

ภาวะตลาดธุรกิจบริการ ในด้านการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ ในประเทศเยอรมนี

ภาพรวมตลาดอุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์โลก มีแนวโน้มการปรับตัวที่ดีขึ้น คาดว่าในปี 2012 ตลาดสินค้ายานยนต์จะมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องคงที่ไปจนถึงปี 2013 โดยในปี 2015 มีการผลิตรถยนต์ที่เป็นรถส่วนบุคคลและใช้ทางพาณิชย์ประมาณ 83.3 ล้านคัน และคาดว่าจะมีการผลิตยานยนต์ประมาณ 87 ล้านคันในปี 2013 โดยมีประเทศจีน และอินเดีย เป็นประเทศผู้ผลิตหลัก

สำหรับในปี 2012 นี้ ตลาดในทวีปยุโรปยังคงซบเซา อันเป็นผลจากปัญหาวิกฤตหนี้ยุโรปและการผลิตเกินตัวของกลุ่มประเทศในยุโรป ซึ่งคาดการณ์ว่า ตลาดสินค้ายานยนต์ในทวีปยุโรปจะหดตัวถึงร้อยละ 6 (ยกเว้น ประเทศเยอรมนี ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6) ในส่วนของตลาดสินค้ายานยนต์ในสหรัฐฯ นั้น มีการปรับตัวดีขึ้นโดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12 สำหรับตลาดในประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวลดลง เพราะประสบกับปัญหาอัตราค่าเงินเยนที่แข็งตัวขึ้น

ประเทศที่มีการผลิตยานยนต์ในอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่

- ประเทศจีน ขยายตัวแบบก้าวกระโดด อัตราขยายตัวร้อยละ 107.4
- ประเทศอินเดีย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.7
- ประเทศเม็กซิโก ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.9
- ประเทศบราซิล ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4
- ประเทศเกาหลีใต้ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14
- ประเทศสหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12
- ประเทศเยอรมนี ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6

ตลาดดั้งเดิมในทวีปยุโรป ยกตัวอย่างเช่น ประเทศฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เช็กและโปแลนด์ เป็นต้น จัดเป็นตลาดดั้งเดิมที่เป็นผู้ผลิตรถยนต์รายสำคัญ แต่มีจำนวนการผลิตในปัจจุบันลดลง เนื่องจากต้องประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจยุโรป รวมถึงการผลิตเกินกำลัง และการที่มีผู้ผลิตรายอื่นๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดยุโรปเพิ่มมากขึ้น คาดการณ์ว่า ภายในปี 2012 ภาคการผลิตยานยนต์ของสหภาพยุโรปจะลดลง คิดเป็นอัตราส่วน ลดลงร้อยละ 6 และคาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 3 ในปี 2013 สำหรับปริมาณการผลิตในภูมิภาคยุโรปมีอัตราการผลิตลดลง 3.5 ล้านคัน ซึ่งหลายๆ ประเทศจะต้องทบทวนและหาทางแก้ไขโดยด่วน เช่น ประเทศอังกฤษ มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 16.4 สเปน ลดลงร้อยละ 18.5 ฝรั่งเศส ลดลงร้อยละ 23.9 อิตาลี ลดลงร้อยละ 38.5 เป็นต้น

สำหรับประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรมและเป็นผู้ผลิตสินค้ายานยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ อันดับหนึ่งของโลก มีแบรนด์สินค้ารถยนต์ที่สร้างชื่อเสียงแพร่หลายระดับโลก เป็นที่รู้จักยอมรับและนิยมใช้จากผู้บริโภคทั่วโลก ตัวอย่างเช่น Mercedes Benz, BMW, Audi, Volkswagen เป็นต้น แม้ว่าสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจในสหภาพยุโรปมีที่ท่าไม่ค่อยแจ่มใส

นัก รวมถึงมีแนวโน้มที่ถดถอยลง แต่ประเทศเยอรมนียังคงเป็นประเทศที่ฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยได้รวดเร็วและดีที่สุดของสหภาพยุโรป มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของเยอรมนี ยังคงเป็นภาคอุตสาหกรรมที่น่ารายได้เข้าประเทศเป็นอันดับหนึ่ง ช่วยทำให้ภาคอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ ของเยอรมนีฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว แม้ผู้ผลิตเยอรมนียังได้ย้ายการตั้ง



