการยานยนต์ได้กำหนดไว้ ภาครัฐจึงเริ่มให้มีการส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ประกอบยานยนต์มากขึ้น เพื่อรองรับการพัฒนาด้านการผลิตเป็นสำคัญ ต่อมาเมื่อโรงประกอบยานยนต์เพิ่มขึ้น การผลิตชิ้นส่วนจึงพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรม โรงงานประกอบยานยนต์ของต่างชาติที่เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศเริ่มใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ การขยายตัวของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จึงเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เกิดโรงงานผลิตชิ้นส่วนเป็นจำนวนมากและสามารถผลิตชิ้นส่วนได้มากแบบมากชนิด

ระหว่างปี พ.ศ. 2512-2520 ภาครัฐจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ (Automobile Industry Development Committee – AIDC) ขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2512 เพื่อกำหนดนโยบายและวิธีการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างแท้จริงและให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในส่วนภาคเอกชนผู้ประกอบการด้านการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ได้รวมตัวกันเป็นชมรมในสมาคมอุตสาหกรรมไทยเพื่อร่วมให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ในทิศทางและความเป็นไปได้ของนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล จนกระทั่งในปี พ.ศ.2514 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายสำหรับรถยนต์นั่งให้มีการจำกัดแบบรถยนต์ที่ผลิตและกำหนดให้ผู้ประกอบการรถยนต์ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศ (Local Content) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2516² ซึ่งเป็นมาตรการทดแทนการนำเข้า หากผู้ประกอบการรายใดไม่สามารถใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศตามอัตราที่กำหนด จะไม่ได้รับอนุญาตให้ทำการประกอบยานยนต์ตามแบบ แต่ต่อมานโยบายดังกล่าวถูกยกเลิกและออกประกาศใหม่ให้เลื่อนกำหนดการใช้ออกไปอีกระยะหนึ่ง

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เกิดความไม่มั่นใจในนโยบายของรัฐบาลประกอบกับนโยบายยังมีความไม่สมบูรณ์อยู่มาก และความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในนโยบายยังไม่ตรงกัน ชมรมผู้ผลิตชิ้นส่วนเห็นว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนภายในประเทศจำเป็นต้องมีความเป็นปึกแผ่นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเป็นเอกเทศในการเสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ จึงร่วมกันจัดตั้ง “สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์” ขึ้นในปี พ.ศ.2521 โดยได้รับการอนุมัติให้จัดตั้งเป็น

²สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, *Thai Auto: A One Million Milestone* ล้านคันยานยนต์ไทยสู่เวทีโลก (กรุงเทพมหานคร: บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด, 2548),

สมาคมการค้า ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2521 ในลักษณะขององค์กรไม่แสวงหากำไร มีบทบาทหลักเป็นศูนย์รวมของนักอุตสาหกรรมด้านชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ ปกป้องรักษา ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศ รวมถึงให้บริการ แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ระหว่งนั้น ภาครัฐได้มีประกาศล่วงหน้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศ โดยระยะแรกกำหนดว่า ระหว่งปี พ.ศ. 2521-2526 ให้มีการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศเพิ่มจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 50 ภายใน 5 ปี อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงปี พ.ศ. 2525 ได้มีประกาศระบับใช้ชิ้นส่วนไว้ที่ร้อยละ 45 เนื่องจากเห็นว่าชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศแพงกว่าการนำเข้า ส่วนประกาศล่วงหน้าระยะที่ 2 กำหนดการบังคับใช้ชิ้นส่วนฯ ในระหว่งปี 2529-2531 โดยเพิ่มการบังคับใช้ในลักษณะขั้นบันได เพื่อให้มีการใช้ชิ้นส่วนรายการเดียวกันมากขึ้น จะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ และในปี พ.ศ. 2529 กำหนดให้ใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 54 โดยมีการกำหนดรายการเป็นบัญชี ก. (บังคับ 28 รายการ) และบัญชี ข. (เลือกใช้)³

จากการที่ภาครัฐกำหนดนโยบายการบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ และมีการเปิดเสรีอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปี พ.ศ. 2537 เพื่อมุ่งให้เกิดการลงทุนในกิจการประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น และเกิดการแข่งขันเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศทั้งผู้ประกอบการยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันสูง จำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพเป็นอย่างมาก เริ่มมีการส่งออกยานยนต์ได้อย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2537 เป็นการประกาศถึงคุณภาพยานยนต์ที่ผลิตในประเทศไทยว่ามีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ซึ่งส่งผลดีในเวลาต่อมาช่วงที่เกิดภาวะเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540⁴

