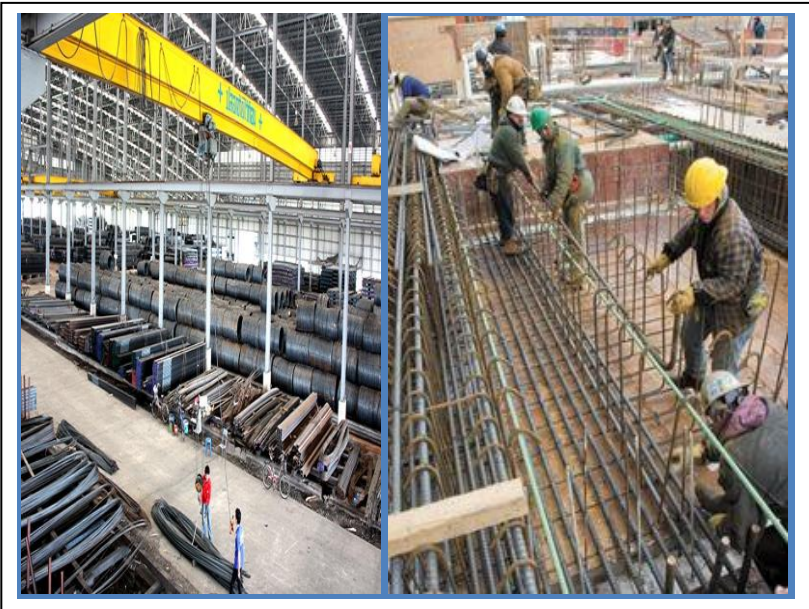


บทความที่ : **16**
Article :



แนวทางการสร้างประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก
โลหะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

*Efficiency Creating Guideline for Increasing
a Competitiveness of the Metal Processing
Industry Product in Bangkok and
Metropolitan Areas*

ธีระพจน์ ผดุงธรรม* และ กฤษฎา ตันเปาว์*

Teerapot Padungtham and Krisada Tanpao

*มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น [Western University]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อวางแผนกลยุทธ์ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ และศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 Ps, เทคโนโลยีการผลิตมีความสำคัญมากที่สุดในส่วนปัจจัยสนับสนุนด้านเครื่องจักร และประสิทธิภาพมีความสำคัญมากที่สุดในส่วนของศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแนวทางทางการสร้างประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 7 แนวทาง และแผนกลยุทธ์การพัฒนาซึ่งประกอบด้วย 7 กลยุทธ์เช่นกัน

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมแปรรูป, ผลิตภัณฑ์จากโลหะ, ประสิทธิภาพ

Abstract

This research aimed to study strategic planning and recommend to develop the competitiveness of the metal processing industry products In Bangkok and Metropolitan Area. The researcher was mixed research method; quantitative and qualitative researches. The results found that: the production has most important of Marketing Mix Factor 7 Ps; productive technology has most important of mechanical support factor; and effectiveness has most important in competitive potential. The researcher brings together the information that has been provided to guide the process of creating efficiency in order to increase the competitiveness; consists of 7 guidelines and strategic plans for developing the capabilities and competitiveness of the metal processing industry In Bangkok and Metropolitan Area, including 7 strategies also.

