

ปัญหาในการค้าที่เป็นงานค้าส่งออกของผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

EXPORTING PROBLEMS OF PROPRIETORS
IN WOODEN FURNITURE INDUSTRY IN THAILAND

ธวัช ทิพอารมย์

THUWAPHOL TIPAYAROM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KUMTD - 2016 - 50 - 55 - 251 - 235

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

EXPORTING PROBLEMS OF PROPRIETORS
IN WOODEN FURNITURE INDUSTRY IN THAILAND

ธวพล ทิพยารมณ

THUWAPHOL TIPAYAROM

เลขหมู่.....

สาระเขียน..... **81348**

วัน,เดือน,ปี..... **11 ส.ย. 2551**

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KMITL-2008-ED-M-251-235

**EXPORTING PROBLEMS OF PROPRIETORS
IN WOODEN FURNITURE INDUSTRY IN THAILAND**

THUWAPHOL TIPAYAROM

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2008

KMITL-2008-ED-M-251-235

COPYRIGHT 2008

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย
นักศึกษา	นายฐวพล ทิพยารมณ
รหัสประจำตัว	49064124
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2550
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน 2) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในด้าน ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี และ จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ไม้ ที่มีต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 182 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-way ANOVA ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบในด้านต่างๆเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการแข่งขัน ด้านการตลาด และ ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก
2. การเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่แตกต่างกัน มีปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

Thesis Title	Exporting Problems of Proprietors in Wooden Furniture Industry in Thailand
Student	Mr.Thuwaphol Tipayarom
Student ID.	49064124
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2007
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Jirasek Trimetsoontorn
Co- Thesis Advisor	Assoc. Prof. Atinuch Kanchanapiboon

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the export operation problems of proprietors in wooden furniture industry in Thailand interm of exporting-product preparation, marketing and competition 2) to study the influence of proprietors's characteristics in wooden furniture industry in Thailand export-operating period, production price per year and the number of wooden furniture industry in Thailand for exporting-product preparation, marketing and competition. The data were collected from 182 factories of proprietors in wooden furniture industry in Thailand by using questionnaires. The data were analyzed by statistical program for percentages, means, standard deviations and one-way ANOVA . The result showed that ;

1. The overall level of exporting problems of proprietors in wooden furniture industry in Thailand were moderate level. The most significant effect is competition followed by marketing and exporting product preparation respectively.

2. In comparison of problem from different background of exporting problems of proprietors in wooden furniture industry in Thailand, it was found that the enterprises, which are different in export- operation period, production price per year and the number of wooden furniture types are not different in the problem of export operation at 0.05 significance level.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยคำแนะนำ และคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินการด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยจาก ผศ.ดร.จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่าน และขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.สรรพสิทธิ์ ลิ่มนรรัตน์ ดร.ธีระชินภัทร งามเกษ และ ผศ.ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ ซึ่งช่วยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ อาจารย์ณัฐวุฒิ โรจน์นิตตติกุล คุณจิตติมา ทองภูสวรรค์ คุณสุกานดา ศรีศิริวัน และ คุณณพัฑ วัฑยุท ที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการตรวจสอบแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ ให้ด้วยดีตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลและการตอบแบบสอบถามทุกข้ออย่างสมบูรณ์ รวมถึงให้ ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

สุดท้ายขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ ภาควิชาภาษาและสังคม ตลอดจนบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ชูवल ทิพยารมณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.5.1 ประชากร.....	7
1.5.2 ขอบเขตเวลา.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดด้านการดำเนินงานของธุรกิจ.....	10
2.1.1 ทฤษฎีด้านการผลิต.....	10
2.1.2 ทฤษฎีด้านการตลาด.....	14
2.1.3 ทฤษฎีด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ.....	16
2.2 แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม.....	18
2.2.1 ขนาดของอุตสาหกรรม.....	18
2.2.2 ระยะเวลาการดำเนินการด้านการส่งออก.....	18
2.2.3 การจำแนกประเภทของเฟอร์นิเจอร์.....	20
2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออก.....	22
2.3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก.....	23

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.3.2 การชำระเงินค่าสินค้า.....	24
2.3.3 สินเชื่อเพื่อส่งออก.....	25
2.3.4 การขนส่งสินค้า.....	25
2.4 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญและช่องทางการส่งออก.....	28
2.4.1 ตลาดญี่ปุ่น.....	29
2.4.2 ตลาดสหรัฐอเมริกา.....	29
2.4.3 ตลาดสหภาพยุโรป.....	30
2.4.4 ช่องทางการส่งออกตลาดต่างประเทศ.....	31
2.5 หน่วยงาน นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง.....	32
2.5.1 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์.....	32
2.5.2 นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง.....	33
2.6 มาตรการกีดกันทางการค้า.....	41
2.6.1 มาตรการกีดกันทางการค้าในด้านภาษี (Tariff Barriers).....	41
2.6.2 มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีภาษี (Non-Tariff Barrier).....	42
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	50
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.1.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	50
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	50
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	52
3.3.1 ศึกษาทฤษฎี.....	52
3.3.2 สร้างแบบสอบถาม.....	52
3.3.3 ผู้วิจัย.....	52
3.3.4 ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ.....	53
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	53

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	53
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	56
3.6.1 สถิติพรรณนา.....	56
3.6.2 สถิติอนุมาน.....	57
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	61
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ไม้ในประเทศไทย.....	63
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออก ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย.....	64
4.3.1 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์.....	64
4.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด.....	70
4.3.3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน.....	76
4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน.....	78
4.4.1 ด้านระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก.....	78
4.4.2 ด้านมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี.....	80
4.4.3 ด้านจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้.....	81
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะปัญหาและอุปสรรคต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านการ ส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย.....	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย.....	86
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	86
5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	86
5.3 สรุปผลการวิจัย.....	87
5.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	87

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
5.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการ.....	88
5.3.3 ผลการวิจัยปัญหาการดำเนินงานด้านการ.....	88
5.3.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	91
5.4 อภิปรายผล.....	93
5.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	93
5.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการ.....	93
5.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินการ.....	93
5.4.4 ข้อมูลเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของผู้ประกอบการ.....	95
5.5 ข้อเสนอแนะ.....	98
5.5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้.....	98
5.5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งต่อไป.....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	102
ก. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	103
ข. หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและหนังสือผลการ พิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์.....	111
ประวัติผู้เขียน.....	114

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงมูลค่าตลาดส่งออกที่สำคัญในต่างประเทศ.....	2
3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	52
3.2 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	55
3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One – way ANOVA.....	58
4.1 จำนวนร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล.....	61
4.2 จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการ.....	63
4.3 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก.....	65
4.4 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์.....	66
4.5 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง.....	68
4.6 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยทั้ง 3 ด้านในภาพรวม.....	69
4.7 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์.....	70
4.8 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านราคา.....	72
4.9 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด.....	74
4.10 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด.....	75
4.11 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย.....	77
4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการด้านการส่งออก ทดสอบ โดยวิธี (One-way ANOVA).....	79
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี ทดสอบ โดยวิธี (One-way ANOVA).....	80
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านกาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทดสอบ โดยวิธี (One-way ANOVA).....	82

สารบัญภาพ

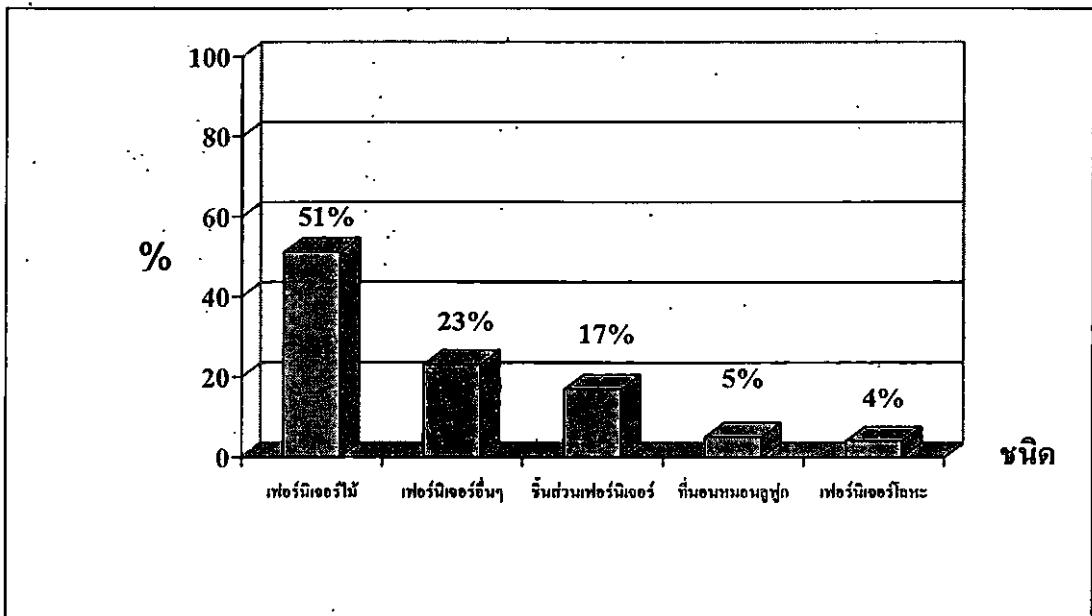
ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงร้อยละของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด.....	1
1.2 แสดงมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ.....	3
1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
2.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4 p).....	16
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ และองค์การ.....	17
2.3 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า.....	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มี การปรับตัวอย่างต่อเนื่องในแต่ละยุคสมัย และเริ่มมีบทบาทในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้เฟอร์นิเจอร์ยังเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ ซึ่งประเทศที่นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศมากขึ้น ทั้งในการสร้างแบรนด์และสร้างตลาดใหม่ ๆ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีฐานลูกค้าสำคัญในตลาดต่างประเทศอยู่แล้วจะพยายามรักษาตลาดเดิมให้ได้ และเริ่มมองหาตลาดและพันธมิตรใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น โดยที่ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับในการสร้างคุณภาพและเน้นการออกแบบที่แตกต่าง ทำเพื่อสร้างผลกำไรให้สูงขึ้น นอกจากนี้ไทยยังได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนทางด้านวัตถุดิบ แรงงานและการผลิตซึ่งสามารถสร้างส่วนต่างของกำไรได้มากกว่าประเทศคู่แข่ง โดยดูจากภาพรวมของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์โดยรวม คือ



ภาพที่ 1.1 แสดงร้อยละของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด

ที่มา : www.depthai.go.th (2549)

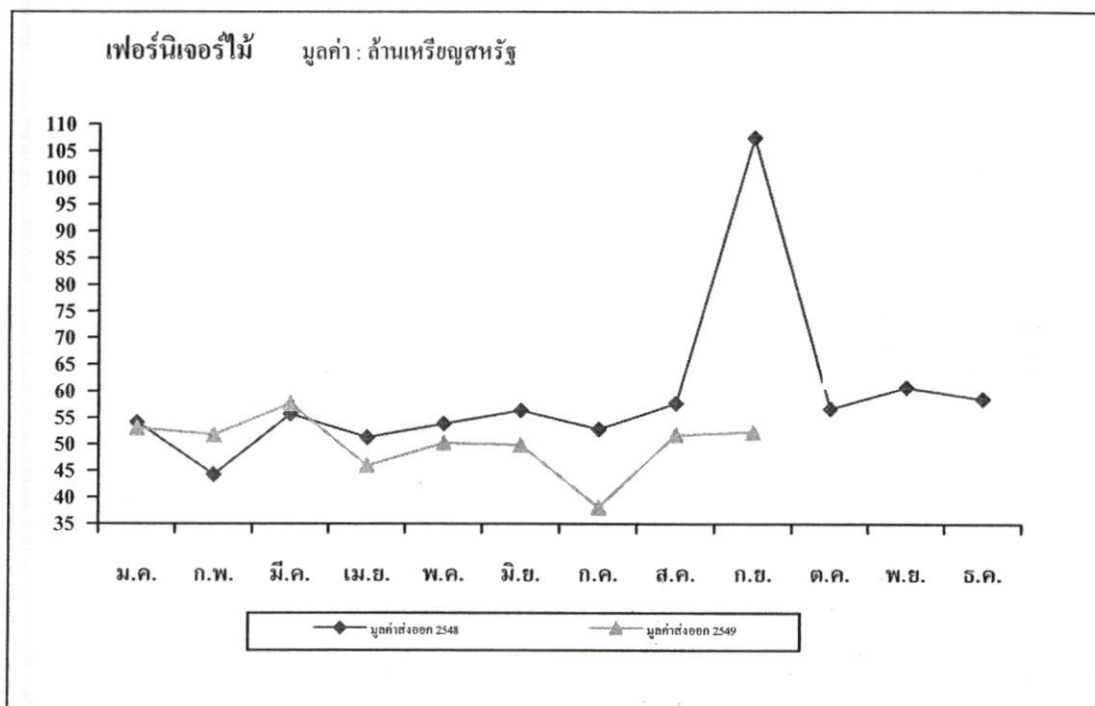
และเป้าหมายการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในปี 2549 นั้น พบว่า จะมีมูลค่า 1,363 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเพิ่มจากปี 2548 ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2548 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ และในเดือน ม.ค. - ธ.ค. ปี 2549 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีมูลค่า 1,220.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากปี 2548 ร้อยละ 1.5 ส่วนในเรื่องของการคาดการณ์การส่งออกในปี 2550 นั้นคาดว่าจะมีมูลค่า 1,257 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 และคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 0.9 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 1.1 แสดงมูลค่าตลาดส่งออกที่สำคัญในต่างประเทศ ตลาดส่งออกที่สำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD		
	2547	2548	2549
1. สหรัฐอเมริกา	435.07	405.58	358.85
2. ญี่ปุ่น	316.73	306.99	289.03
3. สหราชอาณาจักร	119.07	126.02	134.74
4. ออสเตรเลีย	31.23	33.36	55.57
5. แคนาดา	46.53	34.21	24.67
6. มาเลเซีย	13.40	19.74	24.62
7. เนเธอร์แลนด์	14.48	21.42	23.04
8. เยอรมนี	24.65	25.78	20.34
9. อิตาลี	13.50	16.51	20.29
10. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	11.89	14.16	16.82
รวม 10 ประเทศ	1,026.56	1,003.76	967.98
อื่น ๆ	180.76	235.54	252.71
มูลค่ารวม	1,207.32	1,239.30	1,220.68

ที่มา : www.depthai.go.th (2549)

เมื่ออุตสาหกรรมตลาดส่งออกต่างประเทศที่สำคัญพบว่าตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศค่อนข้างคงที่ และสามารถดูได้จากกราฟการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ล้าน เหรียญสหรัฐ)



ภาพที่ 1.2 แสดงมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ (ล้านเหรียญสหรัฐ)

ที่มา : www.dephtai.go.th (2549)

และจากกราฟนี้ก็ทำให้สามารถเข้าใจได้มากขึ้นเกี่ยวกับแนวโน้มการขยายตัวในเรื่องของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ และที่มีแนวโน้มคงที่นี้เอง จึงสามารถสรุปปัญหาที่สำคัญ ๆ มาได้ ดังนี้คือ

- 1) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่ยังคงแข็งค่าส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออก
- 2) การขาดแคลนวัตถุดิบไม้อย่างพาราซึ่งป็นผลจากการอนุญาตให้ส่งออกไม้อย่างพาราได้อย่างเสรีทำให้ปริมาณไม้ที่ป้อนโรงงานในประเทศไม่เพียงพอ
- 3) ราคาที่ผันผวนไม่แน่นอนของวัตถุดิบภายในประเทศ (ไม้) โดยภาครัฐยังไม่มีการจัดการและนโยบายคุ้มครองให้เกิดความเป็นธรรมในตลาดปัจจัย
- 4) ขั้นตอนของพิธีการนำเข้าวัตถุดิบ (เช่น ไม้) ใช้เวลาและไม่มี Fast track

จะเห็นได้ว่าปัญหาที่สำคัญ ๆ ทั้ง 4 ประการนี้มีผลกับการประกอบของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งสิ้น โดยประเด็นหลักในตอนนี้ คือ เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ต้องประสบปัญหาการขาดทุนและบางบริษัทต้องปิดกิจการลง ในส่วนของวัตถุดิบก็ยังมีอุปสรรคในการแข่งขันในเรื่องของราคาและการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากในตอนนี้เองราคาไม้อย่างพาราพุ่งสูงขึ้นมากทำให้ชาวสวนชะลอตัวในเรื่องของการตัดเพื่อเก็งกำไร และในส่วนของ การขาดแรงงานฝีมือนั้นก็เป็ประเด็นปัญหาที่สำคัญของผู้ส่งออกเช่นกัน

จากอุปสรรคในการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไปยังประเทศต่าง ๆ ดังที่กล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเพื่อให้ผู้บริหารนำไปพิจารณากำหนดแนวทางการแก้ปัญหาและปรับปรุงการดำเนินการให้สอดคล้องตามปริมาณกำลังการผลิตต่อปีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ และมาตรฐานสากลที่ผ่านการรับรองได้อย่างเหมาะสม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในด้าน ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ ที่มีต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และ ด้านการแข่งขัน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 สมมติฐานที่ 1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันต่างกัน

1.3.2 สมมติฐานที่ 2 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีมีต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์ด้านส่งออกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันต่างกัน

1.3.3 สมมติฐานที่ 3 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์ด้านส่งออกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันต่างกัน

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานด้านการส่งออกของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยและศึกษาถึงลักษณะของผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่แตกต่างกันในด้าน ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่า
การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นตัวแปรที่มีผลต่อ
ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศ
ไทยโดยผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยเป็นด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกด้านการตลาด
และด้านการแข่งขัน โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ จีรศักดิ์ เหวะวิเศษเรื่อง "ปัญหาการดำเนินงานของผู้
ส่งออกเม็ดพลาสติกในประเทศไทย" แล้วนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับงาน วิจัยฉบับนี้ ดังแสดง
ในภาพที่ 1.1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

ลักษณะของผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้
ในประเทศไทย

1. ระยะเวลาในการดำเนินงานด้าน
การส่งออก
2. มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี
3. จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์
เฟอร์นิเจอร์ไม้



ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้
ในประเทศไทย

1. ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก
 - การวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์
เพื่อส่งออก
 - การปฏิบัติงานส่งออก
เฟอร์นิเจอร์
 - การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านการตลาด
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - การส่งเสริมการตลาด
3. ด้านการแข่งขัน

ภาพที่ 1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ทั้งหมดจำนวน 334 ราย (จากรายชื่อของ กรมส่งเสริมการส่งออก ณ วันที่ 10 กันยายน 2550)

1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปร เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ตัวแปรต้น คือ ลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ได้แก่

1. ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก
2. มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี
3. จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

ตัวแปรตาม คือ ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ได้แก่

1. ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ประกอบด้วย
 - 1) การวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก
 - 2) การปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์
 - 3) การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านการตลาด
 - 1) ผลิตภัณฑ์
 - 2) ราคา
 - 3) การส่งเสริมการตลาด
3. ด้านการแข่งขัน

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้จะทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานด้าน การส่งออก ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย และสรุปผลการศึกษาโดยใช้ ระยะเวลาในการศึกษาดังแต่เดือนกันยายน 2550 ถึง เดือนมกราคม 2551

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อทราบถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.6.2 ทำให้ทราบถึงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์และปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก การตลาด และการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

1.6.3 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ได้นำไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจการแก้ปัญหาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องตามปริมาณการผลิตต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกและจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.6.4 เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการวางแผนแก้ไขปัญหาองค์รวมในระยะยาวของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

1.6.5 เป็นข้อมูลแก่ภาครัฐในการแก้ไขปัญหาและกำหนดนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย

1.6.6 เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีความสนใจเข้าสู่ธุรกิจการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ใช้เป็นแนวทางในการป้องกันปัญหาและเตรียมความพร้อม

1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 **ลักษณะของผู้ประกอบการ** หมายถึง ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมที่มีเหมือนกันในงานวิจัยที่ใช้ลักษณะทั่วไป 3 ด้านคือ ปริมาณการผลิตต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้