ในปี พ.ศ.2539 ก่อนหน้าเกิดวิกฤตเศรษฐกิจนั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถผลิตรถยนต์ได้ถึง 558,365 คัน⁵ แต่ผลกระทบจากเศรษฐกิจทำให้การผลิตลดลงอย่างรวดเร็วจนถึงจุดต่ำสุดในปี พ.ศ.2541 เหลือเพียง 158,130 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2539 พบว่าภาวะตลาดในประเทศหดตัวลงเหลือเพียงร้อยละ 25 ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งหมดต้องหาทางส่งออกเพื่อชดเชยตลาดในประเทศที่สูญเสียไปจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และเนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่มีคุณภาพ ในช่วงเวลาภายใน 5 ปีต่อมา

³ เรื่องเดียวกัน, น. 26.

⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 32.

⁵ สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย, สรุปผลการประกอบรถยนต์ประจำปี 2539

(กรุงเทพมหานคร: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย, 2540), น. 34.

ประเทศไทยสามารถส่งออกยานยนต์เพิ่มขึ้นมากกว่า 12 เท่าจากจำนวนที่เคยส่งออกในปี พ.ศ. 2539

ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540-2542 ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทุกรายได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง มีการเปลี่ยนมือขายกิจการให้ต่างชาติเกือบทั้งหมด หรือมีต่างชาติเข้ามาถือหุ้นใหญ่ ในลักษณะบริษัทร่วมทุน จึงเป็นช่วงแห่งการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมเพื่อรักษาฐานของตนเองเอาไว้ อย่างไรก็ตาม ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ นโยบายการใช้ชิ้นส่วนในประเทศยังคงมีอยู่ในอัตราร้อยละ 54 ซึ่งประสบความสำเร็จด้วยดี มีการลงทุนจากบริษัทผู้ประกอบยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ข้ามชาติทั้งจากทวีปอเมริกา ยุโรป และเอเชียต่างหลั่งไหลเข้ามา ประกอบกับสถานการณ์การค้าโลกได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ทิศทางการแข่งขันตามระบบเศรษฐกิจแบบเสรี

เนื่องจากระบบการค้าของโลกมีการเปลี่ยนแปลง มาสู่ยุคการเปิดเสรีทางการค้าด้วยการลดและยกเลิกมาตรการทางภาษี มีการทำข้อตกลงกับประเทศคู่ค้าภายใต้กรอบความร่วมมือระดับอาเซียน ระดับทวิภาคี จนถึงพหุภาคี ดังนั้นช่วงปลายปี พ.ศ.2542 คณะรัฐมนตรีมีมติยกเลิกการบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศสำหรับการประกอบยานยนต์ โดยให้มีผลบังคับใช้วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2543 ตามพันธกรณีที่มีต่อองค์การการค้าโลก (WTO) พร้อมกันนั้นกระทรวงการคลังมีการพิจารณาปรับโครงสร้างภาษีของอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อรองรับการยกเลิกบังคับใช้ชิ้นส่วนในประเทศควบคู่กันไป โดยพิจารณาปรับลดภาษีตั้งแต่รายการวัตถุดิบ สินค้ากึ่งสำเร็จรูป จนถึงสินค้าสำเร็จรูป

เมื่อประเทศไทยเริ่มฟื้นฟูเรื่องเศรษฐกิจ กลยุทธ์ของผู้ประกอบยานยนต์ในไทยเปลี่ยนเป็นการผลิตเพื่อเป็นฐานในการส่งออก เป็นโอกาสให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยมีโอกาสที่จะขายของมากขึ้น แต่เนื่องจากกฎกติกาของโลกได้เปลี่ยนเข้าสู่ยุคแห่งการแข่งขันแบบเสรี ผู้ประกอบยานยนต์ใช้นโยบายองค์กรเป็นตัวนำธุรกิจให้อยู่รอดในยุคการแข่งขันด้านราคา จึงมีทางเลือกมากมายที่จะเลือกซื้อชิ้นส่วนจากทั่วโลกมาผลิต การพัฒนาด้านคุณภาพของชิ้นส่วนยานยนต์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานระดับโลก ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีศักยภาพในการออกแบบจึงจะมีสิทธิในการผลิตชิ้นส่วนให้ลูกค้า เป็นเหตุให้ผู้ประกอบยานยนต์มีอำนาจต่อรองสูงสุด