Key words: Processing industry; Metal Products; Effectiveness

บทนำ

อุตสาหกรรมโลหะการนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่ผลิตวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ โดยในแต่ละปีการผลิตและการบริโภคโลหะของประเทศไทยมีมูลค่าหลายแสนล้านบาท ดังนั้นจึงเป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ (กิตติพันธุ์ บางยี่ขัน, 2551) ปัจจุบันนี้แนวคิดเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ก่อให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก นโยบายและยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ของภาครัฐที่ออกมาล้วนอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิรูประบบราชการ การเปลี่ยนบทบาทภาคเอกชน การเข้าใจแนวคิดเรื่องความสามารถในการแข่งขันมีความสำคัญอย่างยิ่ง และอาจเข้าใจว่าความสามารถในการแข่งขันจะต้องมาจากการที่สินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าคู่ค้าหรือการที่มีค่าแรงงานถูก นั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะในปัจจุบันการแข่งขันคือความสามารถที่จะผลิตหรือให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลผลิตเท่ากับหรือดีกว่าคู่แข่ง มิใช่เป็นเพียงการแข่งขันกันเพียงด้านต้นทุนเท่านั้น ประเทศใดที่มีค่าแรงงานถูกกว่าย่อมเข้ามาแทนที่ต่อไปในอนาคต และเมื่อเราสามารถทำให้สินค้าและบริการของเราเกิดผลผลิตแล้ว สิ่งที่เราต้องพยายามทำต่อไป และอาจเรียกได้ว่าเป็นหัวใจของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนคือ การทำให้สินค้าและบริการดียิ่งขึ้นรวมถึงการมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง คุณภาพ คุณค่า รูปแบบ ความน่าเชื่อถือ ราคา และนวัตกรรม การทำให้เกิดความแตกต่างเป็นสิ่งที่จะต้องสร้างขึ้นให้ได้ในการดำเนินกิจกรรมทางการค้าในปัจจุบัน (ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์, 2554) จากแนวคิดเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในการพัฒนาองค์กรทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยได้เร่งพัฒนาฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

การเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ทั้งด้านการผลิต, การบริหารจัดการและการนำเครื่องจักรสมัยใหม่และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยให้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการเป็นตัวนำให้เกิดประสิทธิภาพและพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จให้มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงเทคโนโลยีในการส่งข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดนเพียงชั่วเสี้ยววินาทีทำให้โลกของเราเปลี่ยนไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่ปรับตัวตามกระแสโลกไม่ทัน จึงทำให้เกิดกระแสการตื่นตัวของโลกในทศวรรษใหม่ประเทศต่างๆ ในโลกต่างเร่งกันพัฒนาและวางแผนการปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันของประเทศจากเดิมให้ทันสมัยและมีขีดความสามารถในการแข่งขันกับภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วที่มาจากทุกแห่งทั่วโลก

ในปัจจุบันปัจจัยปัญหาและเงื่อนไขต่างๆ ทั้งภายในภายนอกองค์กรได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและมีผลต่อการดำเนินกิจการมากขึ้นทุกขณะทำให้ภาคธุรกิจต้องพยายามทุกวิถีทางให้ได้มาซึ่งความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขันและพยายามปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าการประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนมีทิศทางที่ไม่แน่นอนมากขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่พัฒนาได้อย่างรวดเร็วมาก ผู้บริหารต่างก็ประสบกับปัญหาที่ยากในการบริหารจัดการมากกว่าในอดีตมากสิ่งแวดลอมต่างๆ ที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเทคโนโลยีที่ทันสมัยจนผู้ประกอบการก็ตามไม่ทัน ต่างส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรให้ตกต่ำลงมากกว่าแต่ก่อน ปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการคือการไม่สามารถเพิ่มผลผลิต (Productivity) ได้ตามเป้าหมาย การผลิตชิ้นงานที่ไม่มีคุณภาพ และราคาที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาและวางแผนทางในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันที่ทรงประสิทธิภาพมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา เพราะอนาคตจะไม่เหมือน

อดีตที่ผ่านมาการย่ำเท้าอยู่กับอดีตจะทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่สูงมากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ และการที่ผู้ประกอบการไม่พยายามปรับปรุงอาจจะทำให้องค์กรต้องล่มสลายไป