1.7.2 **ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย** หมายถึง ปัญหาของงานด้านการส่งออก 3 ด้าน คือ ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก การตลาด และการแข่งขัน

1.7.3 **สภาพการส่งออก** หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ลักษณะในการดำเนินการ ติดต่อซื้อขายละส่งสินค้าออกของสถานประกอบการ

1.7.4 **ปัญหาการส่งออก** หมายถึง ข้อขัดข้องต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับการส่งออกสินค้าในด้านการผลิต ด้านการแข่งขันและข้อมูลข่าวสารทางการตลาดและด้านการส่งออก

1.7.5 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ หมายถึง อุตสาหกรรมที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้เนื้อแข็ง ไม้ยางพารา ไม้แผ่นวิทยาศาสตร์หรือไม้แผ่นเรียบ ไม้อัด หวาย ไม้ไผ่และไม้อื่น ๆ

1.7.6 สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในครัวเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนอนเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนั่งเล่น เฟอร์นิเจอร์ในสวน เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ที่ทำด้วยไม้

1.7.7 สถานประกอบการขนาดเล็ก หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.7.8 สถานประกอบการขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานมากกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 50 ล้านบาทไม่เกิน 200 ล้านบาท

1.7.9 สถานประกอบการขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานมากกว่า 200 คนหรือมีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 200 ล้านบาท

1.7.10 ประเภทของวัตถุดิบไม้ หมายถึง ชนิดของไม้ที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์

1.7.11 ตลาดหลักที่ส่งออก หมายถึง ประเทศที่เป็นผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุดของแต่ละสถานประกอบการ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปและกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการดำเนินงานของธุรกิจ
- 2.2 แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
- 2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออก
- 2.4 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญและช่องทางการส่งออก
- 2.5 หน่วยงาน นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 มาตรการกีดกันทางการค้า
- 2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการดำเนินงานของธุรกิจ

ในการวิจัยปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยนี้ได้อาศัยทฤษฎีและแนวคิดกับการวิจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ

2.1.1 ทฤษฎีด้านการผลิต

การศึกษาปัญหาในกระบวนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมใด ๆ นั้น จำเป็นต้องทราบถึงวิธีการและแนวความคิดในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมนั้น ๆ เสียก่อนโดยนำแนวคิดทางด้านการจัดการผลิต ซึ่งพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็น และมีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพมาใช้ประกอบในการพิจารณา โดยปัจจัยที่เลือกนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ

2.1.1.1 การวางแผนการผลิต

พิชิต สุขเจริญพงศ์ (2538 : 25-26) กล่าวว่า การวางแผนการใช้ระบบการผลิต เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวางแผนเพื่อให้การผลิตและแปลงสภาพที่มีอยู่เพื่อผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกิจกรรมนั้นประกอบด้วยการพยากรณ์การผลิต การวางแผนการผลิตรวม การจัดลำดับการผลิต การควบคุมการผลิต การวางแผนและจัดลำดับโครงการดังนี้

1.การพยากรณ์การผลิตการพยากรณ์การผลิตจัดว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการผลิตและปฏิบัติการด้วยพยากรณ์ที่ถูกต้อง ผู้บริหารจะสามารถวางแผนการผลิตและปฏิบัติการ

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การผลิต เป็นการคาดหมายถึงความต้องการของสินค้าและบริการในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลจากอดีต

2. การวางแผนผลิตรวมเป็นการวางแผนการผลิตในช่วงเวลาที่ต้องการซึ่งอาจเป็น 3 เดือน หรือ 6 เดือน การวางแผนการผลิตรวม จะเป็นการศึกษาและกำหนดอย่างคร่าว ๆ ถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับชาวที่วางแผน โดยพิจารณาถึงความต้องการ กำลังคนและเครื่องจักร ตลอดจนสินค้าคงเหลือแล้วกำหนดว่าจะใช้กลยุทธ์ในการผลิตอย่างไร เช่น อาจผลิตสินค้าเท่ากับความต้องการในแต่ละเดือน โดยไม่เก็บสินค้าคงเหลือ หรืออาจผลิตสินค้าเท่า ๆ กันทุกเดือน ถ้าเดือนใดความต้องการไม่มากพอ ก็เก็บสินค้าที่เหลือไว้เพื่อจำหน่ายในเดือนถัดไปเป็นต้น

3. การจัดลำดับการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการผลิตตามงาน (Job-shop production) มีความสำคัญเพราะประสิทธิภาพของระบบการผลิต มีผลจากลำดับการผลิตมาก การจัดลำดับการผลิตคือ การจัดลำดับความสำคัญของงาน หรือสินค้าที่อยู่ระหว่างการผลิตเพื่อเข้ารับการผลิตในเครื่องจักรงานที่ให้มีความสำคัญมากกว่าจะได้รับการจัดให้ทำก่อน

4. การควบคุมการผลิต เมื่อถึงขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการ สิ่งที่ทำเป็นประจำหนึ่งคือ การควบคุมการผลิต และการแปลงสภาพเพื่อให้ได้สินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ และทันตามเวลาที่กำหนด

5. การวางแผนและจัดลำดับโครงการ เมื่องค์การมีโครงการที่จะต้องจัดทำ การวางแผนและจัดลำดับ โครงการก็จะเป็นกิจกรรมหลักที่ผู้บริหารต้องทำ

2.1.1.2 การปฏิบัติการผลิต

ปรื่อง กิจรัตน์ภร (2543:14) ได้จำแนกการปฏิบัติทางการผลิตว่าประกอบด้วยโครงสร้างย่อย ๆ คล้ายลูกโซ่ในแต่ละส่วนของโครงสร้างย่อยจะมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงต่อกันดังนี้

1. กระบวนการก่อนผลิต ทำหน้าที่เตรียมการก่อนการปฏิบัติการ ซึ่งวัตถุดิบยังอยู่ในสภาพเดิม และยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม โดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ๆ ดังนี้ คือ การรับสั่งของ การเอาของออก และอื่น ๆ (ถ้ามี)

2. กระบวนการผลิต เป็นกระบวนการที่วัตถุดิบกำลังเปลี่ยนแปลง และรูปร่างไปจากเดิม ทั้งนี้ขั้นตอนกระบวนการผลิตประกอบด้วย การขึ้นรูปทรง การแบ่งแยก การตัดชิ้นส่วน การประกอบเข้าและอื่น ๆ (ถ้ามี)

3. กระบวนการหลังการผลิต เป็นกิจกรรมขั้นตอนที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการผลิต และกลายเป็นผลผลิตสินค้าออกมาแล้ว แต่ยังคงต้องมีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องอยู่ ได้แก่ การติดตั้งการบำรุงรักษา การซ่อมแซม การตัดแปลง

2.1.1.3 การควบคุมการผลิต

พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ (2541 : 33-34) ได้กล่าวถึงแนวทางเพื่อให้การจัดการด้านการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และใช้ต้นทุนประหยัดที่สุด จำเป็นต้องมีการควบคุมการผลิตที่มีประสิทธิภาพ หลักการควบคุมการผลิต จำแนกได้เป็น 2 ด้าน คือ การควบคุมด้านปริมาณ ซึ่งรวมถึงการควบคุมเรื่องเวลาที่ใช้ในการผลิตและการควบคุมด้านคุณภาพ ดังนี้

1. การควบคุมด้านปริมาณ จะมุ่งเน้นให้กระบวนการผลิตได้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่กำหนด โดยใช้เวลาในการผลิตอย่างเหมาะสมในการควบคุมด้านปริมาณ และเวลามีเทคนิคที่นิยมใช้ คือ แผนภูมิแกนต์ (Gantt Chart) เทคนิค CMP (Critical Path Method) และเทคนิค PERT (Project Evaluation and Review Method)

2. การควบคุมด้านคุณภาพ โดยปกติคุณภาพของสินค้าหรือสิ่งของที่ผลิตอาจไม่คงที่เสมอ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพนักงานเครื่องจักรหรือสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องควบคุมไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ การควบคุมคุณภาพโดยทั่วไป จะทำการตรวจสอบลักษณะที่สำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1)การตรวจสอบเชิงคุณภาพ เป็นการตรวจสอบเพื่อต้องการรู้ว่าของนั้นใช้งานได้หรือไม่ เป็นของดีหรือไม่

2)การตรวจสอบความผันแปร เป็นการตรวจสอบระหว่างของแต่ละชิ้นในปริมาณที่วัดได้ เป็นค่าต่อเนื่อง เช่น น้ำหนัก ความยาว ความเข้มข้น เป็นต้นการควบคุมด้านคุณภาพสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนได้แก่

(1) การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่มาจากภายนอก

(2) การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต โดยสุ่มหรือตรวจทุกชิ้น

(3) การควบคุมคุณภาพสินค้าสำเร็จรูปก่อนขายให้ลูกค้า โดยการสุ่มหรือตรวจ

ทุกชิ้น

นอกจากนี้ยังมีเทคนิคการควบคุมคุณภาพการผลิตที่นิยมใช้ในปัจจุบันเรียกว่า “ความเสียหายเป็นศูนย์ (Zero Defect)” เทคนิคนี้ยึดหลักการขจัดความผิดพลาดทุกทางโดยกระตุ้นให้คนทำงานเข้าใจและทราบถึงสาเหตุของความผิดพลาดเพื่อหาแนวทางแก้ไขสาเหตุเหล่านั้น ร่วมกับผู้บริหาร

2.1.1.4 การควบคุมสินค้าด้านคงคลัง (Inventory Control)

พิชิต สุขเจริญ (2538 : 57-58) ได้กล่าวถึงสินค้าคงคลัง (Inventory) ว่า หมายถึง สินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งาน หรือจำหน่ายในอนาคต องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะป็นองค์กรการผลิตหรือการให้บริการ อาจเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก หรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการที่องค์กรนั้นทำอยู่ แต่โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บไว้ในองค์กรหรือหน่วยงาน

ใด ๆ อาจจำแนกเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทต่อไปนี้ คือ วัตถุดิบ และชิ้นส่วนเพื่อการผลิต สินค้าคงคลังในระหว่างกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือชิ้นส่วนของเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ

การเก็บสินค้าคงคลังขององค์กรต่าง ๆ มีสาเหตุและเหตุผลของการเก็บแตกต่างกันไป และเหตุผลทั่วไปที่ทำให้ต้องทำการเก็บสินค้าคงคลัง ได้แก่

1. เพื่อให้มีจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการลูกค้าที่ต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อาจสั่งซื้อเมื่อใดก็ได้โดยที่ไม่อาจคาดหมายได้การเก็บสินค้าคงคลังจะช่วยประกันว่าจะไม่เสียโอกาสในการทำกำไรจากการจำหน่ายสินค้า เมื่อลูกค้าต้องการ

2. เพื่อปรับเรียบการผลิตสำหรับกรณีที่มีความต้องการมีลักษณะเป็นไปตามฤดูกาล และกรณีที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณมากน้อย ตามแต่ฤดูกาล

3. เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนคราวละจำนวนมาก เนื่องจากการสั่งซื้อทีละจำนวนมาก จะทำให้ได้ราคาต่อหน่วยถูกลงกว่าสั่งซื้อทีละน้อย ๆ ในทำนองเดียวกันกับการผลิตทีละมาก ๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ดังนั้น เมื่อเกิดการสั่งซื้อวัตถุดิบ หรือผลิตทีละมาก ๆ ก็จำเป็นต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังในรูปของวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

4. เพื่อแก้ปัญหากรณีที่วัตถุดิบอาจเน่าเสีย ในอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้วัตถุดิบจากพืชผลการเกษตร วัตถุดิบเหล่านี้จะเกิดการเน่าเสียได้ ถ้าปล่อยทิ้งไว้นานเกินไป ดังนั้นการผลิต จะต้องแปรสภาพสินค้าเกษตรให้เป็นผลผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้หมดในเวลาอันสั้น และเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในลักษณะของสินค้าคงเหลือ เพื่อให้จำหน่ายต่อไป

5. เพื่อป้องกันการขาดแคลน โดยเฉพาะวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ในการซ่อมบำรุงเครื่องจักร ถ้าเกิดขาดแคลน จะทำให้เกิดผลเสียหายต่อกระบวนการผลิตจากการต้องหยุดการผลิต จึงจำเป็นต้องเก็บสินค้าคงเหลือในรูปวัตถุดิบ และชิ้นส่วนเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ

6. เพื่อแยกกระบวนการผลิตให้เป็นอิสระจากกัน การเก็บสินค้าคงคลังในรูปผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จระหว่างการผลิต จะช่วยให้การดำเนินงานของแต่ละส่วนในการกระบวนการผลิตแยกออกจากกันอย่างอิสระ เมื่อเกิดปัญหาขัดข้องในกระบวนการหนึ่ง จะไม่ทำให้กระบวนการถัดไปเกิดปัญหา เพราะสามารถใช้ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปที่เก็บไว้ เพื่อผลิตต่อไปได้ ทำนองเดียวกันกับกระบวนการก่อนหน้านี้นี้ไม่ต้องหยุดการผลิต เพราะสามารถผลิตและเก็บไว้เป็นสินค้าคงเหลือได้

นอกจากนี้ การควบคุมสินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ เพื่อให้ต้นทุนจากการเก็บสินค้าคงคลังมีค่าต่ำสุดและเพื่อให้ลูกค้า หรือผู้บริกากรเกิดความพึงพอใจมากที่สุดจากการได้รับผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ต้องการตามเวลาที่กำหนด โดยทั่วไปวัตถุประสงค์ 2 ข้อ นี้ มีลักษณะที่ขัดแย้งกัน เพราะการพยายามลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลัง จะทำให้ระดับความพอใจ

ของลูกค้าน่าต่ำลง ทั้งนี้การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง โดยเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อย มีโอกาสสูงที่ลูกค้าจะไม่ได้ผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ในทางตรงกันข้าม ถ้าต้องการเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก จะทำให้ต้นทุนการเก็บสินค้าสูงขึ้น ดังนั้น การเก็บสินค้าคงคลังไว้มากเกินไป จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง แต่ถ้าเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยเกินไป ก็จะทำให้ลูกค้าขาดความนิยม เนื่องจากสินค้าขาดแคลนบ่อย และยังส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ซึ่งอาจต้องรอคอยและเกิดการสูญเสียต้นทุนเนื่องจากขาดวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนเครื่องจักร

ปัญหาการตัดสินใจของผู้บริหารระบบสินค้าคงคลังจึงเป็นการถ่วงดุลผลประโยชน์ทั้งสอง โดยหลีกเลี่ยงการเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไป หรือน้อยจนเกินไป ปัญหาการตัดสินใจในเรื่องการควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีอยู่ 2 ประการคือ

1. จำนวนที่จะสั่งซื้อหรือผลิตแต่ละครั้งว่า ควรมีปริมาณเท่าใดจึงจะเหมาะสม
2. เวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อหรือสั่งผลิตนอกจากการควบคุมสินค้าคงคลังจะช่วย

ให้สินค้ามีปริมาณที่เหมาะสมไม่มาก หรือน้อยจนเกินไป

ดังนั้น การควบคุมสินค้าคงคลัง จึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ทางการเงินเพื่อไม่ให้เกิดเงินทุนจมในวัสดุกรณีที่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากเกินความเกินความต้องการจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา
2. วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและการขายเพื่อให้มีวัสดุเพียงพอต่อการผลิต และมีสินค้าไว้พร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีและต่อเนื่อง
3. วัตถุประสงค์ด้านการเก็บรักษาเพื่อให้มีวัสดุอยู่ในสภาพพร้อมจะใช้ในการผลิตหรือขายตลอดเวลา โดยมุ่งให้เกิดการหมุนเวียนที่เหมาะสม เนื่องจากวัสดุทุกชนิดมีการเสื่อมสภาพตามเวลา

2.1.2 ทฤษฎีด้านการตลาด

Philip Kotler (1991:9) ได้เสนอแนวคิดของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ต่อกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเพื่อก่อให้เกิดผลบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย

2.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จะประกอบสินค้าบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการออกแบบ ตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุง ซึ่งผลผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ มีคุณค่า และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

2.1.2.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือสิ่งที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งบางอย่าง ประกอบด้วย การกำหนดตราสินค้า การให้ส่วนลด การใช้ส่วนแถมและ

ระยะเวลาของการชำระเงิน โดยที่การกำหนดราคาควรจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยต้องคำนึงถึง ต้นทุนและราคาของกลุ่ม

2.1.2.3 การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

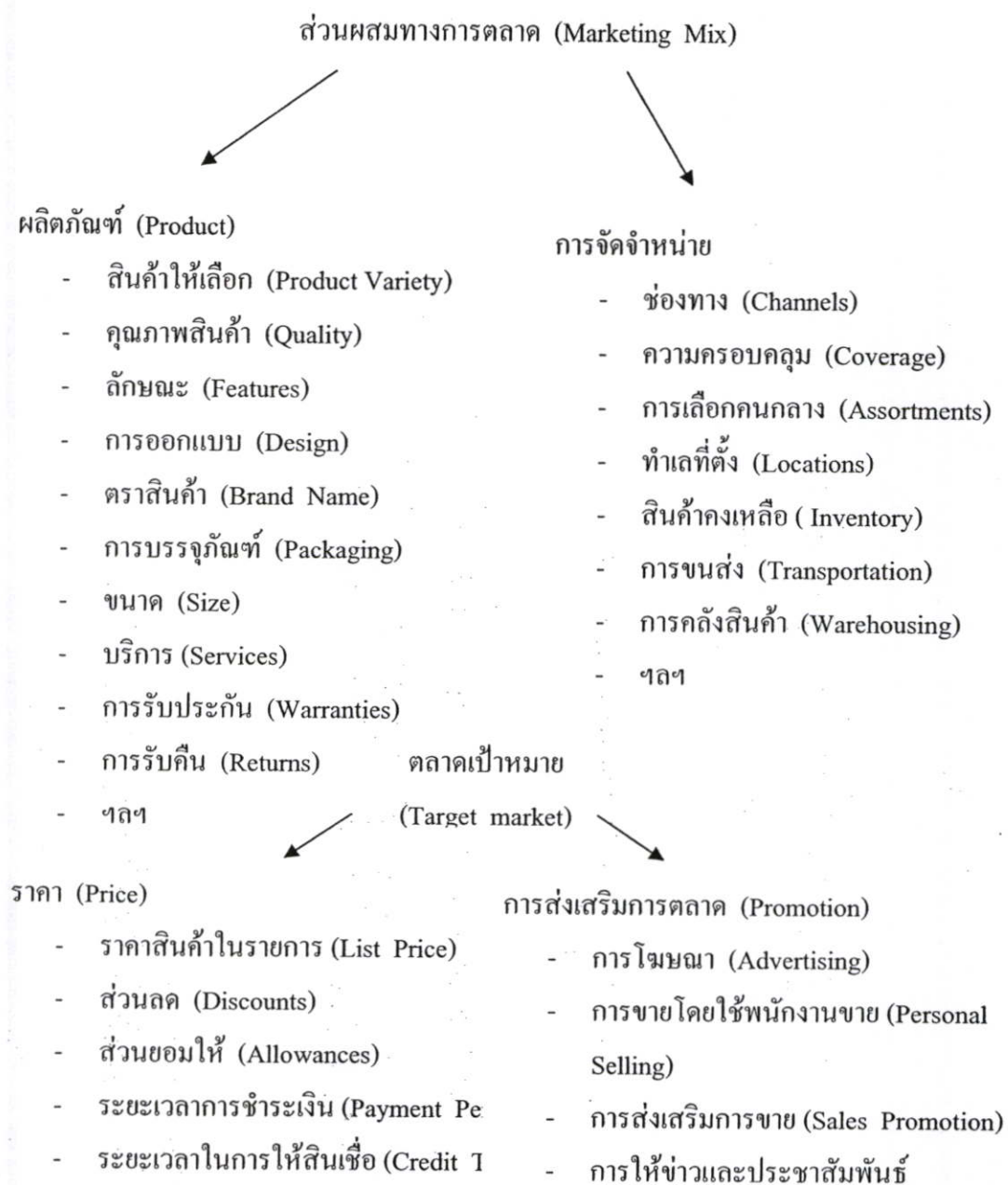
2.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) และการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) หมายถึง กิจกรรมในการเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและ (หรือ) ผลผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น การโฆษณาสินค้า และบริการผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) หมายถึง กิจกรรมแจ้งข่าวสารและจุดตลาด โดยใช้บุคคลและสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายหรือผู้ผลิตกับลูกค้าที่คาดหวัง

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน และการให้ข่าว สามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อ คดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายอาจกระตุ้นผู้บริโภค เช่น ลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลางและพนักงานขาย เช่น การแข่งขันการขาย เป็นต้น

4. การข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation) การให้ข่าว หมายถึง การเสนอความคิด สินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน จากองค์กรที่ได้รับผลประโยชน์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การประชุม สัมมนา แก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ติดต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์อาจทำได้เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์ต่าง ๆ (ประชุม สัมมนา จัดกีฬา หรือเป็นสปอนเซอร์) การให้บริการ (การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม) ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4 p)

ที่มา : Philip Kotler (1991 : 9)

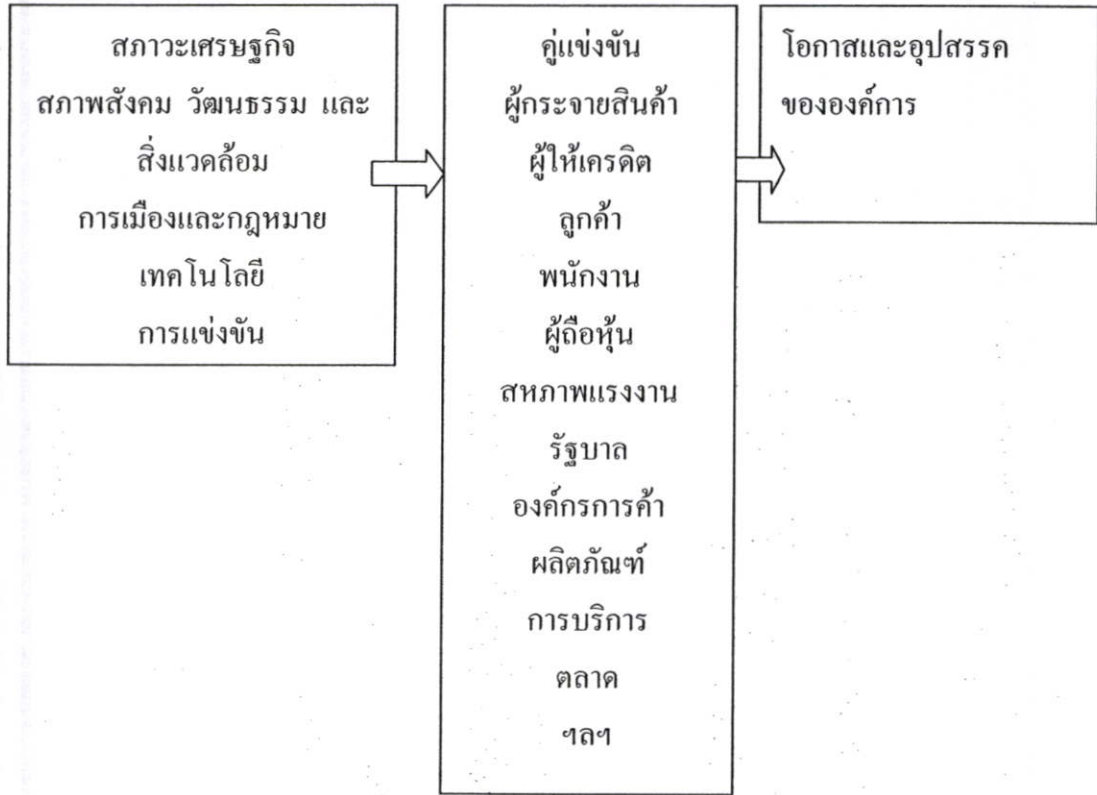
2.1.3 ทฤษฎีด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

Fred R. David (2001 : 77) ได้เสนอแนวคิดที่ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ส่งผลต่อโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากองค์กรใดสามารถกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินของคนได้อย่างชัดเจน และสามารถตอบสนองต่อปัจจัยเหล่านั้นได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะทำให้องค์กรเกิดข้อได้เปรียบจากโอกาสเหล่านั้น สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ สามารถแยกออกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1. สภาวะเศรษฐกิจ

2. สภาพสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
3. การเมือง และกฎหมาย
4. เทคโนโลยี
5. การแข่งขัน

ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์การ แสดงได้ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ และองค์การ
ที่มา : Fred R. David (2001 : 77)

ภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกนั้นมีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการซึ่งส่งผลต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลยุทธ์ในการกำหนดส่วนตลาดลักษณะในการนำเสนอการบริการทางเลือกของธุรกิจในการเสนอขายสินค้าและบริการอีกด้วยในการกำหนดและประเมินโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกที่อาจเกิดขึ้นได้นั้นองค์กรสามารถดำเนินการได้โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์กรกำหนดกลยุทธ์ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จที่เหมาะสมในระยะยาวรวมถึงการกำหนดนโยบายในแต่ละปีที่เหมาะสมเพื่อทำให้องค์กรดำเนินงานไปในแนวที่ถูกต้องตามกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ความ ซับซ้อนของธุรกิจในปัจจุบันทำให้การแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้นในตลาด โลก

ผู้ทำธุรกิจจะต้องเรียนรู้ปรับตัวเปลี่ยนแปลง และคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

2.2 แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

2.2.1 ขนาดของอุตสาหกรรม

การกำหนดขนาดของกิจการ ซึ่งในกรวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดตามพระราชบัญญัติผู้ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยกำหนดเป็น 3 ขนาดคือ

อุตสาหกรรมขนาดย่อม คือ กิจการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

อุตสาหกรรมขนาดกลาง คือ กิจการที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 50-200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ คือ กิจการที่มีการจ้างงานเกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 200 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเกินกึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

2.2.2 ระยะเวลาการดำเนินการด้านการส่งออก

วรรณธ แสงมณี (2544 : 11-17) ได้อธิบายถึงหัวข้อนี้ไว้ว่า ในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนานั้นในแต่ละขั้นตอนวิวัฒนาการดังกล่าวต่างก็มีการปรับตัวอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเองได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ หรือในอีกทางหนึ่ง ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต(Stage Of Life Cycle Development) ขององค์กรมีอยู่ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์กรได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าวย่อมหมายถึง การเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตขององค์กร อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่างๆ ดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

2.2.2.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์กรกำเนิดขึ้น ผู้ก่อตั้ง และผู้บริหารองค์กรมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ และการคืบร่น เพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมด ให้กับ กิจกรรม การผลิต และ การตลาด ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบขององค์กร ในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนาย แต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริหารคงเบ็ดเตล็ดอยู่กับ ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ความเจริญเติบโต ขององค์กรจะเป็นผลมาจาก การที่องค์กรสามารถ ค้นคว้า หาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการให้ บริการที่องค์กรจะเสนอกับ ตลาดหรือลูกค้าได้

2.2.2.2 ขั้นตอนการรวมกำลัง (Collectivity Stage)

เมื่อองค์กรสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถ ในการนำพาองค์กรเจริญเติบโต ได้ในแวดวงของธุรกิจ นั้นๆแล้ว ขั้นต่อไป ก็คือการ ที่องค์กร เริ่มกิจกรรม งานมากขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้อง ทำการจัดแผนงานพร้อมกับ การจัดระดับ ขั้นของการบังคับบัญชา พนักงานขององค์กร มีความกระตือรือร้น ในการทำงาน และพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์กรและแสดงออกถึง ความผูกพัน ที่มีต่อองค์กร สูงมาก อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความเป็นทางการ ให้เห็นแล้วบ้างก็ตาม ความสัมพันธ์ ระหว่างกัน ภายในองค์กร การเสริมสร้างบรรยากาศของการอยู่ร่วมกัน เป็นครอบครัว และ การร่วมแรงร่วมใจของสมาชิก ซึ่งทำให้ มีการพัฒนารูปแบบ ของมนุษย์ สัมพันธ์ต่างๆ เข้ามาใช้ในองค์กรมากขึ้นด้วย

2.2.2.3 ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization and Control Stage)

ขั้นตอนนี้องค์กรสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบกระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่างๆ ที่กำหนดก็เพื่อการธำรงรักษาสิ่งต่างๆ ให้คงไว้ ภายในองค์กรรูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการวิธีการทำงาน และการมุ่งเป้าหมายผลงาน

2.2.2.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration Of Structure stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์กรมีระเบียบแบบแผนมากเกินไปคือ การสร้างความสำนึกของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะเป็นทีมงาน (Team Work) และมีหน่วยประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานขั้นต่ำขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ความสามารถ และความชำนาญ เพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานด้วยกัน ทีมงานมักได้รับการวางตัวจากหลายๆ แผนกงานหรือ ฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

2.2.2.5 การถดถอยขององค์กร

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลวอันเนื่องมาจาก ที่พบว่า การเจริญเติบโต และขยายตัว ขององค์กร ไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่านั้น ยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้ว ก็เป็นสิ่งที่องค์กรหลายแห่ง ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในการยอมรับ ถึงการที่ต้อง ปิดโรงงาน หรือกิจกรรม ต่างๆ รวมทั้ง การปลดพนักงาน ออกจาก องค์กร ในที่สุด หรือในอนาคคอันใกล้

2.2.3 การจำแนกประเภทของเฟอร์นิเจอร์

จากแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน) , 2545 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของไทย ซึ่งสามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศ ปีละหลายหมื่นล้านบาท และยังเป็น 1 ใน 20 ของรายการสินค้าส่งออกของไทย และยังนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบ โดยเฉพาะไม้ยางพารามากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก และยังนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานมาก (Labor Intensive Industry)

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน หรือบางครั้งเรียกว่าอุตสาหกรรมเครื่องเรือน สามารถจำแนกตามประเภทของวัตถุดิบที่ใช้ ได้ดังนี้

2.2.3.1 เฟอร์นิเจอร์ไม้ (Wooden Furniture) ซึ่งรวมทั้งไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ประดู่ ไม้สัก ไม้โอ๊ค และไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้ยางพารา เป็นต้น

2.2.3.2 เฟอร์นิเจอร์โลหะ (Metal Furniture)

2.2.3.3 เฟอร์นิเจอร์พลาสติก (Plastic Furniture)

2.2.3.4 เฟอร์นิเจอร์หวาย (Rattan Furniture)

2.2.3.5 ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ (Part)

สำหรับการจำแนกประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้นั้น สามารถจำแนกออกได้หลายประเภท กล่าวคือ จำแนกตามชนิดของไม้ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ จำแนกตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบ ฮาร์โมนิซ (The harmonize commodity description and coding system : HS) หรือจำแนกตามลักษณะการใช้งาน ตามรายละเอียดดังนี้

2.2.3.1 ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามชนิดของไม้ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.2.3.1.1 เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็ง มีสัดส่วนในการผลิตประมาณร้อยละ 15 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมด เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ประดู่ ไม้สัก ไม้แดง ไม้มะค่า และไม้โอ๊ค เป็นต้น เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ส่วนหนึ่งนำเข้าวัตถุดิบไม้จากต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีการประกาศปิดป่าตั้งแต่ปี 2532 โดยการผลิตจะเน้นเพื่อขายในประเทศเป็นหลัก

เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งยังแบ่งเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งที่ทำจากไม้คุณภาพในการผลิตที่ดี โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกไม้ การอบไม้ การผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ จึงได้เฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพดีและมีราคาแพง ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งอีกประเภทหนึ่งจะทำจากไม้เนื้อแข็ง แต่ไม่มีการคัดคุณภาพ ไม้มีการอบที่ดีและไม่ได้ใช้แรงงานที่มีฝีมือในการผลิต จะทำให้ได้เฟอร์นิเจอร์ที่ไม่มีคุณภาพและราคาถูก

เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งยังสามารถแบ่งย่อยออกได้อีก 2 ประเภทตามลักษณะการใช้งานดังนี้

ก) ชนิดนำมาประกอบเข้ากับผนังอาคาร บ้านเรือนและสำนักงาน โดยไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก (Built-In-Furniture) เช่น ตู้ เป็นต้น

ข) ชนิดที่ลอยตัว (Free Standing) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น โต๊ะ ตู้ และเตียง เป็นต้น

2.2.3.1.2 เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อน หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากหวาย ไม้ยางพารา ตลอดจน ไม้ไผ่ชนิดต่าง ๆ และไม้แผ่นเรียบที่ตัดแปลงจากเศษไม้ยางพารา เช่น แผ่นปาร์ติเกิ้ล และ MDF เป็นต้น สำหรับเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่ทำจากไม้ยางพาราคิดเป็นร้อยละ 60 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตได้ทั้งหมด โดยเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ยางพารา จะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีราคาไม่แพงและมีคุณภาพดี มีการอบไม้ยางพาราเพื่อถนอมเนื้อไม้ให้แข็งแรงทนทาน อีกทั้งคุณลักษณะเฉพาะของไม้ยางพารามีสีขาวนวล เนื้อไม้มีลวดลายสวยงาม จึงทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ และถือเป็นไม้สักขาว (White Teak) นอกจากนั้น ในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบการผลิต โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการผลิตมากขึ้น ทำให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป สำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้ออ่อนสามารถแบ่งย่อยออกได้อีก 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

ก) เฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบไม่ได้ (Finished Furniture or Stable Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ผู้ผลิตจะทำการผลิตและประกอบขึ้นหรือสานเข้าด้วยกันเป็นเฟอร์นิเจอร์ โดยไม่สามารถถอดหรือแกะประกอบได้ จึงเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ

ข) เฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบได้ (Knock-Down Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ถอดชิ้นส่วนแยกเป็นส่วน ๆ ได้ เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถนำมาประกอบเองได้ด้วยการใช้น็อตตะปู หรือสกรูยึดติดกัน ส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อการส่งออก เนื่องจากประหยัดเนื้อที่ในการขนส่งทำให้ต้นทุนค่าขนส่งลดลงเมื่อเทียบกับแบบประกอบไม่ได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน เฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบได้เริ่มเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้น

2.2.3.1.3 ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามพิกัดอัตราศุลกากรระบบฮาร์โมนิซ (The harmonize commodity description and coding system : HS) สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

<u>รหัสฮาร์โมนิซ</u>	<u>ประเภทของเฟอร์นิเจอร์</u>
พิกัด 940161	ที่นั่งเป็นโครงไม้ชนิดมีเบาะ ได้แก่ โซฟาและที่นั่งมีเบาะ
พิกัด 940169	ที่นั่งเป็นโครงไม้ชนิดอื่น ๆ ได้แก่ ที่นั่งอื่น ๆ ที่ไม่มีเบาะ
พิกัด 940330	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน
พิกัด 940340	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในครัว
พิกัด 940350	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในห้องนอน
พิกัด 940360	เฟอร์นิเจอร์ไม้อื่น ๆ ที่ทำด้วยไม้
พิกัด 940380	เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ที่ทำด้วยหวาย ไม้ไผ่

2.2.3.1.4 ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามลักษณะการใช้งาน สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

- ก) เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน
- ข) เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในครัว
- ค) เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนอน
- ง) เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนั่งเล่น
- จ) เฟอร์นิเจอร์ในสวน
- ฉ) เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ที่ทำด้วยไม้

จากการจำแนกประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามที่ได้อธิบายมา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามลักษณะการใช้งาน ซึ่งจะสอดคล้องกับการจำแนกประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผู้ประกอบการส่วนมากใช้ในการเจรจาติดต่อซื้อขายกับผู้ซื้อ

2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออก

ประเทศไทยมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมาเป็นเวลานาน และการค้าระหว่างประเทศนั้น มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศตลอดมา ซึ่งปัจจุบันการส่งสินค้าออกของไทยในแต่ละปี มีมูลค่าหลายแสนล้านบาท

ผู้ที่ทำธุรกิจการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จะต้องมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับกระบวนการส่งสินค้าออก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารในเรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออก โดยแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

- 2.3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก
- 2.3.2 การชำระเงินค่าสินค้า
- 2.3.3 สินเชื่อเพื่อการส่งออก
- 2.3.4 การขนส่งสินค้า
- 2.3.5 การประกันภัยขนส่งสินค้ากับการค้าระหว่างประเทศ

2.3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้านำเข้าระหว่างประเทศ โดยทั่วไป มีดังนี้

2.3.1.1 ใบเสนอราคาสินค้า (Pro-forma Invoice or Quotation)

เป็นเอกสารที่ผู้ขายสินค้า เสนอราคาค่าสินค้าที่จะขายให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ในเสนอราคาดังนี้ ผู้ซื้อสินค้าจำเป็นต้องได้รับจากผู้ขายสินค้า เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการติดต่อกับธนาคารเพื่อขอเปิด L/C (Letter of Credit) หรือโอนเงินชำระค่าสินค้าเป็นเอกสารที่สำคัญมาก เพราะเป็นความตกลงและเงื่อนไขเบื้องต้นที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องยอมรับทั้งสองฝ่าย

2.3.1.2 ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading or Air Way Bill)

เป็นตราสารที่ผู้รับสินค้าออกให้แก่ผู้ส่งสินค้า เพื่อแสดงว่าได้มีการรับสินค้าเพื่อนำส่งไปยังจุดหมายปลายทางที่ผู้ส่งสินค้ากำหนด ใบตราส่งสินค้ามีหลายชนิด เช่น

- ก) ใบตราส่งสินค้าทางทะเล (Ocean Bill of Lading)
- ข) ใบตราส่งสินค้าทางอากาศ (Air Way Bill)
- ค) ใบตราส่งสินค้าทางรถไฟ (Railway Bill)

2.3.1.3 ใบกำกับสินค้าหรือบัญชีราคาสินค้า (Invoice)

เป็นเอกสารที่ผู้ขายสินค้าออกให้แก่ผู้ซื้อ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ชื่อ ที่อยู่ของผู้ขาย ผู้ซื้อและผู้รับสินค้า รายการสินค้า ปริมาณสินค้า ราคาต่อหน่วย และราคารวมสินค้า ตลอดจนชื่อ พาหนะ และวันที่ที่ขนพาหนะออกจากท่า บัญชีราคาสินค้า อาจจัดทำเป็นแบบฟอร์มเฉพาะ หรือจัดทำบนกระดาษหัวจดหมายหรือกระดาษเปล่าก็ได้

2.3.1.4 ใบกำกับการบรรจุหีบห่อสินค้า (Packing List)

เป็นเอกสารที่ผู้ขายสินค้าออกให้แก่ผู้ซื้อ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ชื่อ ที่อยู่ของผู้ขาย และผู้ซื้อ รายการสินค้า ปริมาณของสินค้าที่บรรจุไว้ในแต่ละหีบห่อ น้ำหนักและขนาดของหีบห่อน้ำหนักและปริมาตรรวมของสินค้า ใบกำกับการบรรจุหีบห่อสินค้าจะมีรายละเอียดส่วนใหญเหมือนกับบัญชีราคาสินค้า แต่จะไม่ระบุราคาสินค้า และจะจัดทำเป็นแบบฟอร์มเฉพาะ หรือจัดทำบนกระดาษหัวจดหมายหรือกระดาษเปล่าก็ได้ เช่นเดียวกับบัญชีราคาสินค้า

2.3.1.5 กรมธรรม์ประกันภัยขนส่งสินค้า (Marine Insurance Policy)

เป็นเอกสารที่บริษัทประทับยกยอกให้แก่ผู้เอาประกัน เพื่อแสดงภาวะผูกพันในอันที่จะชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ที่ได้ตกลงกันไว้ เมื่อสินค้าที่เอาประกันภัยเกิดความเสียหายหรือสูญเสียบนระหว่างการเดินทาง

2.3.1.6 หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin)

เป็นเอกสารที่ออกโดยผู้ขายหรือหน่วยงานราชการในประเทศผู้ขาย เช่น กระทรวงพาณิชย์หรือหอการค้า เพื่อรับรองว่าสินค้าที่ส่งออกมีถิ่นกำเนิดในประเทศใด โดยทั่วไปจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อ ที่อยู่ของผู้ซื้อและผู้ขาย จำนวนรายการสินค้า ปริมาณและน้ำหนัก ตลอดจนชื่อพาหนะและวันที่ที่ยานพาหนะออกจากท่า

2.3.1.7 ตั๋วแลกเงิน หรือดราฟ (Bill of Exchange)

เป็นหนังสือตราสารที่ผู้ขายสินค้าออกให้แก่ผู้ซื้อสินค้า เพื่อส่งจ่ายเงินให้แก่ตน ตั๋วแลกเงินมีทั้งชนิดที่จ่ายโดยทันที เมื่อเห็นตั๋ว (At sight) กับชนิดที่มีกำหนดระยะเวลาในการจ่าย ระยะเวลาในการจ่ายจะนับตั้งแต่วันที่ตกลงกันไว้เช่น 90 วันนับจากวันที่ได้รับเอกสารการส่งสินค้า (90 days sight) เป็นต้น

2.3.2 การชำระเงินค่าสินค้า

เมื่อมีการซื้อขายสินค้าในธุรกรรมระหว่างประเทศเกิดขึ้น การชำระเงินค่าสินค้าที่ผู้ซื้ออยู่ในประเทศส่วนหนึ่ง ผู้ขายอยู่อีกประเทศหนึ่ง อาจทำได้หลายวิธี ได้แก่

2.3.2.1 การชำระเงินโดยตรงด้วยเงินสด คือ การที่ผู้ซื้อสินค้าชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย สินค้าด้วยเงินสดก่อนการส่งมอบสินค้า ส่วนมากการชำระเงินค่าสินค้า จะกระทำที่ประเทศของผู้ขาย การซื้อขายด้วยวิธีนี้ผู้ซื้อสินค้านิยมคกเป็นฝ่ายเสียเปรียบเพราะผู้ซื้อยอมให้ผู้ขายส่งสินค้าไปให้แก่ตนเองในภายหลัง ซึ่งต้องจ่ายเงินไปก่อนโดยไม่มีหลักประกันใด ๆ ว่าจะได้รับสินค้าครบถ้วนถูกต้อง ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินค่าสินค้าไปแล้ว มักจะขอรับสินค้าไปจากผู้ขาย แล้วจึงส่งมอบสินค้านั้นให้แก่ตัวแทนผู้รับขนส่งของตนเป็นผู้ส่งสินค้าไปให้แก่ตนเองในภายหลัง

2.3.2.2 การชำระผ่านบัตรเครดิต คือ การที่ผู้ซื้อสินค้าชำระค่าสินค้าผ่านทางบัตรเครดิตในธุรกรรม E-Commerce โดยในปัจจุบันนี้ยังเป็นการชำระค่าสินค้าที่ซื้อขายกันด้วยจำนวนเงินเพียงเล็กน้อย แต่ในอนาคตอันใกล้ เมื่อการพัฒนาระบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิตมีประสิทธิภาพและความปลอดภัยทางด้านข้อมูลที่สมบูรณ์แล้ว การชำระเงินค่าสินค้าในธุรกรรมระหว่างประเทศผ่านบัตรเครดิตจะมีบทบาทมากยิ่งขึ้น

2.3.2.3 การชำระผ่านทางธนาคาร เป็นวิธีการชำระเงินที่ได้รับความนิยมสูงสุด แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

ก) การชำระเงินด้วย Letter of Credit (L/C) เป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด เนื่องจากเป็นวิธีเดียวที่มีหลักประกันเพียงพอที่จะเชื่อได้ว่า ผู้ขายสินค้าจะได้รับเงินค่าสินค้า เมื่อส่งมอบสินค้าลงเรือ และผู้ซื้อจะได้รับสินค้าเมื่อจ่ายเงินค่าสินค้า

ข) การชำระเงินด้วยวิธีเรียกเก็บผ่านธนาคาร (Bill for Collection) คือการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าผ่านธนาคาร ซึ่งธนาคารผู้เรียกเก็บจะปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ขายอย่างเคร่งครัด โดยยึดถือตามระเบียบข้อบังคับ เกี่ยวกับตัวเรียกเก็บ ฉบับที่ 522 ปี ค.ศ. 1955 (URC 522) ของสหภาพการค้ำานานาชาติ

ค) การชำระเงินแบบ Open Account คือ การที่ผู้ขายสินค้าและผู้ซื้อสินค้า ตกลงซื้อขายกันโดยตรง โดยที่ผู้ขายจะส่งสินค้าไปให้แก่ผู้ซื้อก่อน เมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าแล้วจึงไปติดต่อธนาคาร เพื่อโอนเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้ขายตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น 30 วัน 90 วัน หลังจากที่ได้รับสินค้า หรือเห็นเอกสารหรือตามแต่จะตกลงกัน ซึ่งเป็นการโอนโดยทาง T/T Remittance หรือส่งเป็นตัวแลกเงินหรือดราฟท์หรือวิธีอื่นก็ได้ การซื้อขายด้วยวิธีนี้ผู้ขายเป็นฝ่ายเสียเปรียบเพราะไม่มีหลักประกันว่าผู้ซื้อจะชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย ธนาคารจะเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อมีการโอนเงินค่าสินค้าเท่านั้น

ง) การชำระเงินแบบ Consignment คือ การที่ผู้ขายสินค้าและผู้ซื้อสินค้า ตกลงซื้อขายสินค้ากันโดยตรง โดยที่ผู้ขายจะส่งสินค้าไปให้แก่ผู้ซื้อก่อน เมื่อผู้ซื้อขายสินค้าได้แล้วจึงไปติดต่อธนาคาร เพื่อโอนเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย ซึ่งจะเป็นการโอนโดยทาง T/T Remittance หรือวิธีอื่นก็ได้ สินค้าที่ชำระเงินด้วยวิธี Consignment นี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการฝากขาย การซื้อขายด้วยวิธีนี้ผู้ขายเป็นฝ่ายเสียเปรียบ เช่นเดียวกับ Open Account เพราะไม่มีหลักประกันว่าผู้ซื้อจะชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขาย ธนาคารจะเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อมีการโอนเงินค่าสินค้าเท่านั้น

2.3.3 สินเชื่อเพื่อส่งออก

สินเชื่อที่ให้บริการแก่ผู้ส่งสินค้าออกไป จำหน่ายยังต่างประเทศ คือ เงินกู้ที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินให้แก่ผู้ส่งออกที่พึงเชื่อถือได้ เพื่อให้ผู้ส่งออกมีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตหรือจัดหาสินค้าเพื่อการส่งออก

2.3.4 การขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการทำธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ โดยทั่วไปเป็นการขนส่งสินค้าจากประเทศหนึ่ง ไปยังอีกประเทศหนึ่งการขนส่งสินค้านี้สามารถกระทำได้ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยมีข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (INCOTERM 1990&2000) ซึ่งเป็นข้อกำหนดสากลที่ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายที่อยู่ในประเทศที่ต่างกัน มีภาษาและวัฒนธรรมทางการค้าที่ต่างกัน สามารถเข้าใจตรงกันในเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าได้

ข้อกำหนด INCOTERM 1990 ทางสภาหอการค้านานาชาติได้กำหนดขึ้น มี 13 รูปแบบ ส่วนข้อกำหนดที่เปลี่ยนแปลงใหม่ตาม INCOTERM 2000 ได้ระบุไว้ในหมายเหตุเฉพาะส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลง รายละเอียดโดยย่อเป็นดังนี้

2.3.4.1 EXW ย่อมาจากคำว่า “Ex Works” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้จัดให้สินค้าพร้อมสำหรับการส่งมอบ ณ สถานที่ของผู้ขายเอง โดยผู้ขายไม่ต้องรับผิดชอบในการขนสินค้าขึ้นยานพาหนะ ไม่ต้องทำพิธีการส่งออก ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าจากสถานที่ของผู้ขายไปยังจุดหมายปลายทาง และความเสียหายต่าง ๆ เป็นของผู้ซื้อ

2.3.4.2 FCA ย่อมาจากคำว่า “Free Carrier” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าให้กับผู้รับขนส่งที่ระบุโดยผู้ซื้อ ณ สถานที่ของผู้รับขนส่งที่เมืองท่าต้นทาง ผู้ขายจะต้องทำพิธีการส่งออก รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และความเสียหายระหว่างการขนส่งจากสถานที่ของผู้ขาย จนกระทั่งถึงสถานที่ของผู้รับขนส่ง ส่วนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าและความเสียหายต่าง ๆ จากสถานที่ขนส่งสินค้าที่ประเทศต้นทาง ไปยังจุดหมายปลายทางเป็นของผู้ซื้อ

2.3.4.3 FAS ย่อมาจากคำว่า “Free Alongside Ship” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้นำสินค้าไปยังกัปเรือ ณ ท่าเรือต้นทางที่ระบุไว้ ส่วนค่าใช้จ่ายในการนำของขึ้นเรือ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ความเสียหายในการนำของขึ้นเรือและระหว่างการขนส่ง เป็นภาระของผู้ซื้อในทันทีที่สินค้าถูกส่งมอบไปยังท่าเรือ และผู้ซื้อต้องรับผิดชอบการทำพิธีการส่งออกได้

หมายเหตุ : INCOTERM 2000 กำหนดให้ผู้ขายเป็นผู้ทำพิธีการส่งออกและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการทำพิธีการส่งออก รวมทั้งการขอใบอนุญาตส่งออกตลาดจนกว่าพิธีการส่งออก (ถ้ามี)

2.3.4.4 FOB ย่อมาจากคำว่า “Free on Board” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกัปเรือขึ้นไปบนเรือสินค้า ณ ท่าเรือต้นทางที่ระบุไว้ ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบการทำพิธีการส่งออกด้วย ส่วนค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและค่าใช้จ่าย รวมทั้งความเสียหายในการขนส่งสินค้าเป็นภาระของผู้ซื้อในทันทีที่ของผ่านกัปเรือไปแล้ว

2.3.4.5 CFR ย่อมาจากคำว่า “Cost and Freight” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกัปเรือขึ้นไปบนเรือสินค้า ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออก และจ่ายค่าระวางขนส่งสินค้า ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งความเสียหายในการขนส่งสินค้า เป็นภาระของผู้ซื้อในทันทีที่ของผ่านกัปเรือไปแล้ว

2.3.4.6 CIF ย่อมาจากคำว่า “Cost, Insurance and Freight” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกาบเรือขึ้นไปบนเรือสินค้า ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออก จ่ายค่าระวางเรือ และค่าประกันภัยขนส่งสินค้า เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยในการขนส่งสินค้าจนถึงมือผู้ซื้อให้แก่ผู้ซื้อด้วย

2.3.4.7 CPT ย่อมาจากคำว่า “Carriage Paid To” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออก และจ่ายค่าระวางขนส่งสินค้า ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งความเสี่ยงภัยในการขนส่งเป็นภาระของผู้ซื้อในทันทีที่สินค้าถูกส่งมอบให้แก่ผู้รับขนส่งที่เมืองท่าต้นทาง

2.3.4.8 CIP ย่อมาจากคำว่า “Carriage and Insurance Paid To” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าให้ผู้รับขนส่งที่ระบุโดยผู้ซื้อ ณ สถานที่ของผู้รับขนส่งสินค้าที่เมืองท่าต้นทาง ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออกและจ่ายค่าระวางขนส่งสินค้า และค่าประกันภัยขนส่งสินค้า เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยในการขนส่งสินค้าจนถึงมือผู้ซื้อให้แก่ผู้ซื้อด้วย

2.3.4.9 DAF ย่อมาจากคำว่า “Delivered at Frontier” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้จัดให้สินค้าพร้อมสำหรับการส่งมอบ และได้ทำพิธีการส่งออก ณ พรหมแดนที่ระบุโดยผู้ซื้อ

2.3.4.10 DES ย่อมาจากคำว่า “Delivered Ex Ship” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้จัดสินค้าพร้อมส่งมอบบนเรือ ณ ท่าเรือปลายทาง ดังนั้นผู้ขายจึงเป็นผู้รับผิดชอบการทำพิธีการส่งออก จ่ายค่าระวางขนส่งสินค้า ค่าประกันภัยขนส่งสินค้า และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จนกระทั่งสินค้าพร้อมส่งมอบบนเรือที่เมืองปลายทาง โดยผู้ซื้อจะต้องดำเนินการนำเข้าสินค้าเอง

2.3.4.11 DEQ ย่อมาจากคำว่า “Delivered Ex Quay” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายพร้อมส่งมอบบนเรือ ณ ท่าเรือปลายทาง ดังนั้นผู้ขายจึงเป็นผู้รับผิดชอบการทำพิธีการส่งออก จ่ายค่าระวางขนส่งสินค้า ค่าประกันภัยขนส่งสินค้า และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จนกระทั่งสินค้าพร้อมส่งมอบ ณ ท่าเรือที่เมืองปลายทาง ผู้ขายจะต้องเป็นผู้ดำเนินการนำเข้าสินค้าให้แก่ผู้ซื้อด้วย เงื่อนไขการส่งมอบนี้ผู้ซื้อจะระบุให้ผู้ขายเป็นผู้จ่ายภาษีนำเข้าแทนผู้ซื้อด้วยหรือไม่ก็ได้ โดยการระบุต่อท้ายว่า Duty Paid หรือ Duty Unpaid ส่วนค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าจากท่าเรือไปยังสถานที่ของผู้ซื้อเป็นภาระของผู้ซื้อ

หมายเหตุ : INCOTERM 2000 กำหนดให้ผู้ซื้อเป็นผู้ทำพิธีการนำเข้าและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการทำพิธีการนำเข้า รวมทั้งการขอใบอนุญาตนำเข้าตลอดจนค่าภาษีอากรนำเข้า

2.3.4.12 DDU ย่อมาจากคำว่า “Delivered Duty Unpaid” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายพร้อมส่งมอบ ณ สถานที่ปลายทางของผู้ซื้อ ผู้ขายจึงเป็นผู้รับผิดชอบการทำพิธีการส่งออก จ่ายค่าธรรมเนียมขนส่งสินค้า ค่าประกันภัยขนส่งสินค้า และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการนำของลงจากเรือและค่าขนส่งสินค้ายังสถานที่ที่ผู้ซื้อระบุไว้จนกระทั่งสินค้าพร้อมส่งมอบ ณ สถานที่ปลายทางของผู้ซื้อ ผู้ขายจะต้องเป็นผู้ดำเนินพิธีการนำเข้าสินค้าให้แก่ผู้ซื้อด้วย แต่ผู้ซื้อต้องจ่ายค่าภาษีนำเข้าเอง

2.3.4.13 DDP ย่อมาจากคำว่า “Delivered Duty paid” เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้จัดให้สินค้าพร้อมส่งมอบ ณ สถานที่ปลายทางของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบการทำพิธีการส่งออก จ่ายค่าธรรมเนียมขนส่งสินค้า ค่าประกันภัยขนส่งสินค้า และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการนำของลงจากเรือและค่าขนส่งสินค้ายังสถานที่ที่ผู้ซื้อระบุไว้จนกระทั่งสินค้าพร้อมส่งมอบ ณ สถานที่ปลายทาง ผู้ขายจะต้องเป็นผู้ดำเนินพิธีการนำเข้าสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและเป็นผู้จ่ายภาษีนำเข้าแทนผู้ซื้อด้วย

2.3.5 การประกันภัยขนส่งสินค้ากับการค้าระหว่างประเทศ

การประกันภัยการขนส่งสินค้า คือ การประกันที่ให้ความคุ้มครองแก่สินค้าที่ขนส่งจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งในการขนส่งนี้อาจเกิดความเสียหายหรือสูญเสียดต่สินค้านั้นได้ การประกันภัยนี้รวมเรียกว่า การประกันภัยขนส่งสินค้าทางทะเล ซึ่งรวมถึงการประกันภัยสินค้าที่ขนส่งโดยวิธีอื่นด้วย คือการขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางพัสดุภัณฑ์ไปรษณีย์ หรือเรียกรวมว่า “มารีน”

จุดประสงค์ของการทำประกันภัยขนส่งสินค้าทางทะเล คือ

2.3.5.1 เพื่อเรียกค่าสินไหมทดแทนตามกรมธรรม์ประกันภัย

2.3.5.2 เพื่อเป็นหลักประกันต่อธนาคารหรือสถาบันการเงินในการรับซื้อตั๋วเงิน

2.3.5.3 เพื่อเป็นฐานในการคำนวณค่าภาษีอากรนำเข้า

2.4 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญและช่องทางการส่งออก

จากแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน), 2545 พบว่า ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยในปี 2540 – 2544 ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งสถานการณ์ของแต่ละตลาดรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นดังนี้

2.4.1 ตลาดญี่ปุ่น

เป็นตลาดที่สำคัญของเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เพราะมีมูลค่าการส่งออกถึง 12,574.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 41 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมดของไทย ในปี 2543 และในปี 2544 มีการส่งออกในตลาดญี่ปุ่นถึง 11,774.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.62 แต่มูลค่าการส่งออกไปญี่ปุ่นในปี 2544 ลดจากปี 2543 ร้อยละ 6.36 โดยเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่ที่ส่งไปตลาดญี่ปุ่นจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตตามรูปแบบที่ถูกกำหนด (Original Equipment Manufacturing)

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการขยายตัวของการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ในอัตราที่สูง ถึงแม้ในช่วงจะมีการชะลอตัวลง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจต่ำ อย่างไรก็ตามมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปีและมีอัตรารายขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 18.5 ต่อปี ในช่วงปี 2539 - 2544 อย่างไรก็ตาม ในปี 2544 ญี่ปุ่นนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยลดลงร้อยละ 6.36 เมื่อเทียบกับปี 2543 ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นเฟอร์นิเจอร์ที่ญี่ปุ่นนำเข้า จะต้องได้รับการตรวจสอบคุณภาพให้อยู่ในระดับมาตรฐาน และมีการตรวจสอบคุณภาพจนกระทั่งได้รับการรับรองรวมทั้งต้องปฏิบัติตามกฎหมาย Product Liability (PL) ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการกำหนดให้ผู้ขายต้องชดเชยค่าเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของสินค้า หากผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้านั้น ๆ และอัตรารายนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ร้อยละ 4.3 ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานอย่างแท้จริงเท่านั้น จึงจะสามารถส่งสินค้าไปแข่งขันในญี่ปุ่นได้ โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดญี่ปุ่น ประมาณร้อยละ 17

สำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งออกไปญี่ปุ่นมากกว่าร้อยละ 80 ทำจากไม้ยางพารา สาเหตุชาวญี่ปุ่นนิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เนื่องจากไม้ยางพาราเป็นไม้ที่มีสีขาวออกเหลือง ซึ่งเป็นสีที่สวยงามตามธรรมชาติ ในระยะแรกญี่ปุ่นได้สั่งเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นจำนวนมากจากประเทศไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศที่ไม่มีไม้ยางพารา แต่ไต้หวันได้นำเข้าไม้ยางพาราแปรรูปจากประเทศมาเลเซีย ไทยและอินโดนีเซีย ต่อมาค่าแรงงานของไต้หวันสูงขึ้นอย่างมาก ประกอบกับค่าเงินของไต้หวันเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ไม้จากไต้หวันมีราคาแพง ญี่ปุ่นจึงหันมานำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยและมาเลเซีย แต่ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งซึ่งมีคุณภาพดีจะนำเข้าจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป

2.4.2 ตลาดสหรัฐอเมริกา

ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่งของเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย โดยไทยส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไปตลาดสหรัฐอเมริกาถึงร้อยละ 35 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเริ่มเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริการในปี 2528 โดยพ่อค้าชาวไต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกง ต่อมาพ่อค้าชาวอเมริกัน ได้เดินทางมาเยี่ยมชมโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย และได้สั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนจากผู้ผลิตของไทยโดยตรง จนตลาด