ฐานการผลิตสินค้าบางส่วนไปยังต่างประเทศผู้ผลิตใหม่ มากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก เช่น จีน อินเดีย เม็กซิโก เพื่อลดต้นทุนการผลิต แต่รายได้จากสินค้ายานยนต์ยังคงเพิ่มมากขึ้นมาโดยตลอด ซึ่งในปี 2012 คาดว่า มูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศเยอรมนี รวมทั้งสิ้นมากกว่า 255,000 ล้านเหรียญสหรัฐ

ภาพรวมของธุรกิจบริการ ในด้านการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์โลก

ภาพรวมตลาดธุรกิจบริการ ในด้านการตกแต่งและซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ในตลาดโลกนั้น ยังมีแนวโน้มสดใส เช่นเดียวกับตลาดสินค้ายานยนต์ ยอดมูลค่าธุรกิจบริการมีอัตราการขยายตัวในปี 2012 มากกว่าร้อยละ 5.5 โดยคาดว่าธุรกิจการรับซื้อขายและซ่อมบำรุงในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ Dealers จะสามารถสร้างมูลค่ายอดขายในปี 2015 ได้มากกว่า 5,130,000 ล้านเหรียญสหรัฐ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 5.5 ในส่วนของอู่ซ่อมบริการ Workshops ทั่วโลก คาดว่าในปี 2015 จะมียอดขาย (บริการ) รวมทั้งสิ้นประมาณ 360,000 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยกลุ่มประเทศเอเชียยังคงใช้บริการในด้านนี้มากที่สุด นอกจากนี้แนวโน้มการใช้บริการล้างรถยนต์ในตลาดโลก คาดการณ์ว่า ในปี 2017 จะมีมูลค่ายอดขายการใช้บริการมากกว่า 27,500 ล้านเหรียญสหรัฐ

ในทวีปยุโรป คาดการณ์ว่าในปี 2013 จะมีมูลค่ายอดขาย (บริการ) รวมทั้งสิ้นประมาณ 7,000 ล้านเหรียญสหรัฐ ปริมาณการเช่ารถยนต์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มูลค่าการตกแต่ง ซ่อมบำรุงรถยนต์เพิ่มขึ้นตามลำดับ

ภาวะตลาดธุรกิจบริการ ในด้านการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ในประเทศเยอรมนี

ปัจจุบัน รถยนต์นั่งส่วนบุคคลกลายเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตประจำวันหนึ่งของคนเยอรมัน โดยประชากรส่วนใหญ่จะมีใบขับขี่และมีรถยนต์นั่งขนาดเล็ก สำหรับในปี 2554 ที่ผ่านมามีการจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนประมาณทั้งสิ้น 3.17 ล้านคัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.80 ทำให้ธุรกิจบริการในด้านการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจบริการในด้านการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ในประเทศเยอรมนี จะแยกประเภทธุรกิจออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่

1. Dealerships ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งจะเน้นการซื้อขายสินค้ายานยนต์ โดยรับซื้อสินค้ายานยนต์เก่าและนำมาซ่อมแซม พร้อมกับเสนอขายให้แก่ลูกค้ารายใหม่ต่อไป

2. Tyre Specialists คือผู้เชี่ยวชาญ ชำนาญเกี่ยวกับเรื่องยางล้อรถยนต์ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าล้อรถยนต์ รวมถึงการบริการเปลี่ยนยางรถยนต์ ซึ่งในประเทศเยอรมนี มีกฎหมายบังคับให้เปลี่ยนยางรถยนต์สำหรับฤดูหนาว หากใช้ยางรถยนต์สำหรับฤดูร้อนมาใช้ในฤดูหนาว อาจต้องเสียเงินค่าปรับ พร้อมการตัดคะแนน หรือ ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุร้ายแรง อาจถูกยึดใบขับขี่ได้ แต่โดยส่วนใหญ่ ธุรกิจประเภทนี้มักเปิดให้บริการควบคู่ไปกับบริการอู่ซ่อมรถยนต์

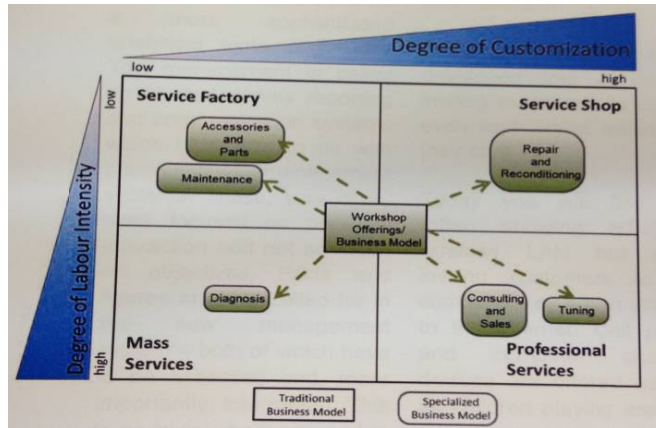
3. Workshops หรืออู่ซ่อมรถยนต์ จะเน้นการให้บริการในเรื่องของการซ่อมแซม ตรวจสอบเครื่องยนต์ อุปกรณ์รถยนต์ ซ้ำรถเสียหายและการบำรุงรักษา รวมถึงบริการด้านอื่นๆ เช่น บริการการล้างรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ อู่ซ่อมรถยนต์นี้อาจเน้นการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำคัญ แยกการให้บริการพิเศษออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่

3.1 การให้บริการแก่โรงงานผู้ผลิต Service Factory ได้แก่การเสนอการดูแล รักษาซ่อมบำรุงและจัดส่งชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่างๆ ให้แก่โรงงาน แต่ในภาวะปัจจุบัน โรงงานผลิตมักจะสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ โดยตรง หรือการตรวจสอบ ซ่อมบำรุงเอง ทำให้แนวโน้มลูกค้าในสาขานี้ มีจำนวนน้อยลง

3.2 การให้บริการซ่อมแซม ดูแล บำรุงรักษาเครื่องยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบต่างๆ โดยเปิดบริการเป็น Service Shop เน้นการให้บริการในด้าน Repair and reconditioning

3.3 การให้บริการแบบ Mass Service ได้แก่การให้บริการทั้งหมด โดยมองในภาพรวม แต่จะเน้นให้ความสำคัญในเรื่องการวิเคราะห์ ปรับปรุง พัฒนาเครื่องยนต์ อะไหล่ ชิ้นส่วนต่างๆ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของเครื่องยนต์ การออกตัวเคลื่อนตัวที่ดียิ่งขึ้น ระบบเบรก คันเร่ง ยางรถยนต์ ท่อไอเสีย เป็นต้น

3.4 การให้บริการแบบ Professional Service โดยรวมบริการหลังการขาย เน้นให้บริการเรื่องความรู้ต่างๆ คำแนะนำ พร้อมเป็นที่ปรึกษาในเรื่องการดัดแปลงรถยนต์ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

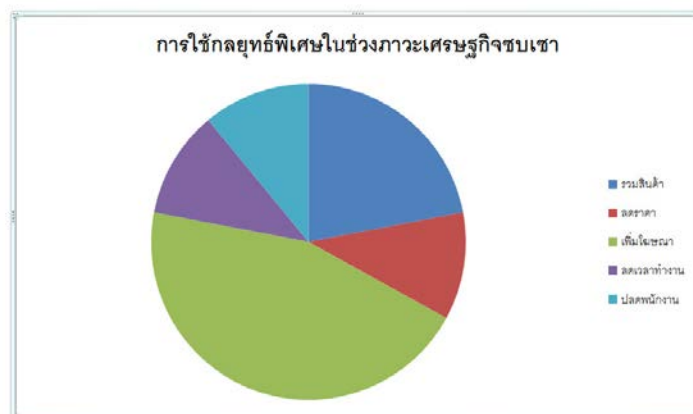


ที่มา - Institut für Mobilität und Verkehr, Recklinghausen

4. Body and Paint บริษัทจะเน้นการบริการในเรื่องการตกแต่งรถยนต์ ให้บริการการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม ตกแต่งยานยนต์ ให้มีความแปลกใหม่ ทันสมัยและตรงตามความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี

ในปัจจุบัน ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจยุโรป ยังคงเป็นปัญหาหลัก ผู้ประกอบการในด้านนี้ รวมถึงอู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ส่วนใหญ่ในประเทศเยอรมนี ต้องใช้มาตรการพิเศษต่างๆ รวมถึงการเพิ่มกลยุทธ์การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยบริษัทเยอรมันต่างๆ ได้เพิ่มนโยบายและกลยุทธ์เกี่ยวกับการให้บริการและการขายเพิ่มเติมดังนี้

- การรวมสินค้า โดยการเพิ่มและจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ พร้อมการเสนอขายเป็น Package เพิ่มมากขึ้น เพื่อกระตุ้นและเพิ่มดึงดูดใจให้ลูกค้าใช้บริการและสินค้าควบคู่กัน ชาวเยอรมันนิยมใช้วิธีการนี้แก้ปัญหาคิดประมาณร้อยละ 22 ของผู้ประกอบการในด้านนี้ของชาวเยอรมันทั้งหมด
- การลดราคาพิเศษ ผู้ประกอบการเยอรมันใช้วิธีการลดราคาสินค้านี้ ประมาณร้อยละ 11 ของผู้ประกอบการด้านนี้ทั้งหมด
- การเพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ชาวเยอรมันใช้วิธีนี้เพื่อแก้ปัญหาธุรกิจ ในช่วงภาวะเศรษฐกิจซบเซา เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 45
- การลดปริมาณชั่วโมงการทำงานของพนักงานให้น้อยลง โดยส่วนใหญ่ มักจะลดชั่วโมงการทำงานจาก 42 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ลดลงเหลือประมาณ 37 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หากสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจดีขึ้น ผู้จ้างชาวเยอรมันจะจ้างพนักงานตามชั่วโมงการทำงานเท่าเดิม สำหรับการใช่วิธีการนี้เพื่อแก้ปัญหาคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11
- การปลดพนักงาน ได้แก่ การยกเลิกจ้างงานหรือการให้ออกจากงาน เพื่อลดต้นทุนบริษัท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 (ปี 2012 นี้ ประเทศเยอรมนีมีคนตกงานรวมทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 7.2 ของประชากรทั้งประเทศ)



แนวโน้มการให้บริการเรื่องการตกแต่ง ซ่อมบำรุงสินค้ายานยนต์ของประเทศเยอรมนี

จากข้อมูลของสถาบันวิจัย Institut für Mobilität und Verkehr ที่เมือง Recklinghausen ได้คาดการณ์แนวโน้มการให้บริการซ่อมบำรุง สินค้ายานยนต์ของธุรกิจภายในประเทศเยอรมันจนถึงปี 2015 ยังคงมีแนวโน้มสดใส โดยระบุว่า ธุรกิจบริการเหล่านี้จะเน้นให้ความสำคัญเรื่องการซ่อมแซมออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. การซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดเสียหายเท่านั้น
2. การซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดเสียหายและชิ้นส่วน อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง
3. การซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดเสียหายและเพิ่มการบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆ

จากการวิจัย พบว่าอัตราการซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดเสียหายและเพิ่มการบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆ ได้เพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 42 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเยอรมันส่วนใหญ่ให้ความสนใจและนิยมใช้บริการ ให้ความใส่ใจ ศึกษาและบำรุงรักษารถยนต์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องสามารถให้ความรู้และแนะนำสินค้า พร้อมกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาใช้ในบริการแก่ผู้บริโภคควบคู่กันไปอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีบริษัทเยอรมันหลายบริษัทได้เริ่มให้บริการในรูปแบบ CARE-PACKAGE เพิ่มมากขึ้น โดยการเสนอบริการหลังการขาย ควบคู่ไปกับการขายสินค้ารถยนต์



สำหรับแผนการตลาดในต่างประเทศ เยอรมนียังคงเจาะตลาดในประเทศจีนและทวีปอเมริกาใต้เป็นหลัก เนื่องจากความต้องการในประเทศจีน และกลุ่มประเทศลาตินอเมริกายังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทรับตกแต่งรถยนต์เยอรมันจะต้องคิดค้นและเสนอสินค้า เทคโนโลยีสมัยใหม่ สำหรับการประดับ ตกแต่งรถยนต์ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของรถยนต์ โดยเฉพาะสินค้าในเรื่องเครื่องยนต์ ระบบท่อไอเสีย ระบบเบรก เป็นต้น ซึ่งเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

อัตราภาษีนำเข้า ปัจจุบันเยอรมนีเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้ายานยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ดังนี้

รายการสินค้า	ภาษีปกติ	ภาษีภายใต้ GSP (ไทยจะได้สิทธิพิเศษ ถึงวันที่ 31.12.2013)
รถที่มีเครื่องขนาดเกิน 2500 ซีซี (พิกัด H.S. 8702 10 11)	16	11.20
รถบัส รถโดยสารเครื่องยนต์ดีเซล (พิกัด H.S. 8703 10 11)	5	1.5
รถยนต์นั่งเครื่องยนต์ไม่เกิน 2500 ซีซี (พิกัด H.S. 8703 23 19)	10	6.5
ตัวถังเปล่ายานพาหนะ (พิกัด H.S. 8707 10 10)	4.5	0
กันชน (พิกัด H.S. 8708 10 10)	0	0
เข็มขัดนิรภัย (พิกัด H.S. 8708 21 90)	4.5	0
เบรก (พิกัด H.S. 8708 30 10)	0	0
ล้ออลูมิเนียม (ล้อแมกซ์) (พิกัด H.S. 8708 70 50)	0	0

