

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการคัดเลือกผู้ส่งมอบสำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบสำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ โดยประชากรที่ทำการศึกษาคือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ระดับ Tier 1 และ Tier 2 ให้กับทั้งโตโยต้าและอิชูซุ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์การสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์

5.1 สรุปผลการวิจัย

จำนวนพนักงานขององค์กร จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เป็นองค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 500 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 และมีจำนวนทุนจดทะเบียน ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.5

ลักษณะการถือหุ้นของบริษัทในอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยคนไทยมากกว่าคนต่างชาติ ร้อยละ 33.8 ยอดขายโดยประมาณอยู่ที่ 2,001-4,000 ล้านบาท และระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 83.1

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ โดยส่วนใหญ่ว่าจ้างผู้ส่งมอบ (Supplier) มีสัดส่วนร้อยละ 26-50 คิดเป็นร้อยละ 50.8

ประเภทหรือกลุ่มของชิ้นส่วนที่บริษัทส่งให้กับผู้ประกอบรถยนต์ Drive, Transmission & Steering คิดเป็นร้อยละ 38.5 Suspension & Brake คิดเป็นร้อยละ 35.4 Engine คิดเป็นร้อยละ 27.7 Body คิดเป็นร้อยละ 27.7 Interior คิดเป็นร้อยละ 15.4 Accessories คิดเป็นร้อยละ 13.8 Exterior คิดเป็นร้อยละ 12.3 Electronic คิดเป็นร้อยละ 4.6 และ Lighting & Electrical คิดเป็นร้อยละ 9.2

จากงานวิจัยครั้งนี้มีการส่งมอบชิ้นส่วนรถยนต์ให้กับลูกค้าอิชูซุ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 87.7 รองมาเป็นลูกค้าโตโยต้า คิดเป็นร้อยละ 73.8

ปัจจัยหลักของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณภาพ (Quality) ด้านการส่งมอบ (Delivery) ด้านต้นทุน (Cost) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการบริหารจัดการ (Management) และด้านเทคนิค (Technical) ซึ่งสรุปผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่ง

มอบ ด้านการตอบสนอง และด้านคุณภาพ มีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.85, 4.85 และ 4.57 ส่วนปัจจัยด้านต้นทุน ด้านการบริหารจัดการ และด้านเทคนิค มีระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.44, 4.32 และ 4.25

ปัจจัยย่อยของการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ในเรื่องความตรงต่อเวลา (Delivery on Time) มีค่าเฉลี่ย 4.95 ความถูกต้องของจำนวน (Right Quantity) และการตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้น (Response to the Problem) มีค่าเฉลี่ย 4.88 ระยะเวลาตั้งแต่รับคำสั่งซื้อจนได้รับสินค้า (Lead Time) และเรื่องราคาของสินค้าที่น่าสนใจ (Competitive Price) มีค่าเฉลี่ย 4.86 สมรรถนะการใช้งาน (Performance) มีค่าเฉลี่ย 4.85 สอดคล้องตรงตามมาตรฐานของสินค้า (Conformance) และความไวในการตอบสนอง (Response Time) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.82 ความถูกต้องของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.71 กำลังการผลิต (Capacity) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.68 นโยบายการเคลมและประกัน (Warranties and Claims Policies) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.63 ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just in Time) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.63 ความทนทาน (Durability) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.52 ความเชื่อถือได้ของสินค้า (Reliability) และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) พบว่ามีค่าเฉลี่ย 4.52 ซึ่งปัจจัยที่ได้สรุปมาข้างต้น มีความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่องความสามารถในการดำเนินงาน (Competency) มีค่าเฉลี่ย 4.37 เงื่อนไขการจ่ายเงิน (Payment Terms) มีค่าเฉลี่ย 4.34 , ระบบบริหารคุณภาพ (ISO) เช่น ISO9001 ISO/TS16949 มีค่าเฉลี่ย 4.29 การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ (Product Development) มีค่าเฉลี่ย 4.28 การสนับสนุนทางด้านเทคนิค (Technical Support) มีค่าเฉลี่ย 4.26 เทคโนโลยีทางการผลิต (Production Technologies) มีค่าเฉลี่ย 4.20 รูปลักษณะของสินค้า (Feature) มีค่าเฉลี่ย 4.15 อัตราส่วนลด (Discount Rate) มีค่าเฉลี่ย 4.12 ความมีชื่อเสียงของผู้ส่งมอบ (Reputation of Supplier) มีค่าเฉลี่ย 3.82 และระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) มีค่าเฉลี่ยที่ 3.68 ซึ่งปัจจัยย่อยที่สรุปข้างต้น มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับที่มาก