สหรัฐอเมริกากลายเป็นตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนอันดับหนึ่งของไทย แต่ต่อมาภาวะเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาซบเซา นอกจากนั้นในปี 2532 ทางสหรัฐอเมริกาได้ตัวสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ของผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนบางราย จึงส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยให้ตลาดสหรัฐอเมริกาดลดลงอย่างมาก ประกอบกับในตลาดญี่ปุ่นนั้นชาวญี่ปุ่นหันมานิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามากขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้มูลค่าการส่งออกไปยังญี่ปุ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างมากจนนำหน้าตลาดสหรัฐอเมริกา หรือทำให้ตลาดสหรัฐอเมริกกลายเป็นตลาดลำดับที่สองของไทย อย่างไรก็ตามการส่งเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกายังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2540 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 25 ปี 2541 มีอัตราการขยายตัวมากถึงร้อยละ 58 และในปี 2543 อัตราการขยายตัวเป็นร้อยละ 27.3 ในปี 2544 อัตราการขยายตัวลดลงเหลือเพียงร้อยละ 4.7 แต่ไทยก็ยังมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยมาก คือ ประมาณร้อยละ 3 ของตลาดสหรัฐอเมริกา แต่การที่อัตราการขยายตัวในปี 2541 มากถึงร้อยละ 58 เนื่องจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศอินโดนีเซีย ส่งผลให้ผู้นำเข้าในตลาดสหรัฐอเมริกาหันมานำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยแทน ในตลาดสหรัฐอเมริกามีการแข่งขันสูงมาก โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคากับจีน และมาเลเซียและการรวมกลุ่มการค้าทำให้สหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศในกลุ่มมากขึ้น ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอาจส่งผลให้อัตราการขยายตัวไม่เพิ่มขึ้นเท่าที่ควร นอกจากนั้นปัจจุบันการแข่งขันด้านราคาในตลาดสหรัฐอเมริกาค่อนข้างรุนแรง เพราะไทยเสียเปรียบคู่แข่ง คือ จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในเรื่องต้นทุน ซึ่งคู่แข่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

สำหรับการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ในตลาดสหรัฐอเมริกา ต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานจาก The American National Standard Institute (ANSI) และจะต้องติดฉลาก (Product Label) เพื่อระบุแหล่งที่ผลิต ส่วนอัตราภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้อยู่ในอัตราร้อยละ 0-1.5

2.4.3 ตลาดสหภาพยุโรป

กลุ่มสหภาพยุโรป เป็นทั้งผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อการส่งออกและนำเข้าเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ของโลก แต่ส่วนใหญ่เป็นการค้าภายในกลุ่มกันเอง โดยประเทศที่มีการค้าเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญ คือ เยอรมนี ฝรั่งเศส และอิตาลี เนื่องจากตลาดสหภาพยุโรป จะนิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งที่มีคุณภาพดี ราคาสูง ส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่ เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ยางพารา โดยนำเข้าจากอินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาเป็นฟิลิปปินส์ และไทยตามลำดับ

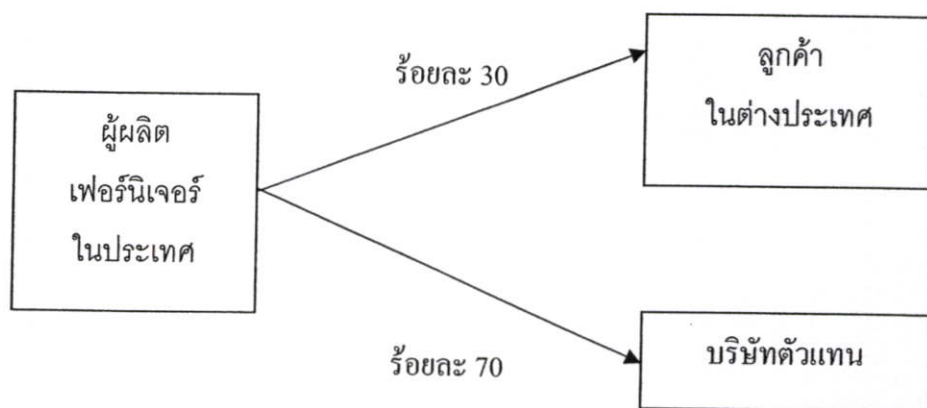
สำหรับมูลค่าการส่งออกไปตลาดนี้ ในปี 2541 เป็น 1,692.6 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 2,544 ล้านบาท ในปี 2542 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32.39 และเพิ่มเป็น 3,048.9 ล้านบาท ในปี 2543 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 แต่ในปี 2544 มูลค่าเป็น 3,114.1 หรือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.14 ถือเป็นตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่ง

ในตลาดสหภาพยุโรปจะให้ความสำคัญทั้งทางด้านคุณภาพและราคาควบคู่กันไป การแข่งขันด้านราคาไม่รุนแรงเท่าในตลาดสหรัฐอเมริกา การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เข้าสู่ตลาดสหภาพยุโรปจะต้องมีใบรับรองว่าวัตถุดิบ ไม้ที่ใช้จะต้องมาจากป่าที่ได้รับการรับรองว่ามีการจัดการป่าไม้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามไทยมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดสหภาพยุโรปน้อยมาก คือ ไม่ถึงร้อยละ 1 และมีโอกาสน้อยที่จะเข้าไปเพิ่มส่วนแบ่งตลาด เนื่องจากมีการกีดกัน เพราะมีความเข้าใจผิดในเรื่องการจัดการป่าไม้ของไทย จึงทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยถูกกีดกัน และอัตราภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้อยู่ในอัตราร้อยละ 0 - 1.1

สำหรับประเทศไทยถูกสหภาพยุโรปตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2540 ภายใต้กลไก Sector Country Graduations การตัดสิทธิ GSP บางรายการจะพิจารณาจากดัชนีระดับการพัฒนาประเทศ และดัชนีความสามารถในการแข่งขัน โดยที่กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ด อยู่ในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่ถูกตัดสิทธิพิเศษด้วย ซึ่งประเทศในแถบเอเชียที่ถูกตัดสิทธิพิเศษด้วย คือ เกาหลีใต้ ฮองกง และจีน ดังนั้นเมื่อถูกตัดสิทธิพิเศษทำให้มูลค่าการนำเข้าของกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ดจากไทยลดลงร้อยละ 9.04 สำหรับส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ดของไทยในตลาดสหภาพยุโรป ในปี 2538 - 2541 (ม.ค. - ก.ค.) เหลือร้อยละ 1.07, 0.96, 0.84 และ 0.82 ตามลำดับ สำหรับประเทศคู่แข่งสำคัญของไทย คือ จีนก็ถูกตัดสิทธิเช่นกัน จึงมีส่วนแบ่งตลาดลดลง คือ จากร้อยละ 13.49 ในปี 2540 เป็นร้อยละ 11.21 ในปี 2541 (ม.ค. - ก.ค.)

2.4.4 ช่องทางการส่งออกตลาดต่างประเทศ

ผู้ผลิตจะติดต่อเพื่อจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์โดยตรง ในงานแสดงเฟอร์นิเจอร์นานาชาติ และผ่านบริษัทตัวแทน (Trading Company) ทั้งในและต่างประเทศ ในกรณีจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนภายในประเทศนั้น บริษัทแม่ในต่างประเทศจะเป็นผู้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้วจัดสรรคำสั่งซื้อให้กับบริษัทตัวแทนที่อยู่ในเครือประเทศนั้น โดยมากเฟอร์นิเจอร์จะเป็นประเภทถอดประกอบได้ (Knock down) ส่วนกรณี การจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ ประเภทเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งจำหน่ายมีทั้ง เฟอร์นิเจอร์ที่ถอดประกอบได้ ซึ่งผ่านขบวนการผลิตมาแล้วเรียบร้อย และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องทำการผลิตขั้นสุดท้ายในต่างประเทศ เช่น ทาสี และส่งจำหน่ายให้ลูกค้าอีกด้านหนึ่ง ซึ่งช่องทางการจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศ ส่งไปขายยังต่างประเทศ คือส่งโดยตรงถึงลูกค้าในต่างประเทศและส่งผ่านบริษัทตัวแทน ดังแสดงในภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2.3 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ที่มา : แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (2545)

2.5 หน่วยงาน นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากอุตสาหกรรมเฟอริไนเจอร์ไม่เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องเกี่ยวข้องกับ หน่วยงานราชการหลายหน่วยงานจากหลายกระทรวงซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีกฎระเบียบข้อบังคับแตกต่างกัน จากแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน), 2549 ได้สรุปบทบาท หน้าที่ของหน่วยงาน ตลอดจนนโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องไว้ ดังต่อไปนี้

2.5.1 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอริไนเจอร์

2.5.1.1 กรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.5.1.2 สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.5.1.3 กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์และกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2.5.1.4 กรมศุลกากร สำนักงานเศรษฐกิจการคลังและกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง

2.5.1.5 กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2.5.1.6 สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

2.5.1.7 ตำรวจป่าไม้และตำรวจทางหลวง กระทรวงมหาดไทย

2.5.1.8 การท่าเรือแห่งประเทศไทยและกรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม

2.5.1.9 สถาบันการศึกษา

2.5.1.10 กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม

2.5.1.11 กลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และกลุ่มอุตสาหกรรมไม้อัด ไม้บาง และ วัสดุแผ่นสกาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

2.5.1.12 สมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมโรงเลื่อยจักร สมาคมธุรกิจไม้ยางพารา สมาคมพ่อค้าไม้และสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย เป็นต้น

2.5.2 นโยบายและมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2.5.2.1 นโยบายด้านวัตถุดิบ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

ก) กรมป่าไม้เป็นหน่วยงานหนึ่งในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ กรมป่าไม้ มีหน้าที่ศึกษาค้นคว้าวิจัย พัฒนาเทคโนโลยีทุกสาขาที่เกี่ยวข้องกับกรมป่าไม้ทั่วประเทศ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาสภาพป่าไม้ของประเทศให้สมบูรณ์ ถ้ายทอดเทคโนโลยีและการให้บริการทางวิชาการแก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการจัดวางโครงการสำรวจทรัพยากรธรรมชาติ ตรวจสอบ ป้องกันและปราบปรามการกระทำเกี่ยวกับพระราชบัญญัติป่าไม้ กรมป่าไม้เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุทยานไม้ที่เป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ ในปัจจุบัน ได้มีการจำแนกพื้นที่ป่าไม้ออกเป็น 2 พื้นที่ คือ พื้นที่ป่าเพื่อการอนุรักษ์ และพื้นที่ป่าเพื่อเศรษฐกิจ รายละเอียดดังนี้

พื้นที่ป่าเพื่อการอนุรักษ์ หมายถึง พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติที่กำหนดไว้เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ที่มีคุณค่าหายาก การป้องกันภัยธรรมชาติอันเกิดจาก น้ำท่วม และการพังทลายของดิน ตลอดจนเพื่อประโยชน์ในการศึกษา การวิจัย นันทนาการของ ประชาชน และความมั่นคงของชาติ ห้ามผู้ใดเข้าทำประโยชน์โดยเด็ดขาด

พื้นที่ป่าเพื่อเศรษฐกิจ หมายถึง พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ที่กำหนดไว้เพื่อผลิตไม้ และของป่า ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้เอกชนได้รับอนุญาตปลูกป่าตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

จากการที่พื้นที่ป่าไม้ ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ มีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่อง และเป็นแหล่งวัตถุดิบที่ต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานกว่าที่จะให้ ผลผลิตได้ ดังนั้นในการพัฒนาทรัพยากรป่าไม้ จำเป็นต้องมีการกำหนดเป็นนโยบายที่ต่อเนื่องระยะ ยาว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมป่าไม้จึงได้กำหนด “นโยบายการป่าไม้แห่งชาติ พ.ศ. 2528” ขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการเพิ่มพื้นที่ป่า การจัดการและพัฒนาทรัพยากรป่าไม้ของ ชาติอย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายการป่าไม้แห่งชาติมีทั้งหมด 20 ข้อ โดยแบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ๆ

ได้แก่ นโยบายในด้านการเพิ่มพื้นที่ป่า นโยบายในการป้องกันการตัดไม้ทำลายป่า และนโยบายในการใช้พื้นที่ป่าที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทั้งฉบับที่ 7 8 และ 9 ได้วางแนวทางนโยบายด้านทรัพยากรป่าไม้ที่สอดคล้องกับนโยบายการป่าไม้แห่งชาติข้างต้น โดยในแผนฯ 7 เน้นการส่งเสริมให้ปลูกป่าภาคเอกชน ส่วนในแผนฯ 8 จะเน้นการฟื้นฟูป่าอนุรักษ์ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ รวมทั้งการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการป่าไม้ระยะยาว จากการที่นโยบายการป่าไม้แห่งชาติ กำหนดให้มีพื้นที่ป่าไม้ทั่วประเทศอย่างน้อยร้อยละ 40 โดยเป็นป่าเศรษฐกิจ ร้อยละ 15 หรือคิดเป็น 48 ล้านไร่ กรมป่าไม้ โดยสำนักส่งเสริมการปลูกป่า จึงได้จัดโครงการต่าง ๆ ทั้งการปลูกป่าภาครัฐ ภาคเอกชน และป่าชุมชน ทั้งนี้มอบหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ส่วนปลูกป่าภาครัฐ ส่วนปลูกป่าภาคเอกชน และส่วนปลูกป่าชุมชนตามลำดับ

รัฐบาลได้ออกกฎหมายป่าไม้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อคุ้มครองรักษาป่าไม้ของชาติ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนอย่างมากกฎหมายที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยพระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 และพระราชบัญญัติสวนป่า พ.ศ. 2535 รายละเอียดดังนี้

พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 เพื่อควบคุมที่ดินป่าไม้ การทำไม้และเก็บของป่า มีการกำหนดไม้หวงห้ามไว้เพื่อไม่ให้มีการตัดก่อนได้รับอนุญาต ยกเว้นไม้นอกประเภทหวงห้ามที่ตัดได้ โดยไม่ต้องขออนุญาต แต่ต้องมีใบเบิกทางกำกับไปด้วยและมีการกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำผิดไว้ด้วย

พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 เพื่อควบคุมพื้นที่ป่าบางแห่งที่มีทรัพยากรที่มีค่าอย่างเคร่งครัด

พระราชบัญญัติสวนป่า พ.ศ. 2535 เป็นพระราชบัญญัติที่ส่งเสริมให้มีการปลูกสร้างสวนป่าที่เป็นไม้หวงห้ามเพื่อการค้า เป็นการลงทะเบียนที่ดินเป็นสวนป่า เพื่อช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนไม้เนื้อแข็ง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ โดยการส่งเสริมให้เอกชนปลูกป่าและนำไปขึ้นทะเบียนเป็นสวนป่า ผู้ปลูกสามารถตัดขายได้โดยไม่ต้องขออนุญาต

นอกจากนี้กรมป่าไม้ยังเป็นผู้กำหนดมาตรการควบคุมการจำหน่ายหรือการเคลื่อนที่สิ่งประดิษฐ์/เครื่องใช้ที่ทำด้วยไม้หวงห้าม

ข) สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.)

ทางภาครัฐได้เข้ามามีส่วนช่วยในการปลูกสวนยางพารา ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญที่สุดในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา โดยได้จัดตั้งสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) เพื่อให้เงินและคำแนะนำสำหรับการสงเคราะห์การทำสวนยางพาราให้แก่เกษตรกร โดยให้เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราตัดต้นยางพาราพันธุ์เก่า เพื่อปลูกต้นยางพาราพันธุ์ใหม่ โดยให้เป็นต้นกล้า

ยางพาราพันธุ์ใหม่ที่น่านำมา เนื่องจากเดิมไม้ยางพาราของไทยเป็นพันธุ์ที่ได้มาจากประเทศ มาเลเซียซึ่งมีน้ำยางน้อย จึงมีการสนับสนุนให้เกษตรกรหันมาปลูกสายพันธุ์ใหม่ที่น่านำมา

สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2503 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือเจ้าของสวนยางปรับปรุง สวนยางให้ดีขึ้นโดยมีการจัดตั้งกองทุนขึ้นประกอบด้วยเงินสงเคราะห์ซึ่งส่งสมทบตามพระราช บัญญัติกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เรียกว่า “กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง” โดยให้ กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางเป็นนิติบุคคล โดยที่เงินสงเคราะห์จะได้รับการเก็บจากผู้ส่งออก ยางโดยเก็บตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและอัตราเงินสงเคราะห์ที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ผู้จะได้รับการสงเคราะห์จะต้องเป็นเจ้าของสวนยางที่มีต้นยางอายุกว่า 25 ปีขึ้นไป หรือต้นยางทรุด โทรมเสียหาย หรือต้นยางได้ผลน้อย การสงเคราะห์ต้องจัดทำด้วยการปลูกแทนและจะสงเคราะห์ ประการอื่นเพื่อประโยชน์ในการปลูกแทน โดยจ่ายให้แก่เจ้าของสวนยางในรูปของยางพันธุ์ดี พันธุ์ ไม้ยืนต้น พันธุ์พืช ปุ๋ย เครื่องมือเครื่องใช้ จัดบริการอย่างอื่น ช่วยเหลือหรือจ่ายเป็นเงินให้ ทั้งนี้จะ จัดให้อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างก็ได้

ได้มีการตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินกิจการกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางคณะ หนึ่ง เรียกโดยย่อว่า “สทกย.” ประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้รับมอบหมายให้เป็นประธานกรรมการปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นรองประธานกรรม การ ส่วนคณะกรรมการประกอบด้วย เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ อธิบดีกรมวิชาการเกษตร อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร อธิบดีกรมศุลกากร ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตรและกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 6 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง จากเจ้าของสวนยาง 4 คน และบุคคลอื่นซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับทำ ยาง 2 คน

2.5.2.2 นโยบายด้านการเงิน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

ก) ธนาคารแห่งประเทศไทย

เป็นหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านสินเชื่อ ให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมไม้และ เฟอร์นิเจอร์ เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียน โดยรับซื้อตั๋วสัญญาใช้เงิน ที่เกิดจากการประกอบ อุตสาหกรรม เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากภาคเกษตรหรือใช้วัตถุดิบภายในประเทศ หรือใช้แรงงานเป็นหลัก อุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนโดยธนาคารแห่งประ เทศไทยจะให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้ผลิตผ่านธนาคารพาณิชย์ หรือบรรษัทเงินทุนด้านการรับซื้อตั๋ว สัญญาใช้เงินที่เกิดจากการประกอบกิจการอุตสาหกรรม

ข) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank)

EXIM Bank ให้การสนับสนุนแก่ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ ดังนี้

1. ให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน โดยให้สินเชื่อแก่ผู้ส่งออกเพื่อซื้อวัตถุดิบ เพื่อผลิตสินค้า เพื่อรวบรวมสินค้า ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการส่งออกภายหลังได้รับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ การให้เครดิตแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศเมื่อผู้ส่งออกต้องการเงินก่อนครบกำหนด โดยการนำตัวแลกเปลี่ยนของผู้ซื้อในต่างประเทศไปขึ้นเงินก่อน

2. การช่วยเหลือประเภทอื่น ๆ นอกจากด้านการเงิน เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเอกสารขนส่งสินค้า ลงเรือ คำแนะนำเกี่ยวกับกฎหมายและภาษีอากรของประเทศผู้ซื้อ

3. การค้าประกันสินเชื่อ

ค) ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ

ให้บริการในด้านสินเชื่อ และบริการด้านการเงินระหว่างประเทศ ทั้งนี้มีได้เน้นอุตสาหกรรมใด โดยเฉพาะ

ง) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT)

ให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อโดยมีนโยบายในการให้ความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมทางการเงิน การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาตลาดทุน บริการด้านการค้า ประกัน บริการด้านวานิชธนกิจ และบริการธุรกิจปริวรรตเงินตราและการค้าระหว่างประเทศ

จ) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)

จัดตั้งขึ้นในปี 2507 ตามที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติเสนอ โดยให้เป็นโครงการหนึ่งที่บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ระยะที่ 2 จัดตั้งเป็นสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อม (ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม/สธอ.) เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์เพื่อเร่งรัดการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม ดำเนินไปอย่างครบวงจรทั้งทางการผลิต การจัดการ การตลาด และการเงิน

