

**แผนภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น
ในปี พ.ศ. 2564**
**SCENARIO PLANNING OF TRACTORS IN KHON KAEN PROVINCE
TOWARD 2021**

นนท์วัฒน์ พิฑูรมานิต¹
รังสรรค์ เนียมสนธิ²
ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล³

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่นปีพ.ศ.2564 โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในภาคธุรกิจในด้านต่างๆในจังหวัดขอนแก่นหรือจังหวัดใกล้เคียง ทั้งหมดจำนวน 8 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ภาพอนาคตที่ดีที่สุด เกษตรกรยกเลิกการใช้แรงงานคนหันมาใช้เครื่องจักรแทนจนเกือบทั้งหมด นอกจากนั้นการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย ถือเป็นปัจจัยด้านบวกในการส่งออกผลผลิตทางภาคเกษตรมากขึ้น จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรมากขึ้นเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตมากขึ้นตามและจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยสนับสนุน คือ เป็นเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (EWEC : East - West Economic Corridor) ทำให้การคมนาคมสะดวกเดินทางไปสู่ประเทศลาว กัมพูชาและเวียดนามได้สะดวกจึงเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ภาพอนาคตที่ไม่ดีที่สุดคือ เศรษฐกิจและการเมืองไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรไม่กล้าลงทุนเพิ่มทำให้ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์มีการชะลอตัวลงมาก ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดคือ การแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ และตราสินค้าจะมีความสำคัญมากขึ้น ความต้องการใช้รถแทรกเตอร์จะสูงขึ้น เนื่องจากแนวโน้มค่าแรงงานคนที่สูงขึ้น คนรักความสะดวกสบายมากขึ้น และการใช้รถแทรกเตอร์ทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: ภาพอนาคต รถแทรกเตอร์ ประชาคมอาเซียน

Abstract

The main objective of this study is to analyze the future outlook of the tractor-selling business in Khon Kaen province toward 2021. The study was done by collecting data from relevant articles and interviewing reliable professionals in the tractor-selling business as well as eight other experts in the business field, who reside in Khon Kaen and areas nearby. The results of this study indicate both the positive and negative future of the business. On the bright side, farmers are expected to replace human labors with more machinery, including tractors, leading to a higher demand. In addition, the establishment of ASEAN Economic Community (AEC) is also a positive factor because Khon Kaen is en-route on the East-West Economic Corridor (EWEC), creating geographical advantages in term of conveniently transport goods to Laos, Cambodia, and Vietnam. On the other hand, the downfall of economy and the unstable politics in Thailand designate a more cautious investment from the farmers. Lastly, the most possible picture is the competition between tractor dealers who will have to pay close attention to service and branding. The demand of tractors will be higher due to the rise in wages, the desire for convenience, and the effectiveness and efficiency that the machinery will provide

Keywords: Scenario, Tractor, ASEAN Economic Community

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000
E-mail: phithunmanit@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ อาจารย์ประจำภาควิชา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40000

บทนำ

ในอุตสาหกรรมรถแทรกเตอร์ในปัจจุบันมีการพัฒนามากขึ้นจากสมัยก่อนโดยการผลิตเครื่องจักรและเครื่องทุ่นแรงต่างๆมากมายขึ้นมามาเพื่อใช้ในเกษตรกรรมซึ่งรถแทรกเตอร์ก็ถือเป็นหนึ่งในเครื่องจักรทุ่นแรงที่ได้รับความนิยมจากชาวไร่ ชาวนา เป็นอย่างมากชนิดหนึ่ง จากการที่เกษตรกรนิยมใช้รถแทรกเตอร์กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันจึงมีการประกอบธุรกิจจำหน่ายรถแทรกเตอร์กันอย่างมากมาย หลายยี่ห้อ หรือยี่ห้อเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกันและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต จึงถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีกต่อไป ทางผู้ศึกษาวิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาอุตสาหกรรมของรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น และวางกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มยอดขาย และครองใจลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด คลังเกษตรยนต์ เป็นตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ยี่ห้อ แมสซีเฟอร์กูสัน และ ไคโอติ ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ต่อมาได้รับการขยายเขตการขายเพิ่มเข้ามาในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งในจังหวัดขอนแก่นก็มีตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ยี่ห้อต่างๆอยู่มากมาย ซึ่งแต่ละรายก็มีการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป จากด้วยนโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจ สังคมการเมือง วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ก็ทำให้สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ในอนาคตยังมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันสูงมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงสนใจภาพอนาคตของอุตสาหกรรมรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อหาภาพอนาคตที่ดีที่สุด ภาพอนาคตดีที่สุดในภาพอนาคตเป็นไปได้มากที่สุดในปีพ.ศ.2564 เพื่อให้ห้างหุ้นส่วนจำกัด คลังเกษตรยนต์ นำมากำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มยอดขาย และครองใจลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพอนาคตของอุตสาหกรรมรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่นปีพ.ศ.2564

วิธีดำเนินงาน

วิธีดำเนินการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศึกษาแหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

โดยการศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล จากตำรา เอกสาร หนังสือ บทความ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์ของจังหวัดขอนแก่น อุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมรวม 8 คน การสัมภาษณ์เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ จำนวน 2 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจภาคต่างๆ 4 คน และลูกค้าผู้ใช้รถแทรกเตอร์ 2 คน ดังนี้

ท่านที่ 1 คุณ อติเรก หงษ์พูนพิพัฒน์

ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น

ท่านที่ 2 คุณ สุวัฒน์ วิไลงาม

รองประธานหอการค้าจังหวัดอุดรธานี

ท่านที่ 3 คุณ อรรถสิทธิ์ มีถาวรกุล

ผู้บริหารย่นมา สกลนคร

ท่านที่ 4 คุณ มงคล พลน้ำเที่ยง	ผู้บริหารคูโบต้า อุดรธานี
ท่านที่ 5 คุณ อุดลย์ ครองเคียง	ผู้อำนวยการโรงน้ำตาล
ท่านที่ 6 คุณ อุดลย์ ชันแก้ว	หัวหน้าฝ่ายส่งเสริม โรงน้ำตาลกาฬสินธุ์
ท่านที่ 7 คุณ ทองสุข ไม้ตรีแพน	เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น
ท่านที่ 8 คุณ นา คำพร	เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น

โดยมีคำถามในการสัมภาษณ์ดังนี้

คำถามสัมภาษณ์ที่ใช้ในการถามผู้เชี่ยวชาญทุกท่านใช้คำถามชุดเดียวกันทั้งหมด แบ่งเป็น 6 หัวข้อ

ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็น่ว่าประเทศไทยและขอนแก่นในอีก 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของ การเมืองการปกครอง จะเป็นอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็น่ว่าประเทศไทยและขอนแก่นในอีก 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของ เศรษฐกิจ จะเป็นอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็น่ว่าประเทศไทยและขอนแก่นในอีก 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของ สังคมและวัฒนธรรม จะเป็นอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็น่ว่าประเทศไทยและขอนแก่นในอีก 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของ เทคโนโลยี จะเป็นอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็น่ว่าประเทศไทยและขอนแก่นในอีก 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ดิน ฟ้า อากาศ) จะเป็นอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นว่าการแข่งขันในธุรกิจรถแทรกเตอร์ในอีก 5 ปี ข้างหน้า จะเป็นอย่างไร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียด

ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์
2. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม[1] (Industry Analysis)
3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ [2]
4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์
5. การสร้างภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ [3]

ภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ สร้างขึ้นจากปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- 1) ภาพอนาคตที่ดีที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์
- 2) ภาพอนาคตที่ไม่ดีที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์
- 3) ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์

ผลการศึกษา

1. จากการศึกษาพบว่าในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ ความต้องการใช้รถแทรกเตอร์เปลี่ยนไปจากเดิม ปัจจุบันการใช้รถแทรกเตอร์เพิ่มมากขึ้น เกษตรกรที่มีรายได้น้อยสามารถซื้อรถแทรกเตอร์ได้ง่ายขึ้นจากโปรโมชั่นของรถแทรกเตอร์แต่ละยี่ห้อ แต่เกษตรกรยังติดภาพลักษณ์ตราสินค้าเจ้าตลาดเดิม รวมทั้งมีตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์มากมายในอุตสาหกรรมรถแทรกเตอร์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงในตลาด โดยในอนาคตอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ ควรพิจารณาความต้องการของลูกค้า โดยธุรกิจภาคเกษตรมีแนวโน้มการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี[5] ไม่ว่าจะเป็นพืชชนิด ข้าวนาปี ข้าวนาปลัง มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น หากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายรถแทรกเตอร์สามารถ สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ เช่น การทดสอบทดลองการใช้งานรถแทรกเตอร์ และให้บริการที่เทียบเท่าหรือเหนือกว่าเจ้าตลาดเดิม คาดว่า จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะมาใช้รถไถของผู้ประกอบการนั้น

นอกจากนี้ การหากลุ่มลูกค้าใหม่ในพื้นที่โดยทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจจะเป็นลูกค้าในประเทศหรือให้แก่มูลกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียน ยังเป็นช่องทางในการเปิดตลาดได้เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยสำคัญในการชีวิตความสำเร็จ (Key Success Factors: KSF) ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ ดังนี้