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัยการคัดเลือกผู้ส่งมอบ พบว่า จำนวนพนักงาน และสัดส่วนของการใช้ผู้ส่งมอบ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการคัดเลือกผู้ส่งมอบสำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของชิ้นส่วนกับปัจจัยการคัดเลือกผู้ส่งมอบ พบว่า ประเภทของชิ้นส่วน Drive, Transmission & Steering Parts, Body Parts, Engine Parts, Accessories Parts, Exterior Parts และ Electronic Parts ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการคัดเลือก

โดยสรุปผลจากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยการคัดเลือกผู้ส่งมอบ พบว่า จำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน สัดส่วนการใช้ผู้ส่งมอบที่แตกต่างกัน ประเภทของการผลิตชิ้นส่วนที่ต่างกัน

เช่น Drive, Transmission & Steering Parts, Body Parts, Engine Parts, Accessories Parts, Exterior Parts และ Electronic Parts ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยหลักของการคัดเลือกผู้ส่งมอบชิ้นส่วนรถยนต์สำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์ พบว่ามีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ (Supplier Selection Criteria) รายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1

ระดับความสำคัญของปัจจัยหลักกับงานวิจัยที่สอดคล้องกัน

ปัจจัยหลักที่ศึกษา	ระดับความสำคัญ	งานวิจัยที่สอดคล้องกัน				
		Dickson (1961)	Weber และคณะ (1991)	สุรกฤษฎ์ นาทธราดล	จิรพงษ์ แก่นทรัพย์	Kongkiti and Rapee (2008)
ด้านคุณภาพ	มากที่สุด	●	●	●	-	●
ด้านการส่งมอบ	มากที่สุด	●	●	-	●	●
ด้านการตอบสนอง	มากที่สุด	-	-	-	-	●
ด้านต้นทุน	มาก	-	●	●	-	●
ด้านการบริหารจัดการ	มาก	-	-	-	-	●
ด้านเทคนิค	มาก	-	-	-	-	●

โดยสรุปปัจจัยด้านคุณภาพยังคงมีความสำคัญที่สุด เนื่องจากไม่ว่าคุณสมบัตินั้นใดคุณภาพของตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ก็ยังคงเป็นหัวใจสำคัญของการส่งมอบ และการได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมักจะถูกมองเป็นอันดับต้น ๆ ในการพิจารณาเลือกผู้ส่งมอบ

ปัจจัยด้านการส่งมอบก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมใดโดยเฉพาะงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งถูกควบคุมด้วยเวลาในการประกอบรถยนต์

ในแต่ละคัน เช่น ใน 1 นาทีต้องสามารถประกอบรถยนต์ได้ 1 คัน เป็นต้น ดังนั้นการส่งมอบที่ทันเวลา (On time) จึงถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

และด้านการตอบสนอง ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะไม่ว่าจะตอบสนองต่อปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าจะต้องกระทำโดยทันที โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดของลูกค้า (Customer Requirement) เป็นสำคัญ

ด้านต้นทุน ต้นทุนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเพราะปัจจุบันการแข่งขันในโลกธุรกิจใครที่มีต้นทุนที่ถูกกว่าก็จะมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง และสำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์เองก็มีการกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อการลดต้นทุนทางการผลิต เช่น นโยบาย Global Platform เพื่อช่วยลดต้นทุนที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนา และลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด (Economic of Scale) เป็นต้น

ด้านการจัดการ ถือเป็นปัจจัยหรือหลักเกณฑ์ที่เริ่มถูกกำหนดให้เป็นหัวข้อหนึ่งของการคัดเลือกผู้ส่งมอบ เพราะปัจจัยด้านการจัดการจะเป็นการมองระบบการบริหารภายในองค์กรของผู้ส่งมอบมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการเมื่อเกิดปัญหา วิทยาลัยสหประชาชาติ

และด้านเทคนิค ปัจจัยด้านเทคนิคอาจจะมองเป็นลักษณะของปัจจัยเฉพาะด้านของแต่ละอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวจะมีกระบวนการในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการ Trial งานต่าง ๆ ดังนั้นการได้รับการสนับสนุนในด้านเทคนิคต่าง ๆ จากผู้ส่งมอบหรือความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือในการทำงานจึงถือเป็นเรื่องสำคัญ

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัย ศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม รวมถึงการพิจารณาปัจจัยที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจะเลือกที่เป็น Tier1 ของโตโยต้าและอิซูซุ เป็นหลัก ดังนั้นอาจทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรม