

- ชื่อเรื่อง** : กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV กรณีศึกษาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา
- ชื่อผู้วิจัย** : รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ บุณย์เพิ่ม
- ปีที่ศึกษาแล้วเสร็จ** : 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในกลุ่มประเทศ CLMV กรณีศึกษาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา 2) ศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในดำเนินธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV กรณีศึกษาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา 3) นำเสนอกิจกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV ในมุมมองของผู้วิจัย การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ประชากรผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือกลุ่มผู้บริหารองค์การผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยที่เข้าไปทำงานใน สปป.ลาว และสหภาพเมียนมา จำนวน 13 คน และกลุ่มที่สองคือกลุ่มผู้แทนฝ่ายเจ้าของโครงการก่อสร้างในประเทศที่ศึกษา จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV ยังมีอุปสงค์อยู่มากตามนโยบายการพัฒนาประเทศ และผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยก็มีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจก่อสร้างทั้งใน สปป.ลาว และสหภาพเมียนมาได้เป็นอย่างดี โดยปัจจัยในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยแบ่งเป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลกระทบเชิงบวก ประกอบด้วย อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือวัสดุก่อสร้าง ข้อจำกัดจากสินค้าหรือบริการทดแทน สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลกระทบเชิงบวก ประกอบด้วย การจัดการโครงการก่อสร้างและคุณลักษณะของบุคลากร 2) กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในดำเนินธุรกิจก่อสร้างใน สปป.ลาว และสหภาพเมียนมา แบ่งเป็น กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงรับ และกลยุทธ์เชิงป้องกัน 3) จากมุมมองของผู้วิจัยที่มีต่อการดำเนินธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยควรเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ได้แก่ การรับงานเฉพาะงานที่มีประสบการณ์ตรง การรับงานที่มีความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีเฉพาะด้าน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการให้บริการงานก่อสร้างที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยให้เป็นที่รู้จัก สำหรับกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ได้แก่ การรับงานวิชาชีพเฉพาะด้าน การรับงานเฉพาะงานที่มีทักษะความชำนาญพิเศษ การรับงานก่อสร้างโดยวิธีการจ้างบุคลากรระดับเทคนิคและช่างฝีมือไปจากประเทศไทยและจัดจ้างแรงงานในท้องถิ่น การรับงานก่อสร้างโดยการถ่ายโอนภาระความรับผิดชอบในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างให้กับเจ้าของโครงการ และการรับดำเนินการด้านโลจิสติกส์เพื่อจัดซื้อจัดหาวัสดุก่อสร้างให้กับโครงการก่อสร้างต่างๆ ทั้งนี้สำหรับกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวมจัดเป็นกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างไทยในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMV

คำสำคัญ: กลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มประเทศ CLMV สปป.ลาว สหภาพเมียนมา

Title : Competitive Strategies of Thai Construction Enterprises for Business Operations in CLMV Countries: A Case Study of the Lao People's Democratic Republic (LPDR) and the Republic of the Union of Myanmar.

Researchers : Associate Professor Dr. Thippawan Boonyaperm

Year : 2020

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the underlying situations and factors that impact the business operations of Thai construction enterprises in CLMV countries: a case study of Lao PDR and the Republic of the Union of Myanmar; 2) to study the competitive strategies of Thai construction enterprises regarding their business operations in CLMV countries: a case study of Lao PDR and the Republic of the Union of Myanmar; and 3) to present the competitive strategies of Thai construction enterprises in order to operate their construction businesses in CLMV countries from the researcher's viewpoint. This research is a qualitative research. The population of key research informants was divided into 2 groups. The first group consisted of 13 Thai senior executives who had construction businesses in Laos PDR or Myanmar. The second group consisted of 7 project owner representatives in the studied countries. The employed data collection instrument was an in-depth interview form. The data analysis was carried out through content analysis.

Research findings are as follows: 1) In accordance with the national development policy, there is a high demand for construction investment in CLMV countries. Given potentiality of Thai construction enterprises, they could run their businesses in both Lao PDR and Myanmar effectively. The factors in the operation of Thai construction enterprises can be classified into external and internal factors. The external factors that have positive impacts on Thai construction enterprises consist of the bargaining powers of suppliers, the threats of substitute products or services, society and culture, and technology. The internal factors that have positive impacts on Thai construction enterprises, on the other hand, consist of construction project management, and personnel characteristics. 2) Competitive strategies of Thai construction enterprises for construction business operations in CLMV countries comprise the SO strategy, WO strategy, ST strategy and WT strategy. 3) From the researcher's viewpoint on construction business operations in CLMV countries, Thai construction enterprises should consider applying the differentiation strategy and the niche strategy. The differentiation strategy includes taking only specific construction projects based on the entrepreneur's direct working experience, taking only construction projects that the entrepreneurs have specialized technologies, building good relationships with customers by providing quality construction project management services, and creation of brands of Thai construction enterprises for better awareness and acceptance. The niche strategy, on the other hand, includes the taking of specific professional works, working as sub-contractors in only the projects that the entrepreneurs have special expertise skills, taking of construction projects by recruiting technical workforce and skilled labors from Thailand while hiring the unskilled labors from local areas, taking of construction projects by transferring the responsibility of material procurement to the project owners, and taking of the logistic operation for procurement of construction materials and equipment for various construction projects. On the other hand, the cost leadership strategy is an inappropriate strategy for Thai construction enterprises to implement in business operation in the CLMV countries.

Key Words: Competitive Strategy, Thai Construction Enterprises, Business Operations, CLMV Countries, Laos PDR, Myanmar.