บริษัท นิธิเอ็นจิเนียริ่งแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็กภายในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น 1) งานโครงสร้างเหล็ก (Steel Structure) 2) ถังเก็บวัสดุต่างๆ (Storage Tank) 3) ระบบขนถ่ายวัสดุ (Material Handling System) 4) ระบบจัดเก็บในขบวนการผลิตรถยนต์ เช่น Pallet, Rack, Patilizer ให้กับลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์, อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล, อุตสาหกรรมก่อสร้าง, อุตสาหกรรมอาหาร, อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมอื่นๆ ทำให้ประสบกับปัญหาต่างๆ มากมายของกลุ่มผู้ประกอบการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเหล็กทั้งด้านการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง ประสิทธิภาพและเทคโนโลยีในการผลิตศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งด้านต้นทุนคุณภาพและเวลา (บริษัท นิธิเอ็นจิเนียริ่งแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด, 2560) ซึ่งผู้วิจัยต้องการใช้เป็นหน่วยวิเคราะห์ในครั้งนี้ เพื่อทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการสร้างประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในการใช้เป็นข้อมูลการศึกษา และปรับใช้เพื่อพัฒนาสถานประกอบการและการวางแผนการบริหารจัดการการวางแผนกลยุทธ์การผลิตการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพขององค์กรนั้นๆ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กของคนไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งต่างชาติได้ และพัฒนาองค์กรให้มีการเจริญเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อวางแผนกลยุทธ์ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ และศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Research Methods) คือการไขเทคนิควิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยออกแบบลักษณะต่างๆดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ผู้วิจัยดำเนินธุรกิจอยู่จำนวน 135 คน กลุ่มคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดสมุทรปราการคัดเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 45 คน กลุ่มคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการคัดเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 คน กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสภาหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมและกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 600 คน รวมทั้งสิ้น 830 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 270 คน ซึ่งใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608-609) ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอีกให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงและผู้ประกอบการเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเป็นผู้คัดเลือก จำนวนทั้งสิ้น 10 คน กำหนดคุณสมบัติของบุคคลดังต่อไปนี้ 1) เป็นผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป 2) มีคุณวุฒิระดับปริญญาตรีขึ้นไป ยกเว้นที่เป็นเจ้าของกิจการ3) มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อสรุปที่ได้จากการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาสรุปเป็นปัจจัยและสร้างข้อกระทงคำถามของแบบสอบถามเพื่อนำไปสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 5

ตอน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list form) และมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) จัดอันดับ 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert โดยหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการใช้ภาษาด้านการวัดและประเมินผลและด้านการบริหารธุรกิจซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปทดลองใช้ (tryout) และนำเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามดังกล่าวที่ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) กับผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะ รวมไปถึงพนักงานระดับหัวหน้างาน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง รวม 30 คน ทำการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเที่ยง (Reliability) จากข้อมูล tryout นำแบบสอบถามกลับคืนมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .984 แล้วนำผลการวิเคราะห์มาประกอบการพิจารณาเพื่อจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามและซองเปล่าติดแสตมป์จำหน่ายของถึงผู้วิจัยไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์และเก็บรวบรวมส่งผู้วิจัยทางไปรษณีย์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการทดสอบความอิทธิพลของตัวแปรต้นและ ตัวแปรตามโดยการวิเคราะห์ Multiple Regression เพื่อทดสอบสมมติฐาน

นอกจากนี้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 คือ ข้อมูลจากแบบสอบถาม มาสร้างเป็น

ร่างแนวทาง และกลยุทธ์การสร้างประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อสรุปที่ได้จากการสังเคราะห์หลักการแนวคิด ทฤษฎีมาสรุปเป็นปัจจัยและสร้างข้อกระทงคำถามของแบบสัมภาษณ์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญอนุญาตให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงได้ขอนัดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ที่ให้สัมภาษณ์เจาะลึกเป็นหลัก โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง และการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านผู้ประกอบการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเห็นด้วยว่าขนาดของโรงงานมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพราะทำให้คู่ค้ามีความมั่นใจว่าบริษัทมีความมั่นคง มีความเห็นว่ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีส่วนสำคัญมากกับความมั่นคงของบริษัท ส่วนมากจะนึกถึงบริษัท ที่มีความมั่นคง จาก บริษัท/โรงงานมีขนาดใหญ่ และมีเครื่องจักรและอุปกรณ์พร้อม มีความเห็นว่าทำเลที่ตั้งของบริษัทมีผลมากต่อการตัดสินใจใช้บริการมีความเห็นว่าหลักการบริหารที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรมากที่สุด ได้แก่ มีการมอบอำนาจการตัดสินใจในแต่ละระดับอย่างชัดเจน ส่วนมากไม่ชอบบริษัทที่ทำงานติดต่อกิจด้วย ได้แก่ ไม่มีผู้รับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อย่างชัดเจน มีความเห็นว่าบริษัทมีความจำเป็นมากที่ต้องมีระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานสากลเช่น ISO 9001 เพราะถือว่าการผลิตที่มีมาตรฐานสากลรองรับ ส่วนมากมีความเห็นว่าปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา มีความเห็นว่าผู้ผลิตควรปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านส่วนประสมการตลาด 7 Ps โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นราย

ด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการและ ด้านกายภาพ ซึ่งในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ข้อคือ บริษัท สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายประเภททั้งงานโครงสร้างเหล็ก และงานโลหะแผ่น และงานประเภทอื่นๆ ส่วนข้อที่เหลืออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ สินค้าที่ผลิตสามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือ สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพดี และสวยงาม การบรรจุภัณฑ์มีความมั่นคง แข็งแรง เพียงพอต่อการขนส่ง และ ผลิตภัณฑ์อยู่ภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ หรือ ISO

ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และการกำหนดราคามีความเหมาะสมกับชนิดของสินค้าและปริมาณการสั่งซื้อ ส่วนข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรกได้ดังนี้ ราคามีความยืดหยุ่น สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือ ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และราคาสินค้าไม่ใช่ดัชนีชี้วัดที่สำคัญที่สุดใน การพิจารณาออกคำสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ คือ การติดต่อสื่อสารธุรกิจกับบริษัท มีความสะดวกรวดเร็ว ติดต่อย่งและมีอุปกรณ์ติดต่อสื่อสารอย่างครบถ้วน ส่วนข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ บริษัทสามารถส่งฝ่ายขายหรือฝ่ายวิศวกรรมเข้าไปพบลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน และบริษัทควรเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรง กล่าวคือจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคเป็นสินค้าสั่งผลิต (Made to order)

ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ คือ พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพและและมีการขายที่ดีต่อลูกค้า ส่วนข้อที่เหลืออยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ความเข้าใจในตัวสินค้า, มีความกระตือรือร้น และสามารถให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด ถูกต้องและครบถ้วน รองลงมาคือ การโฆษณาผ่าน Social Media ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากที่สุด และง่ายที่สุด และทางบริษัท จำเป็นต้องมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 1 ข้อ คือ ฝ่ายโรงงานให้การต้อนรับ QC หรือ Inspector ของลูกค้า ในการเข้ามาตรวจสอบความถูกต้อง และ คุณภาพของสินค้า ได้เป็นอย่างดี ส่วนข้อที่เหลืออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานถึงเทคนิคและวิธีการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รองลงมาคือ ต้องมีการปลูกฝังนิสัยและทัศนคติที่ดีในการทำงานของพนักงาน เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างแตกต่างเหนือคู่แข่ง และพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านกระบวนการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ การบริการของบริษัทมีความรวดเร็วและสามารถบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงตามที่ลูกค้าต้องการรองลงมาคือ สามารถบริการลูกค้า ในกรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี และระบบการทำงานมีความเป็นมาตรฐานสากล ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการปฏิบัติในด้านการบริการนำเสนอให้กับผู้บริโภคเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ

ด้านกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ สำนักงาน มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมาคือ โรงงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่สกปรกหรือว่างของกีดขวาง และโรงงานมีสภาพและบรรยากาศที่น่าทำงานและมีความปลอดภัย ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมที่สามารถจับต้องได้ และเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจว่าประสิทธิภาพของการบริการดีหรือไม่/อย่างไร สิ่งแวดล้อมเป็นส่วนประสมที่สำคัญในระบบการให้บริการเพราะเป็นส่วนประกอบของกระบวนการให้บริการอย่างเดียวกันที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ แม้ว่าการบริการจะดีเลิศอย่างไร สิ่งแวดล้อมที่รายรอบไม่สมบูรณ์ คุณค่าของการให้บริการย่อมด้อยลงได้