ทั้งนี้ เมื่อจำหน่ายในประเทศเยอรมนี จะต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 19

แนวทางในการขยายตลาดส่งออกและข้อเสนอแนะ

1. สินค้าอุปกรณ์ยานยนต์ และส่วนประกอบที่สำคัญๆ ของไทย เช่น ส่วนประกอบโคมไฟ หม้อน้ำ และที่ปิดน้ำฝน เป็นต้น ยังคงมีคุณภาพปานกลาง มีภาวะการแข่งขันสูงกับสินค้าที่ผลิตในสหภาพยุโรป โดยเฉพาะจากประเทศยุโรปกลางเดิม (เช็ก โปแลนด์ และฮังการี) ที่ได้เป็นสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรป และได้เปรียบด้านภาษี นอกเหนือจากระยะทางการขนส่งที่อยู่ใกล้กว่าประเทศไทย ทำให้โอกาสการขยายตัวของการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดเยอรมันค่อนข้างจำกัด อย่างไรก็ตามจากความหลากหลายของยี่ห้อรถยนต์กว่า 40 ยี่ห้อในตลาดเยอรมันที่ปัจจุบันมีจำนวนกว่า 200 แบบ (Model) ยังคงจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการส่งออกสินค้าไทยไปสู่ตลาดเยอรมนี

2. ถึงแม้ว่าธุรกิจบริการในด้านนี้ของประเทศเยอรมนียังคงสดใส หากแต่โดยภาพรวมของสินค้ายานยนต์ในสหภาพยุโรปและภาวะวิกฤตเศรษฐกิจยุโรปในปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทย ควรพิจารณาหาแนวทางการแก้ไข โดยเพิ่มความมั่นใจในเรื่องคุณภาพสินค้าไทย และควรจะนำเอามาตรฐานต่างๆ ของสหภาพยุโรป ที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาระบบการผลิต โดยรัฐบาลอาจช่วยส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาและวิจัยการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ อาจนำเทคโนโลยีการผลิตยานยนต์ที่ประหยัดพลังงาน เน้นเรื่องคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคชาวยุโรปในอนาคตต่อไป

3. การแข่งขันในสินค้าที่มีราคาถูกเนื่องมาจากการรับจ้างผลิต สินค้าจากประเทศไทยยังไม่สามารถสู้กับสินค้ากับคู่แข่งในเอเชียได้ เช่น จีน และไต้หวัน เป็นต้น เนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งตัวเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการไทย จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านวัตถุดิบการผลิต เทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบ

4. มูลค่ายอดขายบริการในด้านการตกแต่งรถยนต์ในยุโรป ยังมีมูลค่าน้อยเมื่อเทียบกับตลาดเอเชียหรือตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ผู้ประกอบการไทยยังคงต้องให้ความสนใจ พร้อมพัฒนาสินค้าและพร้อมจะแข่งขันในตลาดยุโรป เพื่อแย่งชิงและรักษาส่วนแบ่งตลาดธุรกิจบริการในทวีปยุโรปไว้อย่างต่อเนื่องถาวร โดยเฉพาะสินค้าในเรื่องการ Tuning การตกแต่งรถกระบะ กันชนรถยนต์ เป็นต้น

5. ปัญหาทางด้านโลจิสติกส์ ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการไทยยังไม่มีศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศที่จะคอยช่วยอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า รวมถึงปัญหาเรื่องอัตราการขนส่งทางเรือที่เพิ่มสูงขึ้นและมีเรือขนส่งสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณารวมตัวกันเป็น Cluster เพื่อจะได้มีอำนาจต่อรองทางการค้าเพิ่มมากขึ้นและลดต้นทุนการผลิต

6. ผู้ประกอบการไทยควรเพิ่ม R & D (Research & Development) - การวิจัย ค้นคว้า เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ร่วมกับองค์กร/ธุรกิจจากประเทศอุตสาหกรรมยานยนต์ชั้นนำเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศเยอรมนี เพื่อนำไปประยุกต์ พัฒนาการผลิตสินค้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ของไทย ให้มีคุณภาพ ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับการผลิต ชิ้นส่วน/อุปกรณ์ยานยนต์ของประเทศผู้ผลิตรถยนต์ได้เป็นอย่างดีในอนาคต

จัดทำโดย นายอาทิตย์ กองเกตุ ผู้ช่วยดำเนินการฯ คนที่ 1
สคร.แฟรงก์เฟิร์ต
พฤศจิกายน 2555