2.5.2.3 นโยบายด้านภาษี

กระทรวงการคลัง มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

ก) กรมศุลกากรมีหน้าที่จัดเก็บภาษีศุลกากรควบคุมดูแลสินค้านำเข้าและส่งออก ให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้องบังคับ จัดเก็บภาษีอากรสินค้านำเข้าและส่งออกแทนหน่วยราชการอื่น ๆ (เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ภาษีเพื่อมหาดไทย) ป้องกันและปราบปรามการลักลอบหนีภาษีศุลกากร การหลีกเลี่ยงอากร และการกระทำผิดกฎหมายศุลกากรอื่น ๆ กำหนดมาตรการทางภาษีอากรขึ้นเพื่อส่งออก และทำหน้าที่เสนอแนะ กำหนดนโยบายและ

มาตรการภาษีให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจจัดทำสถิติสินค้าขาเข้าและขาออกและข้อมูลทางศุลกากรอื่น ๆ ออกเผยแพร่

ข) กรมสรรพากร มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเก็บภาษีจากฐานรายได้และฐานการบริโภคภายในประเทศตามประมวลรัษฎากร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น พิจารณาปรับปรุงตัวบทกฎหมายและระบบการบริหารจัดเก็บภาษี เพื่อส่งเสริมการออม การลงทุนและการแข่งขันในการผลิตและการส่งออกกับนานาประเทศ ตลอดจนสร้างความเป็นธรรมในการกระจายรายได้ และส่งเสริมสร้างความสมัครใจในการเสียภาษี นอกจากนี้ได้ทำความตกลงกับประเทศต่าง ๆ เพื่อจัดการเก็บภาษีซ้ำซ้อนระหว่างกันเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นหน่วยงานที่มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนโดยย่อ ดังนี้

- 1) เพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้สิทธิและประโยชน์ภาษีอากร โดยให้สิทธิและประโยชน์แก่โครงการที่มีผลแก่โครงการที่มีผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และใช้หลักการบริหารและการจัดองค์กรที่ดี
- 2) สนับสนุนให้อุตสาหกรรมพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อแข่งขันในตลาดโลกโดยกำหนดผู้ลงทุนทุกรายที่มีโครงการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ต้องได้รับ ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลที่เทียบเท่า
- 3) ปรับมาตรการส่งเสริมการลงทุน ให้สอดคล้องกับข้อตกลงด้านการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ โดยการยกเลิกเงื่อนไขการส่งออกและการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ
- 4) ให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรสูงสุดแก่โครงการลงทุนในภูมิภาคหรือท้องถิ่น ที่มีรายได้ต่ำ และมีสิ่งเอื้ออำนวยต่อการลงทุนน้อย
- 5) ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมโดยไม่เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการลงทุนขั้นต่ำของโครงการที่จะรับการส่งเสริมเพียง 1 ล้านบาท
- 6) ให้ความสำคัญแก่กิจกรรมเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตรกิจการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ กิจการสาธารณสุขปโภค สาธารณูปการ และการบริการพื้นฐานกิจการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรมเป้าหมาย

2.5.2.4 นโยบายทางด้านการผลิต

ก) กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของกรมฯไว้ดังนี้ : เป็นองค์กรของรัฐที่มีสมรรถนะในการควบคุม กำกับดูแลส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ให้สามารถพัฒนาได้แบบยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับของสากล โดยมีภารกิจหลักที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถ และประสิทธิภาพของการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน

ข) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุน พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และ อุตสาหกรรมเกษตร รวมทั้งอุตสาหกรรมอื่น ๆ ให้สมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าโลก การส่งเสริมในกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ถูกจัดตั้งขึ้นในกองบริการอุตสาหกรรมเมื่อปี 2519 โดยได้รับความช่วยเหลือจากองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JUICA) ซึ่งให้ความช่วยเหลือในด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญและให้ทุนการฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่

ค) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการชี้นำดำเนินนโยบายอุตสาหกรรม และเป็นศูนย์ข้อมูลตัวชี้วัดภาวะอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้กำหนดกลยุทธ์หลักไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยี
2. กลยุทธ์ด้านการจูงใจ
3. กลยุทธ์ด้านกฎระเบียบ
4. กลยุทธ์ด้านสถาบันและการบริหาร
5. กลยุทธ์ด้านสารสนเทศและการศึกษา
6. กลยุทธ์ด้านการสร้างพันธมิตร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ได้แก่กองนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2 ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการศึกษาภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตทั่วไป เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ ได้แก่ อาหาร สิ่งทอ ไม้ ยางพารา เชื้อ และกระดาษ รองเท้าและเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมยาเคมีภัณฑ์ พลาสติก และปิโตรเคมี เพื่อกำหนดนโยบายการวางแผนพัฒนาศึกษาวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งประสานงานด้านการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ง) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ความรับผิดชอบอย่างหนึ่งของ สมอ. ก็คือ การรับรองระบบงานของหน่วยตรวจ (Inspection Body Accreditation) คือรับรองว่าหน่วยตรวจนั้นมีความสามารถและเป็นกลางในการดำเนินการให้บริการงานตรวจเป็นไปตามมาตรฐานมอก.17020 (ISO/IEC17020) โดยตรงสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีการทำมาตรฐานเรื่องเครื่องเรือนเอาไว้

จ) สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (Foundation for Thailand Productivity Institute : FTPI) เป็นหน่วยงานอิสระที่ตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2537 มีคณะกรรมการอำนวยการประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐภาคอุตสาหกรรมภาคการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญแรงงานและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้กำกับนโยบาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มผลผลิตในภาค อุตสาหกรรมและยกระดับการเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในตลาดโลกอีกทั้งทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานและรณรงค์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตทั่วประเทศ ภารกิจหลัก ได้แก่ พัฒนาศักยภาพของธุรกิจ, สร้างจิตสำนึกด้านการเพิ่มผลผลิตของชาติ และเป็นองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ

ทางสถาบัน จึงมีหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกอบรมเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตสำหรับผู้ประกอบการ โดยมุ่งเป้าหมายเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น และเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมการส่งมอบตรงเวลา การทำงานที่ปลอดภัยพนักงานมีขวัญกำลังใจ รักษาสิ่งแวดล้อม และดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ โดยอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทางสถาบันให้คำปรึกษาแนะนำ

ฉ) สำนักงานส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการส่งเสริมการประหยัดพลังงานและพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยลดภาษีเครื่องจักรที่ประหยัดพลังงานและสิ่งแวดล้อม สำหรับผู้มีสิทธิยื่นคำขอลดอัตราอากรศุลกากรต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นผู้นำเพื่อนำไปใช้ในกิจการของตน
2. ในกรณีที่ผู้ซื้อหรือจัดหาผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือผู้นำเข้า แล้วแต่กรณีเป็นผู้ยื่นเรื่องขอรับการพิจารณาได้ โดยจะต้องแสดงหลักฐาน คือ สัญญาการซื้อขายและหนังสือรับรองสัญญาการซื้อขาย

ช) สถาบันการศึกษามีบทบาทในการผลิตบุคลากรด้านต่าง ๆ เข้าสู่อุตสาหกรรม เช่น ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปไม้ กระบวนการผลิตไม้ในโรงงาน เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการวิจัยและพัฒนาที่ส่งเสริมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ปัญหาในขณะนี้ คือนักศึกษาไม่นิยมเรียน อุปกรณ์การสอนไม่เพียงพอ ไม่ทันสมัยเนื่องจากขาดงบประมาณสนับสนุน

ซ) องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) มีหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่รัฐและประชาชนในอุตสาหกรรมป่าไม้ ปลูกสร้างสวนป่า คุ้มครองรักษาป่าไม้ และบูรณะป่าไม้วิจัยค้นคว้าและทดลองเกี่ยวกับผลผลิต และผลิตภัณฑ์ในด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นต้น

2.5.2.5 นโยบายทางด้านแรงงาน

ก) กรมพัฒนาฝีมือแรงงานกระทรวงแรงงานสวัสดิการสังคม มีหน้าที่ในการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมต่างๆรวมถึงการพัฒนาแรงงานใน

อุตสาหกรรมเครื่องเรือนไม้ โดยแบ่งการพัฒนาเป็นช่างไม้เครื่องเรือน ช่างไม้วงกบ ช่างสีเครื่องเรือน โดยการพัฒนาฝีมือแรงงานทั้งในภาคทฤษฎีและการปฏิบัติ

ข) สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา : กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องเรือน เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.5.2.6 นโยบายทางการตลาด

หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญ คือ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ และกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ก) กรมส่งเสริมการส่งออก มีหน้าที่ คือ

1. เสนอนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าและการตลาดรวมทั้งเสนอแนะแนวทางและมาตรการเพื่อส่งการออก

2. จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้าและส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าต่างประเทศ

3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก

4. พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชน ในด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสมรรถภาพในการส่งออกตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก

ข) กรมการค้าต่างประเทศ

กรมการค้าต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่ควบคุม ดูแล การส่งออกหรือนำสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายตลอดจนจัดระเบียบและบริหารการนำเข้าและส่งออกสินค้า ดำเนินการเกี่ยวกับการค้าระหว่างรัฐบาลต่อรัฐบาล (G2G) หรือระหว่างรัฐบาลกับองค์กรการค้าในต่างประเทศ (G2B) เพื่อประโยชน์ต่อการส่งสินค้าออก รวมทั้งดำเนินการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับมาตรการ ข้อกีดกันทางการค้า การเลือกปฏิบัติของต่างประเทศเพื่อปกป้องรักษา หรือให้ได้มาซึ่งสิทธิประโยชน์ทางการค้าของไทย

2.5.2.7 นโยบายด้านการขนส่ง

หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญ คือ กระทรวงคมนาคม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ รายละเอียดดังนี้

ก) ตำรวจป่าไม้ มีหน้าที่ดูแล จับกุมผู้ลักลอบตัดไม้ทำลายป่า

ข) ตำรวจทางหลวง เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้แลเฟอร์นิเจอร์ในด้านการขนส่ง

ค) หน่วยงานของกระทรวงคมนาคม ต้องมีการสร้างถนนเพื่อให้เข้าถึงสวนยางพาราได้ง่าย และสะดวกในการขนส่งเพื่อลดต้นทุน

2.6 มาตรการกีดกันทางการค้า

จากแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน. 2545) ได้แบ่ง มาตรการกีดกันทางการค้าออกเป็น 2 ประเภท คือ มาตรการกีดกันทางการค้าในด้านภาษี (Thriff Barriers) และมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีภาษี (Non-Tariff Barriers) มีรายละเอียดดังนี้

2.6.1 มาตรการกีดกันทางการค้าในด้านภาษี (Tariff Barriers)

การลดภาษีนำเข้าของประเทศในกลุ่มอาเซียน หลังจากที่ไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในเขต การค้าเสรีอาเซียน (Asian Free Trade : AFTA) ซึ่งมีการเก็บภาษีเท่ากันทุกประเทศ โดยมีหลักค้า ลดภาษี ภายใต้เงื่อนไขของ AFTA กล่าวคือ เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยที่มีอัตราภาษีสูงกว่าร้อยละ 20 ต้องลดอัตรภาษีนำเข้าจากร้อยละ 60 ให้เหลือร้อยละ 20 ภายใน 5-8 ปี (ระหว่างปี 2536- 2543) และจะต้องลดลงอีกให้เหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 0-5 ภายในเวลา 7 ปี แต่เนื่องจาก เฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นสินค้าในกลุ่มลดภาษีแบบเร่งด่วนในสินค้า 15 ประเภท ซึ่งจะต้องลดภาษีนำเข้า ให้เหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 7-10 ปี (ชนากานต์. 2540)

การปรับลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบหรือเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปของไทย จากการที่องค์การการค้า โลก (World Trade Organization : WTO) ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นมาจาก GATT (General Agreement on Tariff and Trade) ได้มีการประชุมตกลงให้มีการส่งเสริมให้การค้าระหว่างประเทศ มีความเป็นเสรีมากที่สุด โดยลดข้อกีดกันทางการค้า เช่น ลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ ทำให้สมาชิก รวมถึงไทยต้องปรับโครงสร้างภาษีศุลกากรใหม่ เดิมภาษีนำเข้าวัตถุดิบมีร้อยละ 60 ลดลงเหลือ ร้อยละ 5 ส่วนเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปรัฐเคยเก็บภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงหลายอัตราได้แก่ 20 35 40 60 และ 80 ได้ถูกปรับลดลงมาเหลือเพียงอัตราเดียว คือ ร้อยละ 20 (ชนากานต์, 2540)

ในขณะที่ข้อตกลงทางด้านภาษีถูกกำหนดขึ้นมาใช้ เพื่อป้องกันการกีดกันทางการค้า แต่ ในมาตรการกีดกันทางการค้าในด้านภาษี ที่แท้จริงนั้น จะขึ้นอยู่กับนโยบายของประเทศผู้นำเข้า เฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยแต่ละประเทศ สำหรับประเทศคู่ค้าหลัก ๆ ของไทยซึ่งได้แก่ ญี่ปุ่นและ สหรัฐอเมริกา จะมีรายละเอียดดังนี้ (พงษ์ศักดิ์. 2549)

2.6.1.1 ญี่ปุ่น มีการเรียกเก็บภาษีเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยอัตราภาษีในปี 2541 เรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 4.3

2.6.1.2 สหรัฐอเมริกา การเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยอัตรา ภาษีในปี 2541 เรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 0-1.5

2.6.2 มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barrier)

ข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษีสุดท้ายการสำหรับอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ ถูกกำหนดขึ้นส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการสงวนป่าธรรมชาติ ซึ่งกฎระเบียบการค้าที่ไม่มีใช้ภาษีที่สำคัญที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ได้แก่

2.6.2.1. มาตรการอุปสรรคทางการค้า (Technical Barrier to Trade : TBT)

ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักที่คุ้มครองความปลอดภัยและสุขภาพของมนุษย์ สัตว์ พืช และสิ่งแวดล้อมโดยมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้า วัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ และขั้นตอนการผลิตในภาพรวมแล้วการกำหนดมาตรฐานสินค้าจะส่งผลดีต่อการพัฒนาฐานของอุตสาหกรรม เนื่องจากจะมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี ระหว่างผู้ผลิตด้วยกันเพื่อให้มีการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานใกล้เคียงกันและสามารถใช้ประกอบกันได้ แต่ในแง่หนึ่งการกำหนดมาตรฐาน ซึ่งแต่ละประเทศกำหนดเองนั้นสามารถทำให้เกิดอุปสรรคทางการค้าได้ในกรณีที่ตั้งมาตรฐานไว้สูงจนเกินไป

2.6.2.2 มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการพิจารณาจะรวมไปถึงผลกระทบของการผลิตวัสดุการผลิต และกระบวนการผลิตของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการออกมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเช่น ISO 14000

2.6.2.3 มาตรการด้านแรงงาน การที่บางประเทศมีการว่าจ้างแรงงานอย่างไม่เป็นธรรมอาจทำให้เกิดการเปรียบเทียบด้านต้นทุนการผลิต และจะส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดการค้าที่ไม่เป็นธรรม WTO ได้มีการกำหนดมาตรฐานแรงงานหลัก (Core Labor Standard) ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก คือ

- ก. เสรีภาพในการสมาคม
- ข. สิทธิในการรวมตัว
- ค. การห้ามบังคับใช้แรงงาน
- ง. การจัดการแสวงประโยชน์จากแรงงานเด็ก
- จ. การไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงานหรือการประกอบอาชีพ

สำหรับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี ที่ไทยประสบในอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้กันในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้กันในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของไทย มีดังนี้

1. ญี่ปุ่น

ก. กฎหมาย Product Liability เป็นกฎหมายที่ให้ผู้ผลิตสินค้านำรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากการบกพร่องของสินค้า

ข. ต้องมีการตรวจคุณภาพต่าง ๆ เช่น ความชื้น และระบบการตัดไม้ที่มี

มาตรฐาน

ค. สินค้าเครื่องเรือนบางตัวต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ

2. สหรัฐอเมริกา

ก. สินค้าต้องติด Product Label เพื่อแสดงที่มาของสินค้าและสินค้าที่ผ่านมาตรฐาน UFAC ก็จะมีตรา UFAC ติดอยู่

ข. ANSI (The American National Standard Institute) เป็นหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านคุณภาพ วัสดุคืบ และมาตรฐานต่าง ๆ สำหรับผู้นำเข้าและผู้ผลิต

ค. The Association of Bedding and Furniture, Low Officials เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและซ่อมแซมเครื่องนอนเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้แล้ว ว่าจะต้องมีการผ่านการฆ่าเชื้อและซ่อมแซมให้กับสภาพเดิม

3. สหภาพยุโรป เป็นกลุ่มประเทศที่มีมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในศุลกากร ที่ค่อนข้างซับซ้อนกว่าที่อื่น ตัวอย่างของมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์มีดังนี้

ก. ผู้ผลิตต้องทำการวิเคราะห์วัฏจักรอายุสินค้า หรือเรียกว่า LCAS : Life Cycle Analysis เพื่อพิจารณาว่าสินค้านั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเช่นไร และต้องรายงานถึงกระบวนการทั้งหมดในการนำวัตถุดิบมาผลิตเพื่อเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายและใช้งาน จนถึงการกำจัดทำลายซากเหลือทิ้งของสินค้านั้นด้วย

ข. ผู้ผลิตต้องแสดงแหล่งที่มาของสินค้า ว่าไม้ไม่ได้ทำลายป่าธรรมชาติ รวมทั้งการควบคุมคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 14000

ค. การนำเข้าเครื่องเรือนเด็กและเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในห้องนอนต้องอยู่ได้กฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค

ง. เฟอร์นิเจอร์จากไม้เมืองร้อนต้องมีใบรับรองใช้ไม้จากป่าไม้อนุญาติให้ตัด นอกจากนี้รายงานการวิจัย (2544) ของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เสนอต่อกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ อ้างถึงในแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน), 2545 ได้มีการรวบรวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ที่ไทยประสบ ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งสรุปจากกรมการค้าต่างประเทศในสิ่งที่ไทยประสบ รวบรวมและสรุปมาตรการที่มีใช้ภายในที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ออกมาได้ ดังนี้

1. ไม้และเฟอร์นิเจอร์

ก. ประเทศสเปน กำหนดให้ผู้ส่งออกต้องมีใบอนุญาตประกอบการส่งออกภายใต้ EU Regulation no. 228/95

2. ประเทศไต้หวัน กำหนดระเบียบให้ระบุชื่อประเทศผู้ผลิต ชื่อผู้ผลิต ผู้นำเข้าที่อยู่เบอร์โทรศัพท์เป็นภาษาจีน

ข. ประเทศเกาหลีใต้ มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษ โดยสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 3 ล้านวอน (ประมาณ 1 แสนบาท) เสียภาษีนำเข้าร้อยละ 8 ส่วนสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 3 ล้านวอน เสียภาษีร้อยละ 47 (ภาษีนำเข้าร้อยละ 8+ ภาษีสินค้าฟุ่มเฟือยร้อยละ 30+ ภาษีการศึกษาร้อยละ 9)

ก. ประเทศรัสเซีย กำหนดให้ต้องมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพเป็น Hologram ตามฎีกาที่ 601 ลงวันที่ 17 พ.ค. 2540 ซึ่งทำให้การส่งออกต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และขาดความชัดเจนรวมทั้งมีปัญหาในทางปฏิบัติ

3. ผลิตรักษ์ไม้

ก. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ต้องปลูกไม้แบบอนุรักษ์ธรรมชาติตามบัญญัติ 10 ประการของ FSC เพื่อเป็นการรักษาพืชที่อยู่ใต้ดินสัตว์ที่อยู่บนดินน้ำ อากาศ

ข. ประเทศฟินแลนด์ ต้องปลูกไม้แบบอนุรักษ์ธรรมชาติตามบัญญัติ 10 ประการของ FSC เพื่อเป็นการรักษาพืชที่อยู่ใต้ดินสัตว์ที่อยู่บนดินน้ำ อากาศ

4. ไม้อัด

ก. ประเทศเกาหลีใต้เป็นไปตาม Anti Dumping Law

พอสรุปได้ว่าข้อกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีศุลกากร ที่อุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ประสบอยู่ มีดังนี้คือ การคิดลดากแสดงมาตรฐานสินค้า (Eco Labeling), ข้อกำหนดในการนำเฟอร์นิเจอร์มาซ่อมแซมและนำกลับมาใช้ใหม่ (Requirements for recycling and waste recovery) และเงินอุดหนุนพิเศษ (Subsidies)