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านเครื่องจักรเทคโนโลยีการผลิต และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน คือด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาต้องเน้นขบวนการการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย รองลงมาคือ กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคายังคงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจของผู้บริโภค และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานจะช่วยลดต้นทุนการผลิตด้านแรงงานจะช่วยเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้านราคา

ด้านเครื่องจักรเทคโนโลยีการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ เครื่องจักรต้องมีCapacity ที่เหมาะสมกับกำลังการผลิต

รองลงมาคือ มีการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเครื่องจักรที่ทันสมัยมีส่วนสำคัญที่สุดในการผลิตชิ้นงานที่มีคุณภาพ ถูกต้องและรวดเร็ว

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านประสิทธิผล รองลงมาคือด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ และลำดับสุดท้ายคือด้านประสิทธิภาพ ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านการเพิ่มผลผลิตภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันคือความสามารถในการผลิตและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งคุณภาพ ราคา ความน่าเชื่อถือ รวมถึงนวัตกรรมจึงจะสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน รองลงมาคือการสร้างศักยภาพในการแข่งขันคือความสามารถที่จะผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า และการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่สำคัญและเห็นผลเร็วที่สุดคือการเพิ่มผลผลิตภาพ (Productivities) โดยเน้นการลดต้นทุน

ด้านประสิทธิภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ คุณภาพของสินค้ามีมาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการและมีการรับรองคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ต้องมีการคำนวณและเปรียบเทียบต้นทุนของการดำเนินงานกับผลผลิตว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และประสิทธิภาพในการทำงานจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถที่ทำให้การทำงานบรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด

ด้านประสิทธิภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 3 ลำดับแรกได้ดังนี้ บริษัทสามารถผลิตสินค้าได้ตามภารกิจที่กำหนดเป็นไปตามที่คาดหวัง รองลงมาคือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตสินค้าในระดับผลผลิต (Output) เป็นไปตามวัตถุประสงค์

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพลปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็ก และการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านราคา พบว่าตัวแปรอิสระ 3 ตัว มีความสัมพันธ์กับการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กในระดับสูงคือ .682 ตัวแปรทั้ง 3 ตัวสามารถอธิบายความผันแปรของระดับการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็ก ได้ร้อยละ 46.5 ที่ระดับความเคลื่อนไหว .412 โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวส่งผลต่อการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าตัวแปรอิสระ 3 ตัว มีความสัมพันธ์กับการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กในระดับสูงคือ .574 ตัวแปรทั้ง 3 ตัวสามารถอธิบายความผันแปรของระดับการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็ก ได้ร้อยละ 32.9 ที่ระดับความเคลื่อนไหว .425 โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวส่งผลต่อการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ

6. แนวทางการสร้างประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 7 แนวทาง ดังนี้

6.1 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็ก ควรเพิ่มชุดการผลิตสินค้า และมีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัยเป็นทางลดต้นทุนในการผลิตสินค้าที่ถูกต้องและตามที่ถูกความต้องการ

6.2 ฝ่ายบริหารควรจะมีการติดตามผลงานและมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และขีดความสามารถของเครื่องมือ เครื่องจักร คุณภาพของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และกลับมาสั่งให้แรงผลิตสินค้าตามที่ถูกความต้องการต่อไป

6.3 ควรมีการร่วมประชุมวางแผนในการผลิตสินค้าตามแผนพัฒนาในการผลิตสินค้า

6.4 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กควรมีการบริหารจัดการให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าคู่แข่ง

6.5 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กควรมีการพัฒนาบุคลากรให้ทันสมัยกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน และมีการปลูกฝังทัศนคติและวินัยในการทำงานให้พนักงานและควรมีการฝึกอบรม เทคนิค และความรู้ในการทำงาน เพื่อให้พนักงาน สามารถนำไปพัฒนาทักษะในการทำงานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