ดังนั้นในปี พ.ศ.2545 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ดำเนินการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ และได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ในเอเชีย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศไทย โดยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่ง”⁶

จากประวัติอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าหัวใจของอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นคือ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ด้วยเหตุผลว่าหากอุตสาหกรรมยานยนต์ขาดซึ่งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนแล้ว มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในประเทศจะมีเพียงเล็กน้อย และประการที่สำคัญคือ ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเป็นความหลากหลายและความแข็งแกร่งของภูมิภาค เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วยผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดใหญ่นั้นมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ระบบการผลิต และเงินลงทุนพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ อย่างเพียงพอ ได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบการยานยนต์หรือจากบริษัทแม่ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ชั้นนำ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนไทย 100% หรือกลุ่มบริษัทร่วมทุนที่มีขนาดไม่ใหญ่นัก ถือเป็นกลุ่มที่ยังมีความต้องการการพัฒนา ยกกระดับความสามารถในการผลิต เนื่องจากยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิต

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมา ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมดต่างก็กำลังเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง รวมทั้งการรับมือแรงผลักดันของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกันเองของผู้ประกอบการในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน ในทวีปต่าง ๆ ที่มีการเติบโตและเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อีกทั้งนโยบายเขตการค้าเสรีเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันด้านราคากับผู้ประกอบการประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัว พัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของวงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถยืนหยัดอย่างยั่งยืน

นอกจากนั้น ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับบทบาทของภาคเอกชนในการเข้ามามีส่วนร่วมแก้ปัญหาและร่วมกำหนดนโยบายมากขึ้น หากมีปัญหาข้อขัดข้องประการใดก็ร่วมมือ

⁶สถาบันยานยนต์, รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ 2545-2549 (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ปรึกษาหารือกัน อีกทั้งมีนโยบายจะพัฒนาสถาบันเอกชนให้เป็นองค์กรที่รัฐบาลจะพึ่งพาได้ ซึ่งจะต้องเป็นสถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นที่เชื่อถือต่อส่วนรวม ร่วมมือขจัดผู้ปฏิบัติมิชอบและผู้ที่เอาเปรียบต่อส่วนรวมโดยไม่เป็นธรรม จึงก่อให้เกิดเป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบวิชาชีพ จัดตั้งสมาคมกลุ่มธุรกิจ สมาคมการค้าในรูปแบบขององค์กรไม่แสวงหากำไร (Non-Profit Organization) โดยมีบทบาทหน้าที่ในการประสานความร่วมมือทำกิจกรรมในกลุ่มสมาชิกสมาคม และระหว่างสมาชิกกับหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุน รวมทั้งการขับเคลื่อนผู้ประสานการพัฒนาคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent) เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มสมาชิกมีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม⁷ (Small and Medium Enterprises : SMEs) ให้มีความเข้มแข็งเพิ่มอำนาจต่อรองกับลูกค้า

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม⁸ ได้สรุปถึงปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทยไว้อย่างน่าสนใจ ได้แก่ การขาดจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (Lack of Entrepreneurship) การจัดการที่ไม่ดีพอ การขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญ การขาดแรงงานที่มีฝีมือ การแข่งขันสูง ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ปัญหาของระบบราชการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาธุรกิจ SMEs

ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุขะโต⁹ ได้สรุปปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs ในภาพรวมว่า ธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่นั้นมีปัญหาอยู่หลายด้าน เช่น

ปัญหาด้านการตลาด SMEs ส่วนใหญ่มักตอบสนองของความต้องการของตลาดท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันมากขึ้น

ปัญหาขาดแคลนเงินทุน SMEs มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นทางการและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

⁷ในการกล่าวถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น จะใช้คำว่า SMEs แทนในครั้งต่อไป

⁸กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, “นโยบายและกลยุทธ์ SMEs,” <<http://www.dip.go.th/policy/policy3.htm>>, 21 มิถุนายน 2551.