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกที่เกี่ยวกับมาตรฐานการทางการค้าของอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์นี้มักจะเกี่ยวกับปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศเนเธอร์แลนด์และฟินแลนด์ได้มีการนำเอามาใช้ โดยวัตถุประสงค์เพื่อต้องการรักษาป่าและสิ่งแวดล้อม ซึ่งรายละเอียดนั้นจะได้เสนอในหัวข้อเกี่ยวกับเรื่องการรับรองสวนป่าโดย FSC ดังนี้

Forest Stewardship Council (FSC) เป็นองค์กรอิสระระหว่างประเทศ ซึ่งจัดขึ้นภายใต้ความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ จากทั่วโลก อาทิ กลุ่มอนุรักษ์ป่าไม้และสิ่งแวดล้อม ผู้ค้าไม้ ผู้ผลิต สินค้าจากไม้ กลุ่มชนพื้นเมือง และองค์กรอิสระทั่วไป ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 1993 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำระบบการรับรองด้านการจัดการป่าไม้ (Forest Certification) เป็นการรับประกันว่าไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ที่ได้รับการประทับเครื่องหมาย FSC เป็นไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ที่ใช้ไม้จากป่าธรรมชาติหรือแปลงปลูกป่า ที่มีการจัดการป่าอย่างถูกต้องตามหลักการที่ยอมรับในระดับนานาชาติทั้งในด้านสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มิได้มาจากการทำลายป่าธรรมชาติ โดยจะดำเนินงานตาม “หลักการและกฎเกณฑ์ (Principles and Criteria) 10 ประการ” ซึ่งสอดคล้องตามบรรทัดฐานของมาตรฐาน FSC ระหว่างประเทศ (International FSC Standard) ได้แก่

ประการที่ 1 ผู้ที่ได้รับการรับรองการจัดการป่าไม้ ต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศที่ใช้อยู่และยึดถือสัญญาและข้อตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศนั้น ๆ ได้

กระทำไว้และต้องสอดคล้องกับหลักการและรายละเอียดของ FSC ทั้งหมด (Comply with FSC principle and Criteria)

ประการที่ 2 กำหนดสิทธิในการถือครองและการใช้ประโยชน์และความรับผิดชอบของผู้ที่ได้รับการรับรองจาก FSC (Establish Tenure and Use Rights and Responsibilities) ซึ่งสิทธิถือครองและการใช้ประโยชน์ในที่ดินและทรัพยากรป่าไม้ในระยะยาวจะต้องมีเอกสารแสดงการได้มาและการก่อตั้งตามกฎหมายไว้อย่างเด่นชัด (Establish tenure use rights and responsibilities)

ประการที่ 3 ให้ความเคารพในสิทธิของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นของป่า นั้น ๆ (Respect the rights of indigenous peoples) สิทธิตามกฎหมายและสิทธิตามขนบธรรมเนียมประเพณี ของชนพื้นเมืองในการเป็นเจ้าของการใช้ประโยชน์และจัดการพื้นที่อาณาบริเวณและทรัพยากรต่าง ๆ จะต้องได้รับการยอมรับ

ประการที่ 4 สร้างความสัมพันธ์ต่าง ๆ กับชุมชน รวมทั้งผดุงสิทธิของแรงงาน (Maintain or enhance community relationship and worker rights) ขบวนการการจัดการป่าไม้จะต้องจรรโลงหรือส่งเสริมสถานภาพด้านสังคม เศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของแรงงานป่าไม้ และชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ

ประการที่ 5 กระตุ้นให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการหลาย ๆ ประเภท จากป่า นั้น ๆ (Encourage use of multiple products and services from the forest) ขบวนการจัดการป่าไม้สามารถช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพของการใช้ประโยชน์ ของผลผลิตจากป่า นานาชนิดและการบริการ เพื่อเป็นการประกันความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทางด้านสิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างเต็มรูปแบบ

ประการที่ 6 จำกัดผลกระทบที่จะมีกับสิ่งแวดล้อม (Limit environmental impact) การจัดการป่าไม้จะต้องอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและคุณค่าการอยู่ร่วมกันของทรัพยากรน้ำดิน และระบบนิเวศที่มีลักษณะพิเศษและเปราะบาง และการออกแบบในระดับภูมิทัศน์จะต้องตระหนักถึงการรักษาความสมดุลทางนิเวศและความมั่นคงสมบูรณ์ของป่าไม้

ประการที่ 7 กำหนดแผนการบริหารจัดการของผู้ที่ได้รับการรับรอง (Define a management plan) จะต้องมีกำหนดแผนการจัดการไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ตามความเหมาะสมของขนาดพื้นที่และความลึกซึ้งในการจัดการ ซึ่งจะต้องมีการติดตามและกำกับดูแลรักษาให้มีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่เสมอ และจะต้องแสดงถึงเป้าหมายในระยะยาว และวิธีการปฏิบัติงานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของแผนฯ ไว้อย่างชัดเจนด้วย

ประการที่ 8 ดำเนินการสอดส่องดูแลและประเมินผล ผู้ที่ได้รับการรับรอง (Conduct proper monitoring and assessment) จะต้องมีการสอดส่องดูแล ตามความเหมาะสมของขนาดพื้นที่และความลึกซึ้งในการจัดการจัดการป่าไม้ โดยการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับ

สภาพป่าไม้ปริมาณผลผลิตของป่าไม้ การเปลี่ยนแปลงมีถือครองในตัวสินค้ากิจกรรมด้านการจัดการต่าง ๆ และผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประการที่ 9 การรักษาและฟื้นฟูป่าไม้ ที่มีคุณค่าสูงด้านการอนุรักษ์ (Maintenance of High Conservation Value Forest) กิจกรรมในการจัดการต่าง ๆ ในพื้นที่ป่าไม้ที่มีคุณค่าสูงด้านการอนุรักษ์จะต้องทำนุบำรุงหรือส่งเสริมคุณลักษณะของพื้นที่ป่าไม้นั้น ๆ อย่างชัดเจน และการตัดสินใจดำเนินการเรื่องต่าง ๆ ในพื้นที่ป่าไม้ จะต้องพิจารณาถึงกรอบและข้อปฏิบัติที่เหมาะสมในการเข้าไปใช้ประโยชน์พื้นที่ป่าไม้ อย่างระมัดระวังเสมอด้วย

ประการที่ 10 จัดการป่าตามหลักการนิเวศน์วิทยา (Manage plantations in an ecologically conservation manner) จะต้องมีการวางแผนและจัดการพื้นที่สวนป่า ให้สอดคล้องกับหลักประการที่ 1-9 ที่กล่าวมาข้างต้นและหลักการที่จะกล่าวต่อไปในขณะที่การจัดการสวนป่าสามารถที่จะจัดระเบียบเป็นประโยชน์ทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ และสามารถสนับสนุนด้านความพึงพอใจของประชากรโลกในด้านผลิตภัณฑ์ป่าไม้ และสามารถสร้างภาพการจัดการที่สมบูรณ์แบบในด้านการลดความกดดัน และส่งเสริมการฟื้นฟูและการอนุรักษ์ป่าธรรมชาติ

หลักการดังกล่าวจะประกอบด้วย “แนวทางในการดำเนินงาน 3 ประการ ” คือ ความยั่งยืนทางสังคม (Social Sustainability), ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Biological/Ecological Sustainability) และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Production Sustainability)

ก่อนการรับรองไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ที่จะต้องมีการตรวจสอบหรือแปลงปลูกป่า ซึ่งเป็นที่มาของไม้ที่จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตภัณฑ์ไม้ก่อน โดย FSC เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการออกกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ในการประเมินหลักเกณฑ์ในการรับรองไม้ ตลอดจนติดตามการทำงานขององค์กรอิสระ (Certified Bodies) ที่ FSC ได้แต่งตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่แทน FSC ในการตรวจสอบป่าและออกใบรับรอง

จากเอกสารที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและกล่าวมาทั้งหมดนี้ เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก และอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ รวมถึงหน่วยงาน นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลนี้ไปสนับสนุนในการอภิปรายผลต่อไป

2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนากานต์ ป็องกัน (2540 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทย.” พบว่าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนเริ่มประสบปัญหาต่างๆที่ค่าจ้างแรงงานสูงขึ้นและภาวะ การแข่งขันในการส่งออกสูงขึ้นเมื่อวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบที่ปรากฏ(Revealed Comparative Advantage : RCA) ไทยมีความได้เปรียบเทียบ ในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราโดยรวมเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้สำนักงาน ที่ใช้ในครัว เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ และชิ้นส่วนที่ทำด้วยไม้ยางพาราในตลาดญี่ปุ่นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเวลาที่ตลาดสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศสและประเทศอื่น ๆ ในสหภาพยุโรปไทยเสียเปรียบในการส่งออกโดยรวมเมื่อเทียบกับคู่แข่งเมื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost : DRC) ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเพื่อการส่งออก พบว่า ค่า DRC ของการผลิตมีค่าเท่ากับ 0.8403 และ 0.9099 ในปี 2533 และ ปี 2537 และมีค่าเพิ่มขึ้นเมื่อมีการค้าที่เป็นแบบเสรีมากขึ้น ซึ่งแสดงว่าการนำทรัพยากรภายในประเทศมาใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเพื่อการส่งออก มีแนวโน้มเป็นการผลิตที่มีประสิทธิภาพลดลง

นอกจากนี้ยังพบปัญหา ทั้งในเรื่องการขาดแคลนบุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถในระดับผู้ชำนาญการและช่างเทคนิคด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปัญหาการดำเนินงานของภาครัฐในบางหน่วย ตลอดจนกฎระเบียบบางประการของทางราชการ ปัญหาต่อต้านจากกลุ่มผู้นรักรักษ์นิยมในสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปในการนำเข้าสินค้าที่ทำด้วยไม้จากประเทศเขตร้อน ปัญหาเรื่องต้นทุนการขนส่งเพื่อการส่งออก

วราวุธ สิริทอง (2544 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “ ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ของไทย ว่า มีความเป็นมาเช่นไร รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่มีออกมาเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ว่ามีความสอดคล้องเพียงใดต่อ การพัฒนาอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ในอนาคต โดยแบ่งการศึกษาออกเป็นสามช่วง คือ ช่วงยุคก่อน เศรษฐกิจขยายตัว ยุคเศรษฐกิจขยายตัว ยุคเศรษฐกิจขยายตัวและยุควิกฤติเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า ในช่วงยุคต่างๆ ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นขั้นตอนที่น่าสนใจและทำให้ทราบถึงสิ่งที่เป็นผลกระทบหลักๆของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ไทยอันได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ, วัตถุดิบ, ความต้องการของตลาด เป็นต้น รวมถึงนโยบายบางประการที่ทางภาครัฐออกมายังไม่สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยอย่างเต็มที่

พงษ์ศักดิ์ พิริยะสงวนพงศ์ (2545: บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง“การวิเคราะห์ความสามารถในการผลิตและการส่งออก ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ในเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ทางสถิติในรูปของอัตราการผลิตเปลี่ยนแปลง

สัดส่วนการส่งออก ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และแบบจำลองส่วนแบ่งที่ตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) เพื่อวิเคราะห์การขยายตัวของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย พบว่า การส่งออกมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังพบปัญหาในเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบทักษะการทำงานของแรงงาน การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ การกำหนดราคาขายที่เหมาะสม

จากงานวิจัยค้นคว้ามาทั้งหมดนี้ ทำให้ผู้วิจัย สามารถกำหนดขอบเขตของเนื้อหาในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการแข่งขันและข้อมูลข่าวสารทางการตลาด และด้านการส่งออก เพื่อให้ทราบถึงสภาพและปัญหาในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย และหาแนวทางในการแก้ไขและป้องกันปัญหา ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

ผศ.จ อมรศักดิ์ (2546 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ โดยการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทย ในด้านการผลิต การตลาด การบัญชี และการเงิน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ระหว่าง ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทยในด้านการผลิต การตลาด การบัญชีและการเงิน และผู้วิจัย ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก ผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในประเทศไทย จำนวน 36 ราย เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว การทดสอบสมมุติฐานได้กำหนด ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1) ระดับปัญหาในการดำเนินงานของ ผู้ผลิตน้ำผลไม้ ในแต่ละด้านพบว่ามีปัญหา อยู่ในระดับปานกลาง โดยลำดับของปัญหา ในการดำเนินงานแต่ละด้าน เรียงจากปัญหามากที่สุด ไปถึง น้อยที่สุด คือ (1) ปัญหาด้านการตลาด (2) ปัญหาด้านการผลิต (3) ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน
- 2) สำหรับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำผลไม้ จำแนก ตามลักษณะ ของผู้ผลิต พบว่า ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกัน มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

สมภพ หงสะมัด (2547 : บทคัดย่อ) การศึกษา “ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก ในประเทศไทย ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ และเพื่อศึกษาถึง ลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เม็ดพลาสติก ในด้านการผลิตต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการ

ส่งออก และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติกที่มีต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกเม็ดพลาสติก ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยผู้เขียนรวบรวมข้อมูลจาก โรงงานอุตสาหกรรม เม็ดพลาสติกในประเทศไทย จำนวน 30 ราย เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม ทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบทางเดียว โดยทำการทดสอบสมมุติฐานที่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) ระดับของปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออก ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก ในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบ ในด้านต่างๆเรียงตามลำดับ จากมากไปน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ด้านการตลาด และด้านการเตรียม ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

2) การเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะ ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เม็ดพลาสติก ในประเทศไทยที่ต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปริมาณการผลิตต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก และจำนวนชนิด ของผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติกที่ต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันจากปัญหา การดำเนินงานด้านการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 0.01

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาค้นคว้าถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากร

ผู้ประกอบการของโรงงานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีโรงงานผลิตตั้งอยู่ในประเทศไทยและทำการส่งออกทั้งหมดโดยได้จดทะเบียนผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม กับกรมโรงงานจำนวน 334 ราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขึ้นโดยใช้สูตร Yamane (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 284)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด
 e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

โดยการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{334}{1 + 334 \times 0.05^2}$$

$$n = 182$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง ที่กำหนดขึ้นเท่ากับ 182 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

(บุญธรรม กิจปรีดาปริสุทธิ . 2543 : 84) โดยจะกำหนดเลขที่ให้กับโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละแห่ง แล้วทำการจับฉลาก โดยเป็นการจับแบบไม่ใส่คืน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามจะมีทั้งคำถามปลายปิด (Close - ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open - ended Question) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่จะศึกษาทั้งหมด 4 ตอน คือ

แบบสอบถามตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์จำนวน 4 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยเป็นแบบเลือกรายการ จำนวน 3 ข้อ โดยเป็นคำถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม

แบบสอบถามตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกด้านการตลาดและด้านการแข่งขันผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินความคิดเห็นของตนเอง จากคำถามแต่ละข้อ ตามระดับของการประเมิน 5 ระดับ คือ ปัญหามากที่สุด ปัญหามาก ปัญหาปานกลาง ปัญหาน้อย และปัญหาน้อยที่สุด โดยมีลักษณะข้อคำถามในเชิงลบ (Negative) จำนวน 24 ข้อ

แบบสอบถามตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา วิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ของพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543 : 94 – 111) และปรับปรุงแบบสอบถามมาจากจිරศักดิ์ เศษวิเศษ (2546 : 136 – 145)

3.3.2 สร้างแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอความคิดเห็นในการพิจารณาคำถามความครอบคลุมเนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเขียน

3.3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาพร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้การตรวจหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษา และการสื่อสารความหมาย ก่อนที่จะทำการนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. ดร.ชัชสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษา และสังคม	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. อ. ณัฐวุฒิ โรจน์นินรุตติกุล	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษา และสังคม	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. คุณจิตติมา ทองภูสวรรค์	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ต่างประเทศ	บริษัท คาร์เพ็นเตอร์ไทย จำกัด
4. คุณ สุกานดา ศรีศิริวัน	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท A.T.FURNITURE จำกัด
5. คุณณพัทธ์ วัทยุทธ	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท ABLE INTERIOR WORK SHOP จำกัด

3.3.4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง แล้วจึงนำไปสอบถาม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล และค้นหาข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลรวบรวมดังนี้

3.4.1.1 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ 250 ราย

3.4.1.2 หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์

3.4.1.3 นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมงานวิจัย บทความ วารสาร สถิติในรายงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบเนื้อหา และนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows (Statistic Package for the Science for Windows) ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.5.1 ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม

3.5.2 นำแบบสอบถามบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยกำหนดระดับลักษณะการตอบแบบสอบถามแบบมาตรวัด Likert Scale ทั้งหมด 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับของปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากคะแนนจะมีการแปลผลคะแนน โดยวัดระดับของความสำคัญต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
1.000 - 1.499	มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้น้อยที่สุด
1.500 - 2.499	มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้น้อย
2.500 - 3.499	มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ปานกลาง
3.500 - 4.499	มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มาก
4.500 - 5.000	มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุด

การแปลความหมายของค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 75) ใช้เกณฑ์ดังนี้
 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000-0.999 หมายถึง ระดับปัญหาการดำเนินงานไม่แตกต่างกันมาก
 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 เป็นต้นไป หมายถึง ระดับปัญหาการดำเนินงานแตกต่างกันมาก

3.5.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ คือ

3.5.3.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบ แบบ สอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์

3.5.3.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้

3.5.3.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 คำถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ค่าสถิติที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 :137 -143)

3.5.4 การทดสอบสมมติฐาน และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p>สมมติฐานที่ 1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน</p> <p>สมมติฐานที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน</p> <p>สมมติฐานที่ 1.2 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน</p> <p>สมมติฐานที่ 1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน</p>	<p>One-way ANOVA</p>
<p>สมมติฐานที่ 2 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน</p> <p>สมมติฐานที่ 2.1 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน</p> <p>สมมติฐานที่ 2.2 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน</p>	<p>One-way ANOVA</p>

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.3 มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 :จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 3.1 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 3.2 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 3.3 จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน	One-way ANOVA

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.6.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวแปรอิสระอันได้แก่ ลักษณะของผู้ประกอบการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่ใช้ศึกษาปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาดและด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.2)$$

เมื่อ	(\bar{X})	หมายถึงค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X$	หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับค่าเฉลี่ยเลขคณิตเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของคะแนนในแต่ละข้อ

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.3)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึงคะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึงจำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.6.2 สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analytical Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ซึ่งได้แก่ ปริมาณการผลิตต่อปี ระยะเวลาที่ดำเนินงานด้านการส่งออก และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ ต่อด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกด้านการตลาดและด้านการสภาพแวดล้อมภาพนอกธุรกิจของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ใช้สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมากกว่าสองกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Samples) คือ ปริมาณการผลิตต่อปี ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ กับตัวแปรตาม ได้แก่ ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One Way ANOVA โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540 : 168 : 172)

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One Way ANOVA คือ
 - H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน
 - H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ $H_0 : u_1 = u_2 = \dots = u_k$
 $H_1 : u_i = u_j$ เมื่อ $i = j$ โดยที่ $i, j = 1, 2, \dots, k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MSb}{MSw} \quad (3.4)$$

วิธีวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ แสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SSb = \sum_{i=1}^k n_i (x_i - \bar{x}_{..})^2$	$MSb = \frac{SSb}{k - 1}$	$F = \frac{MSb}{MSw}$
Within Groups	$n - k$	$SSw = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x}_{j.})^2$	$MSw = \frac{SSw}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SSt = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x}_{j.})^2$		

เมื่อ	k	คือ	จำนวนประชากร
	n	คือ	ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	n_i	คือ	ขนาดตัวอย่างของประชากรที่ i
	x_{ij}	คือ	คะแนนของตัวอย่างที่ j ของประชากรที่ i
	x_i	คือ	คะแนนรวมของตัวอย่างของประชากรที่ i
	$\bar{x}_{j.}$	คือ	ค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของประชากรที่ i
	$\bar{x}_{..}$	คือ	ค่าเฉลี่ยของคะแนนของตัวอย่างของประชากรที่ i