6.6 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กควรโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์

6.7 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะหรือเหล็กควรมีการวางแผนและวิเคราะห์สามารถแข่งขันในปัจจุบัน ควรคำนึงถึงจุดอ่อน จุดแข็ง และวางแผนพัฒนา

7. แผนกลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะ ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ ดังนี้

7.1. กลยุทธ์ในการแข่งขันสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรต้องมีการพัฒนา อบรม ให้ความรู้แก่บุคลากรเพื่อให้บุคลากรมีความรู้ทั้งทางวิชาการและ

ปฏิบัติการมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีความรับผิดชอบหน้าที่ เมื่อบุคลากรมีคุณภาพก็จะก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพตามไปด้วย

7.2. ปรับปรุงกระบวนการผลิต เช่นการปรับ Plant Layout ของโรงงาน เพื่อให้การทำงานมีความสะดวกมากขึ้น การปรับย้ายเครื่องจักรไปอยู่ใน Process ที่เหมาะสมก็จะช่วยลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายชิ้นงานในการทำงาน ก็สามารถที่จะลดความสูญเสียต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตและมีการวางแผนในการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถทำงานตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม สามารถส่งงานได้ตรงตามกำหนดที่ลูกค้าต้องการ

7.3. การนำเครื่องจักรที่ทันสมัยและเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมตามแผนการผลิตเข้ามาช่วยเสริมกำลังในการผลิต การลงทุนในเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงเกินความจำเป็น มี Capacity เกินความต้องการใช้ในกระบวนการผลิตจะทำให้การลงทุนสูงขึ้นโดยไม่ได้รับผลประโยชน์กลับคืนมาอย่างเหมาะสม ถือเป็นการลงทุนที่เกือบจะสูญเปล่า

7.4. มีการวิจัยและพัฒนา เพื่อจะสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาและครองความเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์

7.5. มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ในการที่จะเจาะฐานลูกค้ารายใหม่ ๆ วางแผนการขยายตลาดออกไปสู่ธุรกิจใหม่ ๆ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนของคู่แข่ง เพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

7.6. มีการตั้งราคาขายให้เหมาะสม มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาได้ ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ มีความเท่าเทียมกันหรือมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน สินค้าอยู่ในระดับเดียวกัน

7.7. Take Over กิจกรรมหรือธุรกิจอื่นที่มีความสามารถในการทำกำไรอยู่แล้ว โดยไม่สร้างธุรกิจใหม่ เพื่อลดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ไม่มั่นคงในช่วง

เริ่มแรกของการเปิดกิจการใหม่ เพราะการสร้างธุรกิจขึ้นมาใหม่ จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรมากตั้งแต่เริ่มลงทุนและมีความเสี่ยง การควบรวมกิจการ(Take over) หรือ การซื้อกิจการ(Acquisition) สามารถนำมาซึ่งการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วซึ่งจะทำให้มีกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อันเนื่องมาจากการเกิดกำลังผนึก (Synergy) ที่ทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิต มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น สามารถขยายกิจการได้อย่างรวดเร็วกว่าการขยายกิจการของด้วยตัวกิจการเอง

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านเครื่องจักรเทคโนโลยีการผลิต และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน คือด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นให้เป็นผู้มีต้นทุนต่ำ (Cost Leadership Strategy) ของสุพานี สฤญ์วานิช (2553) ที่อธิบายว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นให้เป็นผู้ที่มีต้นทุนต่ำ (Cost Leadership Strategy) โดยทั่วๆ ไป ธุรกิจจะพยายามขยายหรือสร้างโรงงานให้มีขนาดใหญ่ และผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานจำนวนมาก (Mass Production) เพื่อให้ได้การประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) พยายามควบคุมต้นทุนการผลิตและค่าเสียต่างๆ อย่างเข้มงวดและพยายามควบคุมการวิจัยและพัฒนา ,ควบคุมค่าใช้จ่ายในการให้บริการ, ควบคุมจำนวนของพนักงานขายและโฆษณาและอาจจะมีการรวมกิจการไปด้านหลัง (Backward Vertical Integration) แต่กลยุทธ์ต้นทุนต่ำนี้จะได้ผลดีก็จะต้องเริ่มต้นจากตัวสินค้าต้องมีคุณภาพดีก่อน และ เป็นที่ยอมรับของลูกค้าด้วย เพื่อใช้เป็นฐานในการเปรียบเทียบและมีการลงทุนในเครื่องมือ เครื่องจักร โครงการต่างๆ ที่จะช่วยลดต้นทุน ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งเน้นต้นทุนให้ต่ำ ทำให้เกิดขึ้นเป็นปกติวิสัย

แผนกลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากโลหะ ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ในการแข่งขันสู่การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรต้องมีการพัฒนา อบรม ให้ความรู้แก่บุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ทั้งทางวิชาการและปฏิบัติการมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีความรับผิดชอบหน้าที่ เมื่อบุคลากรมีคุณภาพก็จะก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพตามไปด้วยสอดคล้องกับแนวคิด และ ทฤษฎีของไมเคิล อี พอร์เตอร์ เรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันขั้นพื้นฐาน (Generic Competitive Strategy) (Poster, 1980 อ้างถึงใน Greg & Mark, 2010) กล่าวไว้ว่าการเป็นผู้นำด้านต้นทุนรวม (Cost Leadership) ธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นี้จะดำเนินการทุกอย่างเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ประโยชน์คือสามารถนำเสนอราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในตลาดได้ เนื่องจากได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ

และการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยและเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมตามแผนการผลิตเข้ามาช่วยเสริมกำลังในการผลิต การลงทุนในเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงเกินความจำเป็น มี Capacity เกินความต้องการใช้ในกระบวนการผลิตจะทำให้การลงทุนสูงขึ้นโดยไม่ได้รับผลประโยชน์กลับคืนมาอย่างเหมาะสม ถือเป็นการลงทุนที่เกือบจะสูญเปล่าสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการศึกษาการพัฒนาเทคโนโลยีและกำลังคนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย (เครื่องจักรกล) โดยนายวิรัช อยู่ชา และคณะ (2554) ที่ทำการวิจัยพบว่าปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสำเร็จของอุตสาหกรรมไทยจะต้องมีการพัฒนา การยกระดับคุณภาพ และ เทคโนโลยีของเครื่องจักรอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างต่อเนื่องให้เท่าเทียมประเทศอุตสาหกรรม และมีการตั้งราคาขายให้เหมาะสม มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาได้ ในกรณีที่เกิดผลิตภัณฑ์ มีความเท่าเทียมกันหรือมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน สินค้าอยู่ในระดับเดียวกันสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของ Philip Kotler (อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ที่กล่าวถึงด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของการ

บริการกับราคา (Price) ของการบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อและด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการควรมีโรงงานที่มีขนาดที่ใหญ่เพียงพอที่สามารถรับกำลังการผลิตได้อย่างเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจว่ามีกำลังการผลิตที่เพียงพอจะมีความสามารถรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณที่มากมาย ได้ อีกทั้งต้องมีระยะเวลาในการดำเนินการที่พอสมควร ที่จะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่ามีความรู้ความชำนาญเพียงพอและบริษัทมีความมั่นคงเพียงพอ อีกทั้งยังต้องมีเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย การผลิตมีมาตรฐานสากลรองรับ เช่น ISO 9001 ทำเลที่ตั้งของบริษัทก็มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะทำให้การติดต่อประสานงาน การมาตรวจสอบงานมีความสะดวก ที่ทั้งยังสามารถลดต้นทุนจากค่าขนส่งสินค้าอีกด้วย พนักงานควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีการมอบอำนาจการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ อย่างชัดเจน

2. ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าต้องมีคุณภาพที่ดี สวยงาม สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ ครบวงจรทั้งงานโครงสร้างเหล็ก งานโลหะแผ่นและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การขนส่งชิ้นงานต้องมีความปลอดภัย มั่นคง แข็งแรง สามารถส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วรวมถึงการบริการต้องมีความรวดเร็วและถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการอีกทั้งสามารถบริการลูกค้าในกรณีเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี ระบบและวิธีการทำงานควรเป็นมาตรฐานสากล

3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเหล็กหรือโลหะ ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันจะต้องมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีปริมาณที่เพียงพอต่อ

กำลังการผลิตและมีเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมจึงจะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพที่ดี ถูกต้อง ละเอียดแม่นยำ ประหยัดเวลาในการทำงาน และผู้ประกอบการของไทยควรจะต้องมีการพัฒนาความรู้และเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถที่จะผลิตสินค้าให้ได้ตามภารกิจที่กำหนด ทั้งปริมาณและเป้าหมายตามที่ต้องการอีกทั้งต้องสามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการควรเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งคุณภาพ ราคา ความน่าเชื่อถือรวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ การรับรองคุณภาพของสินค้าว่ามีมาตรฐานสากลรองรับตามที่ลูกค้าต้องการจึงจะสามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและนำพาให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพันธุ์ บางยี่ขัน. (2551). **โลหะกับการพัฒนาประเทศ**. กรุงเทพฯ: กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน 1 สำนักอุตสาหกรรมพื้นฐานกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่.
- บริษัท นิธิเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด. (2560). **รายงานประจำปี 2560**. กรุงเทพฯ: บริษัท นิธิเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด.
- ยุทธศักดิ์ ฅมนาสวัสดิ์. (2554) “บทความพิเศษ เรื่องเรียนรู้กลยุทธ์การแข่งขันจากดร. พอร์เตอร์”. วารสารส่งเสริมการลงทุน BOI. 22(11).
- วิรัช อยู่ชา และคณะ (2554). “การศึกษาการพัฒนาเทคโนโลยีและกำลังคนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย (เครื่องจักรกล)”. **วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**. 21(2).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สัมคัศสาร (ดอกหญ้า).

สุพานี สฤกษ์วานิช. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัญวรรณ พรพรมรักษ์ จริญญา ปานเจริญ และอดิสร่า พงศ์ยี่หล้า. (2560). ระดับการส่งผลกระทบจากการรับรู้คุณประโยชน์โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ความไว้วางใจของลูกค้า และลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่อการรับรู้คุณค่าตราของรัฐวิสาหกิจสาธารณูปโภคด้านพลังงานไฟฟ้า, *วารสารการบริหารปกครอง* 6 (2)

Greg, W. M.; & Mark, W. J. (2010). *Marketing management*. New York: McGraw-Hill.

Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). “Determining Sample Size for Research Activities”. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.

Translated Thai References

Bangyeekhan, K. (2008). *Metal on the Development of Country*.

Bangkok: Basic Industries Division 1, Basic Industries Bureau,
Department of Primary Industries and Mines

Khanasawat, Y. (2011). Special Paper Topic Competitive Strategic Learning from Dr. Porter. *BOI Journal*, 22 (11)

Niti Engineering and Construction Co., Ltd. (2017). *Annual Report 2017*.

Bangkok: Niti Engineering and Construction Co., Ltd.

Phornphormmarak A., Charunya, P.and Adilla, P. (2017).The Impact Level Between Perceived Relative Advantage of Corporate Social Responsibility (CRS Project) and Customer Trust in Term

of Demographic Characteristics and Brand Quality of State-Enterprises in Electricity, *Governance Journal* 6 (2)

Saritwanich, S. (2010). *Strategic Management: Concept & Theory*.

Bangkok: Thammasart University

Sereerat, S. (1998). *Customer Behavior*. 2nd, Bangkok: Samakkeesan (Dok Yah).

Yoocha, W. et al. (2011). A Study Project of Technology and Manpower Development for Enhancing Competitiveness of Thai Industry (Machinery), *The Journal of KMUTNB.*, 21 (2)