1) สินค้าและตราสินค้า หากจะประสบความสำเร็จ รถแทรกเตอร์จะต้องมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน หรืออาจมีคุณสมบัติที่สูงกว่าคู่แข่งทั่วไปในท้องตลาด มีตราสินค้าที่ลูกค้าเชื่อมั่น

2) บริการ การบริการต้องมีการอำนวยความสะดวก เป็นกันเองให้กับลูกค้า เช่น เมื่อต้องมีการซ่อมแซมรถแทรกเตอร์ หรือการบริหารหลังการขายก็ตาม เมื่อสินค้าคุณภาพดี บริการดี ลูกค้าก็จะเกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ ถือเป็นการรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่

3) คู่ค้า, นายหน้า ถือเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมการขายได้เป็นอย่างดี เพราะคู่ค้า, นายหน้าคือการที่บุคคลที่รู้จักกันบอกต่อ รถแทรกเตอร์ยี่ห้อไหนดี ใช้งานเป็นยังไง สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

4) โปรโมชั่น จัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดให้ลูกค้าสามารถเป็นเจ้าของรถแทรกเตอร์ได้ง่ายอาจเป็นส่วนลดเงินดาวน์หรือผู้ประกอบการมีช่วยเรื่องเงินดาวน์ เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องหาเงินจำนวนมากมาชำระ

2. สภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรม (Industry Analysis)

อุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น มีผู้ประกอบการรายหลัก 8 ราย คือ 1) บริษัท คูโบต้าสหพันธ์บ้านไผ่ จำกัด 2) หจก.ชัยศิริแทรกเตอร์(ขอนแก่น) 3)บริษัท สวงพวงษ์ แแทรกเตอร์มิตรภาพ จำกัด 4) บริษัท ขาวสะอาด จำกัด 5) หจก. เอซีแทรกเตอร์ 6) หจก.คุณทวีแทรกเตอร์ 7) หจก.เอมทีแทรกเตอร์ชุมแพ 8) หจก.คลังเกษตรยนต์

อุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ด้วยราคารถแทรกเตอร์วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือซ่อมบำรุงที่ครบครัน ต้องมีรถยนต์และรถบรรทุก เพื่อใช้ในการเข้าหากลุ่มลูกค้าและขนส่งเคลื่อนย้ายรถแทรกเตอร์ ซึ่งส่วนประกอบดังกล่าว เป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นให้แกลูกค้าในการซื้อสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการขององค์กร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า ความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์อยู่ในระดับสูง เนื่องมาจากมีตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจำนวนมาก ราย โปรโมชั่นที่แต่ละยี่ห้อออกมาเช่น ดาวน์ 0% รับประทานได้เลย เป็นต้น

ซึ่งส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองของลูกค้าที่สูงตามมาด้วยเช่นกัน

3. สภาพแวดล้อมทั่วไป

พบว่าสภาพแวดล้อมทั่วไปเมื่อรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ในโครงการกองทุนหมู่บ้าน และโครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวพระราชดำริปีพ.ศ.2559 ส่งผลกระทบด้านบวกต่อธุรกิจจำหน่ายรถแทรกเตอร์

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

1) เศรษฐกิจ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยปี 2559 ความหวังในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยขึ้นอยู่กับเสถียรภาพทางการเมืองและผู้ที่จะเข้ามาบริหารประเทศเป็นหลักซึ่งจะส่งผลผลักดันให้เกิดความเชื่อมั่นและการลงทุนจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นเอกชน หรือต่างประเทศตามมา ซึ่งจะส่งผลให้ราคาและรายได้ภาคเกษตรปรับขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง 4 ปัจจัย คือ ความเสี่ยงจากนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวสูงขึ้น ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลก

2) เทคโนโลยี ปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวกระโดดขึ้นอย่างมาก ซึ่งรถแทรกเตอร์ยี่ห้อไหนสามารถพัฒนา รถแทรกเตอร์ให้มีคุณสมบัติสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกร มีความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้แก่ผู้ใช้ได้ ก็จะทำให้เป็นรถที่เกษตรกรเลือกใช้เป็นมาก

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องด้วยพื้นที่กว้างใหญ่และเกษตรกรอยู่ในท้องที่ห่างไกลจากตัวเมือง ช่องทางการจัดจำหน่ายถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้รถแทรกเตอร์มากขึ้น แทนที่ลูกค้าจะวิ่งเข้ามาหาร้านค้าหรือให้พนักงานขายของร้านวิ่งแบบสุ่ม เพื่อหาลูกค้า

4) สังคมและวัฒนธรรม จำนวนสัดส่วนเกษตรกรไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีสัดส่วนที่ลดลงส่วนใหญ่มุ่งเหลือเกษตรกรที่มีอายุมาก ส่วนคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วซึ่งเรื่องแรงงานกับการเปลี่ยนแปลงของภาคเกษตรไทยจะได้รับผลกระทบ จุดนี้แสดงให้เห็นว่าแรงงานจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกใช้เครื่องจักรเข้ามาแทนที่คน

5. ภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์

ในการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและจากการสัมภาษณ์ เพื่อหาปัจจัยขับเคลื่อนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อพยากรณ์ภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น ในปีพ.ศ. 2564 โดยสามารถสรุปผลการศึกษาออกมาเป็นภาพอนาคตใน 3 แบบ คือ

1. ภาพอนาคตที่ดีที่สุด

ภาพอนาคตที่ดีที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2564 คือ การทำการเกษตรไม่ว่าจะเป็นพืชไร่หรือพืชสวน เกษตรกรยกเลิกการใช้แรงงานคนหันมาใช้เครื่องจักรแทนจนเกือบทั้งหมด ซึ่งส่งผลด้านบวกเป็นอย่างมากต่อธุรกิจจำหน่ายรถแทรกเตอร์ นอกจากนี้การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย ถือเป็นปัจจัยด้านบวกในการส่งออกผลผลิตทางภาคเกษตรมากขึ้น จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรมากขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตมากขึ้นตามและจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยสนับสนุน คือ เป็นเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (EWEC : East - West Economic Corridor) ทำให้การคมนาคมสะดวกเดินทางไปสู่ประเทศลาว กัมพูชาและเวียดนามได้สะดวกจึงเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ

2. ภาพอนาคตที่ไม่ดีที่สุด

ภาพอนาคตที่ไม่ดีที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2564 คือ เศรษฐกิจและการเมืองไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรไม่กล้าลงทุนเพิ่มทำให้ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์มีการชะลอตัวลงมาก

3. ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุด

ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2564 คือ การแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ และตราร้านค้าหรือตราสินค้าจะมีความสำคัญมากขึ้น ความต้องการใช้รถแทรกเตอร์จะสูงขึ้น เนื่องมาจากแนวโน้มค่าแรงงานคนที่สูงขึ้น คนรักความสะดวกสบายมากขึ้น ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

สรุป

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น มีปัจจัยสำคัญในการชี้วัดความสำเร็จ (Key Success Factors: KSF) ได้แก่ สินค้าและตราสินค้า การบริการ คู่ค้า, นายหน้า และโปรโมชั่น ซึ่งส่วนประกอบดังกล่าวเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในการซื้อสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดสินค้าและบริการขององค์กร สภาพแวดล้อมทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น นโยบายรัฐบาล สังคมและวัฒนธรรม ระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ ส่วนเศรษฐกิจและการเมืองส่งผลกระทบต่อด้านลบ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน พบว่า ความรุนแรงในการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์อยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจำนวนมากราย และโปรโมชั่นที่รุนแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองของลูกค้าที่สูงตามไปด้วยเช่นกัน ภาพอนาคตของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2564 สรุปได้ 3 แบบ ได้แก่ ภาพอนาคตที่ดีที่สุด เกษตรกรยกเลิกการใช้แรงงานคนหันมาใช้เครื่องจักรแทนจนเกือบทั้งหมด นอกจากนั้นการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย ถือเป็นปัจจัยด้านบวกในการส่งออกผลผลิตทางภาคเกษตรมากขึ้น จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรมากขึ้นเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตมากขึ้นตามและจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยสนับสนุน คือ เป็นเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (EWEC : East - West Economic Corridor) ทำให้การคมนาคมสะดวกเดินทางไปสู่ประเทศลาว กัมพูชาและเวียดนามได้สะดวกจึงเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ภาพอนาคตที่ไม่ดีที่สุดคือ เศรษฐกิจและการเมืองไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรไม่กล้าลงทุนเพิ่มทำให้ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์มีการชะลอตัวลงมาก ภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุดคือ การแข่งขันในธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ และตราร้านค้าจะมีความสำคัญมากขึ้น ความต้องการใช้รถแทรกเตอร์จะสูงขึ้น เนื่องมาจากแนวโน้มค่าแรงงานคนที่สูงขึ้น คนรักความสะดวกสบายมากขึ้น ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษา แนะนำในการจัดทำรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรวิทย์ ตันศรี. (2556). **สภาพแวดล้อมสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] จินตนา บุญบงการ. (2552). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 8 ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] พสุ เดชะรินทร์. (2555). Scenario Planning การวาดภาพอนาคต.
- [4] วอลลิง, เอเดเวิร์ด รัสเซล. (2553). MBA 50 หลักบริหาร. (ณัฐยา สันตรการผล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- [5] **สถิติภาคเกษตรประเทศไทยปี 2556** : สำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น 2556
- [6] Koltler, Phillip. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.