⁹ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุขะโต, เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs : ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์, 2543), น. 16-18.

ปัญหาด้านแรงงานที่ทำงานใน SMEs จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไป SMEs มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

ปัญหาข้อจำกัดด้านการจัดการ SMEs มักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานที่เป็นระบบ โดยใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ เรียนดูเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายใน ลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึงในกรณีที่หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัว หากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ทะเบียนพาณิชย์หรือทะเบียนการค้า ดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาขอใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย

ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนา SMEs ที่ผ่านมา ได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง แต่ SMEs มีจำนวนมากและกระจายทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของแต่ละหน่วยงาน เช่น บุคลากรงบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาในภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจตอบสนองได้ทั่วถึงและเพียงพอ

ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น SMEs โดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยนั้นมีการระเบียบและพิธีปฏิบัติมากมาย ต้องใช้ประโยชน์จากสมาคมการค้าให้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางตัวแทนภาคเอกชนเพื่อประสานประโยชน์ โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงาน ผวนกับบูรณาการวิธีต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อสร้างความร่วมมือสมาคมบริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งและแต่งตั้งจากสมาชิก มีบทบาทใน

การกำหนดนโยบาย และเป็นผู้ประสานความร่วมมือให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ถือได้ว่าเป็นบทบาทที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอย่างจริงจัง ผู้ประสานความร่วมมือจึงเป็นกลไกสำคัญที่ จะทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ ลักษณะการบริหารงานสมาคมต้องม ีความเป็นกลาง โปร่งใส ไม่นิยมเอียงเข้าข้างกลุ่มสมาชิกฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ปัจจุบันความร่วมมือระหว่าง สมาคมกับผู้ประกอบการ ทั้งกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ผู้ประกอบการยานยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรม เชื่อมโยง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนมีความเด่นชัดขึ้นมาก เนื่องจากการ ดำเนินงานของสมาคมนั้น สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็วและมีความคล่องตัวกว่าที่ องค์กรภาครัฐจะดำเนินการเองทั้งหมด

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย มีการดำเนินการมาเป็นระยะเวลาถึง 30 ปี การจัดการ สื่อสารองค์กรของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยนั้น มุ่งเน้นสื่อสารไปยังสมาชิกและหน่วยงาน ภาครัฐเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม การส่งข่าวสารไป ยังสมาชิกรุ่น ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารทางเดียว (one way communication) มิได้เฉพาะเจาะจง สื่อสารไปยังสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รวมถึงข้อจำกัดด้านระยะเวลาและจำนวนบุคลากร จึงอาจเป็น สาเหตุให้สมาคมได้รับการตอบสนองจากสมาชิกค่อนข้างน้อย หรือหากมีการทำสำรวจความพึงใจ ก็มีสำรวจเฉพาะการจัดกิจกรรมย่อยเป็นครั้งคราวเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ยังไม่สามารถอธิบายและแสดงข้อมูลได้ว่า สมาชิกได้รับประโยชน์จาก สมาคม และมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตาม สามารถนำข้อมูลข่าวสารและผลลัพธ์จากบทบาทการดำเนินงานของสมาคมไปใช้ประโยชน์ กับกิจการของตนเองได้บ้างหรือไม่ จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อทราบถึงประโยชน์ ความพึง พพอใจ ความคาดหวังของสมาชิกแต่ละกลุ่มที่ต้องการการตอบสนองและรับบริการที่ไม่เหมือนกัน เพื่อ จะได้นำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาด้านการบริหารและการจัดการ การสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดของสมาชิก

ปัญหาการศึกษา

1. สมาชิกของสมาคมมีการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมอย่างไร
2. สมาชิกได้ประโยชน์จากสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยหรือไม่ อย่างไร

3. สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทยหรือไม่ อย่างไร
4. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทยหรือไม่
5. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทยหรือไม่

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทยของสมาชิก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม และการใช้ประโยชน์จากสมาคมผู้ผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสมาคมและความพึงพอใจในการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสมาคม
2. ลักษณะทางประชากรของสมาชิกแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสมาคมแตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรของสมาชิกแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมแตกต่างกัน
4. การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสมาคม
5. การเปิดรับข่าวสารจากสมาคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีรายชื่อขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากวันที่รับเข้าเป็นสมาชิกเป็นสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งสมาคมจนถึงวันที่ 19 ธันวาคม 2550 เท่านั้น โดยมุ่งศึกษาด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสมาคม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจที่สมาชิกมีต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. เป็นแนวทางการสร้างความพึงพอใจ การพัฒนาและปรับแนวทางการบริหารงาน และจัดการการสื่อสารของสมาคมการค้า (องค์กรไม่แสวงหากำไร) ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดี และความเชื่อมั่นต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ทั้งในกลุ่มสมาชิก ภาครัฐ และองค์กรภาคธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาความร่วมมือของทุกฝ่ายทางด้านนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ หรือความร่วมมือเฉพาะด้านที่จะเกิดขึ้นตามมา
3. เพื่อเป็นแนวทางในการประเมินความพึงพอใจต่อการบริหารและการจัดการการสื่อสารองค์กร สำหรับองค์กรไม่แสวงหากำไรประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก
4. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการที่จะเข้าใจ และทราบถึงข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและข้อจำกัด ต่อการให้บริการและการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

นิยามศัพท์

สมาคม หมายถึง สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้รับการอนุมัติให้จัดตั้งเป็นสมาคมการค้า ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2521 ในลักษณะขององค์กรไม่แสวงหากำไร

สมาชิก หมายถึง ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งมีชื่อขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

สมาคมการค้า หมายถึง สถาบันที่บุคคลหลายคนซึ่งเป็นผู้ประกอบวิชาชีพจัดตั้งขึ้นเพื่อทำการส่งเสริมการประกอบวิชาชีพ อันมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้แบ่งปันกัน

องค์กรไม่แสวงหากำไร หมายถึง องค์กรภาคประชาชน องค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาสังคม องค์กรการกุศล และองค์กรอื่น ๆ ที่มีลักษณะ

1. เป็นองค์กรที่มีใช้ภาครัฐหรือภาคธุรกิจเอกชน มีคณะกรรมการดำเนินงานของตนเองในการบริหารจัดการองค์กร
2. มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อสาธารณประโยชน์ หรือสังคมส่วนรวม โดยไม่มุ่งหวังผลกำไรตอบแทน
3. เป็นองค์กรที่ได้รับการยกเว้นภาษี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ขนาดองค์กร ลักษณะการถือหุ้นในหน่วยงาน ประเภทกิจการ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

การบริหารและการจัดการ หมายถึง กระบวนการในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ การกำหนดนโยบาย การให้บริการด้านต่าง ๆ ของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย อาทิ การบริการข้อมูล การประสานงาน การจัดกิจกรรมโครงการ เป็นต้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสมาคม

การจัดการการสื่อสาร หมายถึง วิธีการและรูปแบบการติดต่อ การรับ-ส่งข้อความหรือข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงกระบวนการถ่ายทอดสาร แลกเปลี่ยนความคิด ความเห็น ข้อเท็จจริง หรือความรู้สึก จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด อักษร สัญลักษณ์ หรือข่าวสารต่าง ๆ โดยทั้งสองฝ่ายต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารร่วมกันอย่างชัดเจน

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในวงการอุตสาหกรรม ยานยนต์และอุตสาหกรรมเชื่อมโยง ข้อมูลข่าวสารอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงกิจกรรมโครงการต่าง ๆ จากสมาคมมาใช้ในหน่วยงานของสมาชิก ให้เกิดประสิทธิผลในงานและมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบและประทับใจ หรือความรู้สึกในทางบวกของสมาชิกที่มีต่อการการบริหารและการจัดการการสื่อสารของสมาคม

ขนาดขององค์กร หมายถึง เกณฑ์การแบ่งขนาดของสมาชิกสมาคมจากจำนวนการจ้างงานตามวิสาหกิจแต่ละประเภท โดยอ้างอิงตามนิยามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกำหนดไว้ ดังนี้

ตารางที่ 1.1

เกณฑ์การแบ่งขนาดของสมาชิกของสมาคมจากจำนวนการจ้างงานตามวิสาหกิจแต่ละประเภท

ประเภทกิจการ	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
กิจการผลิตสินค้า	เกิน 200 คน	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
กิจการให้บริการ	เกิน 200 คน	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
กิจการค้าส่ง	เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 25 คน
กิจการค้าปลีก	เกิน 30 คน	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 15 คน