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่

$df = (k-1), (n-k)$ หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1), (n-k)$ หรือถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.6.2.2 การวิเคราะห์ Least-Significant Different (LSD)

หลังจากวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) แล้วผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐาน H_0 จะสรุปได้เพียงว่ามีประชากรน้อยสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน แต่ไม่สามารถบอกได้ว่า ประชากรกลุ่มใดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มใด ดังนั้นจึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) ซึ่งนิยมใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ กรณีที่ F – test ในการวิเคราะห์ One – way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2540 : 201)

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร
$$LSD = t_{n_2-k} \sqrt{MSw \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.5)$$

3. คำนวณค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ เมื่อ $i \neq j$ โดยที่ $i, j = 1, 2, \dots, k$

4. ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญแต่ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลสำหรับใช้ในการศึกษาเรื่องปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยเป็นข้อมูลที่ได้รับจากการส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารการค้าการตลาดในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยทั้งหมด 250 ราย ซึ่งเป็นสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม การเก็บข้อมูลเริ่มต้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ.2550 สิ้นสุดเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2551 จากแบบสอบถามที่ส่งไปจำนวน 250 ชุด ได้รับกลับคืนมาเป็นจำนวน 205 ชุด และ นำมาคัดแยกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 182 ชุด ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย
- 4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะปัญหาและอุปสรรคต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการคำนวณค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง แสดงดัง
ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถาน
ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	77	42.3
หญิง	105	57.7
รวม	182	100
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	35	19.2
มากกว่า 30-40 ปี	82	45.1
มากกว่า 40-50 ปี	46	25.3
มากกว่า 50 ปี	19	10.4
รวม	182	100
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	61	33.5
ปริญญาตรี	89	48.9
สูงกว่าปริญญาตรี	32	17.6
รวม	182	100
ประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	35	19.2
มากกว่า 5-10 ปี	40	22.0
มากกว่า 10-15 ปี	56	30.8
มากกว่า 15 ปี	51	28.0
รวม	182	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ได้ผลดังนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และเป็นเพศชายจำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 42.3

อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30-40 ปีจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาคืออายุมากกว่า 40-50 ปีจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 25.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีจำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 19.2 และมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยมีอายุมากกว่า 50 จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 10.4

ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คนคิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาคือวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 33.5 และส่วนน้อยมีวุฒิการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 17.6

ประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10-15 ปีจำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 15 ปี และมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 51 คนและจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 28 และ 22 ตามลำดับ และส่วนน้อยมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 19.2

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ผลการคำนวณค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก		
น้อยกว่า 5 ปี	28	15.4
5-10 ปี	68	37.4
มากกว่า 10 ปี	86	47.2
รวม	182	100
มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี		
น้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปี	103	56.6
100 – 500 ล้านบาท ต่อปี	61	35.5
มากกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี	18	9.9
รวม	182	100
จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้		
เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน	8	4.4
เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในบ้านเรือน	135	74.2
เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงานและบ้านเรือน	39	21.4
รวม	182	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ได้ผลดังนี้

ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก พบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยส่วนใหญ่ดำเนินการด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มากกว่า 10 ปี จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือดำเนินการด้านการส่งออกเป็นระยะเวลามากกว่า 5-10 ปี

จำนวน 68 รายคิดเป็นร้อยละ 37.4 และลำดับต่อมาคือเปิดดำเนินการด้านการส่งออกมาน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4

มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี พบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปีมีจำนวนมากที่สุดจำนวน 103 รายคิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือสถานประกอบการที่มีมูลค่าการส่งออก 100-500 ล้านบาทต่อปี จำนวน 61 รายคิดเป็นร้อยละ 33.5 และมีสถานประกอบการที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 9.9

จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ พบว่าชนิดที่ใช้ในบ้าน เรือนส่งออกมากที่สุดจำนวน 135 รายคิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาคือเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงานและบ้านเรือนจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ส่งออกน้อยที่สุดจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.4

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารฝ่ายการตลาดของบริษัทอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยจำนวน 182 ราย ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแบ่งเป็นปัญหา 3 ด้านด้วยกันคือ

- ปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก
- ปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์
- ปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง

โดยวิเคราะห์ในแต่ละด้านและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.3.1.1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก

ปัญหาในการดำเนินงานด้าน วางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก	n = 182		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออกให้ได้ปริมาณตามที่ลูกค้าต้องการทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.950	0.843	ปานกลาง	3
2. การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก ให้เสร็จทันต่อระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนดทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.920	0.966	ปานกลาง	4
3. คำสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากลูกค้ามีปริมาณไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออก	3.210	1.026	ปานกลาง	1
4. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนการผลิตทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.150	0.838	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.059	0.918	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออกของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.059 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.918

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาด้านคำสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากลูกค้ามีปริมาณไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.210 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.026

ลำดับที่ 2 ปัญหาขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนการผลิตทำให้เกิดปัญหา ด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.150 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.838

ลำดับที่ 3 การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออกให้ได้ปริมาณตามที่ลูกค้าต้องการทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.950 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.843

ลำดับที่ 4 การขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนการผลิตทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.920 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.966

4.3.1.2 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์	n = 182		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดการกำหนดรายละเอียดในขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจนนับตั้งแต่การเตรียมเฟอร์นิเจอร์ไม้ การบรรจุ และการขนส่งไปยังท่าเรือ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.730	0.891	ปานกลาง	1
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหาย ในระหว่างการส่งออก เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ไม้มีความชื้น ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.380	0.895	น้อย	4
3. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหายในระหว่างการส่งออก เนื่องจากการขนส่ง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.520	0.859	ปานกลาง	2
4. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานและประสานงานการส่งออกทั้งระบบ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.510	0.839	ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัญหาในการดำเนินงานด้าน การปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์	n = 182		ระดับ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
ค่าเฉลี่ยรวม	2.536	0.871	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.536 และ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.871

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยสามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดการกำหนดรายละเอียดในขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจนนับตั้งแต่การเตรียมเฟอร์นิเจอร์ไม้ การบรรจุและการขนส่งไปยังท่าเรือ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.730 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.891

ลำดับที่ 2 เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหายในระหว่างการส่งออกเนื่องจากการขนส่งทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.520 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.859

ลำดับที่ 3 ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานและประสานงานการส่งออกทั้งระบบ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.510 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.839

ลำดับที่ 4 เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหาย ในระหว่างการส่งออกเนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ไม้มีความชื้น ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.380 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.895

4.3.1.3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง

ปัญหาในการดำเนินงานด้าน การควบคุมสินค้าคงคลัง	n = 182		ระดับ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1.การไม่สามารถกำหนดระดับสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับการส่งออกและความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.620	0.857	ปานกลาง	1
2. สถานที่จัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกมีไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.530	0.984	ปานกลาง	3
3. ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกที่สูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.550	1.100	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.570	0.980	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 4.5 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลังของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.570 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมากซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.980

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยสามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การไม่สามารถกำหนดระดับสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับการส่งออกและความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.620 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.8570

ลำดับที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกที่สูง ทำให้เกิดปัญหา ด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.550 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความ คิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.1

ลำดับที่ 3 สถานที่จัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกมีไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหา ด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.530 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความ คิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.984

โดยสามารถจัดลำดับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อ ส่งออก ในภาพรวมได้ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการ จัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยทั้ง 3 ด้านในภาพรวม

ปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	n = 182		ระดับ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่ง ออก	3.059	0.918	ปานกลาง	1
2. ปัญหาด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.536	0.871	ปานกลาง	3
3. ปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง	2.570	0.980	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.721	0.923	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก เฟอร์นิเจอร์ไม้ของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ใน ระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.721 และความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.923

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกเฟอร์ นิเจอร์ไม้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหา ในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.059 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.918

ลำดับที่ 2 ปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.570 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.980

ลำดับที่ 3 ปัญหาด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.536 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.871

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด

แบ่งเป็นปัญหา 3 ด้านด้วยกันคือ

- ปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์
- ปัญหาในการดำเนินงานด้านราคา
- ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยวิเคราะห์ในแต่ละด้านและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.3.2.1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์	n = 182		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การขาดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิด ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.140	0.778	ปานกลาง	1
2. การขาดความหลากหลายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.000	0.940	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ปัญหาในการดำเนินงานด้าน ผลิตภัณฑ์	n = 182		ระดับ	ลำดับ ที่
	X	S.D.		
3. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื่องจากคุณสมบัติของเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.560	1.038	ปานกลาง	3
4. การขาดความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อชื่อเสียงบริษัททำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.360	1.002	น้อย	4
ค่าเฉลี่ยรวม	2.764	0.939	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ ของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.764 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละราย ไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.939

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การขาดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิดที่ท่านส่งออก ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.140 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.778

ลำดับที่ 2 การขาดความหลากหลายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.000 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.940

ลำดับที่ 3 ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื่องจากคุณสมบัติของเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.038

ลำดับที่ 4 การขาดความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อชื่อเสียงบริษัททำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออก เฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.360 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.002

4.3.2.2 ปัญหาในการดำเนินงานด้านราคา

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านราคา

ปัญหาในการดำเนินงานด้าน ราคา	n = 182		ระดับ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.760	0.869	ปานกลาง	3
2. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกภายในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.230	0.997	ปานกลาง	1
3. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.810	0.941	ปานกลาง	2
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.670	0.970	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	2.867	0.944	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านราคาของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.867 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.944

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านราคาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาผู้ส่งออกภายในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.230 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.997

ลำดับที่ 2 การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาเงินทุนหรือสัญญาซื้อขาย ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.230 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.997

ลำดับที่ 3 การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.869

ลำดับที่ 4 การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.670 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.970

4.3.2.3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด	n = 182		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.070	0.944	ปานกลาง	1
2. การขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.810	0.840	ปานกลาง	3
3. การขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาดทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	2.95	0.918	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.943	0.901	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดของสถานประกอบ การอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.943 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.901

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาผู้ส่งออกภายในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.230 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.997

ลำดับที่ 2 การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.230 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.997

ลำดับที่ 3 การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.869

โดยสามารถจัดลำดับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดในภาพรวมได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด

ปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการตลาด	n = 182		ระดับ ปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.764	0.939	ปานกลาง	3
2. ด้านราคา	2.867	0.944	ปานกลาง	2
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.943	0.901	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.858	0.928	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.858 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.928

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.943 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.901

ลำดับที่ 2 ปัญหาในด้านการดำเนินงานด้านการตลาดในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.867 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.944

ลำดับที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.764 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.939

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

คือ

โดยวิเคราะห์ในแต่ละด้านและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.3.3.1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน	n = 182		ระดับ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.140	0.840	ปานกลาง	2
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากต่างประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	3.580	1.042	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.357	0.940	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.357 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.940

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยสามารถเรียงลำดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศมีสูงทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.580 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับมากและความคิดเห็น

ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.042

ลำดับที่ 2 ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.140 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.840

สรุป ลำดับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมได้ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย	n = 182		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	2.721	0.923	ปานกลาง	3
2. ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด	2.858	0.928	ปานกลาง	2
3. ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน	3.357	0.940	ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยของทุกด้าน	2.979	0.930	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.979 และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.930

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านต่างๆสามารถเรียงลำดับปัญหาตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.357 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.940

ลำดับที่ 2 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.858 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.928

ลำดับที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.721 ซึ่งมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละรายไม่แตกต่างกันมากโดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.923

4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารฝ่ายการตลาดของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ที่มีลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแตกต่างกันซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยรวมต่อปี และชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ ที่ทำการส่งออกโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) แบ่งตามรายละเอียดดังนี้

4.4.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยจำแนกตามด้านระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก

โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออก ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย	ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก			
	น้อยกว่า 5 ปี n = 28 \bar{X}	5-10 ปี n = 68 \bar{X}	มากกว่า 10 ปี n = 86 \bar{X}	p-value
ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	2.763	2.664	2.782	0.143
ด้านการตลาด	2.929	2.697	2.946	0.273
ด้านการแข่งขัน	3.250	3.235	3.489	0.447
โดยภาพรวม	2.981	2.865	3.072	0.288

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกค่า p-value เท่ากับ 0.288 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าโดยภาพรวมระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุประดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกได้ดังนี้

ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัญหาด้านการตลาด พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.273 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัญหาด้านการแข่งขัน พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.767 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.4.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยจำแนกตามด้านมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย	มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี			
	น้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปี n = 103 \bar{X}	100 – 500 ล้านบาทต่อปี n = 61 \bar{X}	มากกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี n = 18 \bar{X}	p-value
ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	2.763	2.664	2.782	0.236
ด้านการตลาด	2.697	2.946	2.850	0.223
ด้านการแข่งขัน	3.250	3.235	3.488	0.232
โดยภาพรวม	2.903	2.948	3.04	0.230

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกค่า p-value เท่ากับ 0.230 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นมูลค่าการ

ส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุประดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกได้ดังนี้

ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.236 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาด้านการตลาด พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.223 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาด้านการแข่งขัน พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.232 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

4.4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยจำแนกตามด้านจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้
โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยจำแนกตามจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย	จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้			
	เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน n = 8 \bar{X}	เฟอร์นิเจอร์ในบ้านเรือน n = 135 \bar{X}	เฟอร์นิเจอร์ในสำนักงานและบ้านเรือน n = 39 \bar{X}	p-value
ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	2.715	2.737	2.734	0.521
ด้านการตลาด	2.682	2.844	2.904	0.507
ด้านการแข่งขัน	3.250	3.378	3.308	0.681
โดยภาพรวม	2.882	2.986	2.982	0.570

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกค่า p-value เท่ากับ 0.570 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น โดยภาพรวมจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุประดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกได้ดังนี้

ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.521 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาด้านการตลาด พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.507 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาการแข่งขัน พบว่าค่า p-value เท่ากับ 0.681 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ปัญหาและอุปสรรคต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

สำหรับข้อเสนอแนะปัญหาและอุปสรรคอื่นๆที่เกิดผลกระทบต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยซึ่งเป็นความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ต่อดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

1. ราคาปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงานในประเทศไทยสูงขึ้นค่าแรงที่สูงส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตทำให้ราคาสินค้าแพงขึ้นและสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปรียบเทียบ
2. ราคาปัจจัยการผลิตทางด้านวัตถุดิบ เช่น ไม้ ต้องซื้อจากต่างประเทศซึ่งมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
3. ปัจจัยการผลิตช่างที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญยังมีอยู่น้อยรวมทั้งการขาดแคลนแรงงานที่เป็นคนในประเทศจึงต้องจ้างแรงงานต่างด้าวซึ่งมีฝีมือความชำนาญน้อยกว่าแต่ราคาค่าจ้างต่ำกว่า
4. ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อทั้งกระบวนการผลิตและการขนส่งสินค้าส่งผลให้ต้นทุนการจัดการรวมถึงต้นทุนสินค้าทุกด้านต้องปรับสูงขึ้นราคาสินค้าจึงมีราคาแพงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางด้านราคาสินค้ากับต่างประเทศ
5. รัฐบาลปล่อยให้มีการขาย(วัตถุดิบ)ไม้อย่างพาราอบแห้งไปต่างประเทศ ซึ่งเป็นคู่แข่งในการผลิตอุตสาหกรรม รวมทั้งยังมีการตั้งโรงงานแปรรูปไม้อย่างพาราในประเทศไทยเพื่อส่งไม้แปรรูปไปผลิตเฟอร์นิเจอร์ในต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย
6. การเปิดเสรีการส่งออกไม้อย่างพาราแปรรูปอุปทานสูงขึ้นราคาไม้สูงขึ้นส่งผลให้ราคาค่าต้นทุนสูงขึ้น
7. การขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐบาล และความสะดวกในการอนุมัติวงเงินเพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมฯ เช่น การกู้ยืมสต็อกไม้เพื่อให้ราคาและคุณภาพแข่งขันกับจีนได้
8. ขาดแคลนอุตสาหกรรมเสริม เช่น มือจับตู้ เป็นต้น
9. เนื่องจากทรัพยากรไม้ที่ลดลง จึงขาดแคลนไม้ทางเลือกในการผลิตนอกจากไม้อย่างพารา
10. ขาดแคลนการวิจัยวัสดุซึ่งสนับสนุนและเปิดกว้างซึ่งเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโดยภาพรวม รวมทั้งเทคโนโลยีในการผลิต

ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด

1. การขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐบาลในด้านนโยบายส่งเสริมที่มีเสถียรภาพและมีความแน่นอน เช่น การสนับสนุน

2. การขาดแคลนข้อมูลสภาพตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งของไทยและของต่างประเทศ เพื่อศึกษาภาวะการแข่งขัน
3. การขาดการร่วมมือกันภายในกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ประสานผลประโยชน์ วิจัยและพัฒนาาร่วมกัน
4. การขาดแคลนบุคคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทางในการบริหารจัดการและส่งเสริมทางค้ำ การตลาดให้แก่อุตสาหกรรมฯ
5. ควรจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการตลาดของกรมส่งเสริมการส่งออกในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศตะวันออกกลางหรือกลุ่มยุโรป และพื้นที่อื่นๆ
6. รัฐบาลควรจัดทำ Road Show เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์และดึงดูดลูกค้าจากต่างประเทศ
7. รัฐบาลควรสนับสนุนและร่วมมือกับกลุ่มอุตสาหกรรมฯ ในการจัดระบบ Logistic ให้มีความเชื่อมโยงเพื่อลดต้นทุนในการผลิต ขนส่ง และการกระจายสินค้า
8. กำลังซื้อของประชาชนที่ลดลง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและหันมาซื้อสินค้าที่คุณภาพด้อยลงแต่ราคาถูกกว่า
9. ความนิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ลดลง วัสดุทดแทนเข้ามาแทนที่เฟอร์นิเจอร์ไม้
10. ผู้ประกอบการขาดทักษะ และความสามารถในการหาลูกค้ารายใหม่ๆ และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ
11. ถึงแม้ว่าต้นทุนการผลิตจะสูงขึ้นมากแต่ก็ไม่สามารถปรับขึ้นราคาสินค้าให้สูงขึ้นได้มากนัก

ปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขัน

1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราลอยตัวซึ่งกำหนดให้ค่าเงินบาทปรับขึ้นลงไปตามกลไกตลาด การส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์สู่ต่างประเทศจึงต้องปรับตัวตามค่าเงินบาทที่ขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา
2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทแข็งค่าส่งผลให้ราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบในสายคาชาวต่างประเทศแพง ขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้ลดน้อยลง
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ราคาสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศแพงขึ้นส่งผลกระทบต่อแนวโน้มปริมาณการขายสู่ต่างประเทศว่าจะมีน้อยลง
4. การแข่งขันระหว่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม ซึ่งเป็นการแข่งขันทางด้านราคาเพราะทั้งสองประเทศมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่าราคาสินค้าจึงถูกกว่าไทยลูกค้าต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และแคนาดา เป็นต้น จึงหันไปซื้อสินค้าจากทั้งสองประเทศดังกล่าวมากขึ้น
5. ความยุ่งยากและความล่าช้าเกี่ยวกับระบบการทำเอกสารในการส่งออกไปสู่แต่ละประเทศมีเงื่อนไขที่แตกต่างกัน
6. ความล่าช้าในการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มคืนสู่ผู้ประกอบการ

7. มาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆ เช่น ของกลุ่มประเทศ EU และเงื่อนไขต่างๆ ในการทำสัญญา FTA

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย สามารถกล่าวสรุปรายละเอียดทั้งหมดได้ตามลำดับต่อไปนี้

- 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 5.3 สรุปผลการวิจัย
- 5.4 อภิปรายผล
- 5.5 ข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษาปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยมีดังนี้

5.1.1 เพื่อศึกษาถึงระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมการผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน

5.1.2 เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยด้านระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี และจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ทำการส่งออก ที่มีต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยเป็นแบบเลือกรายการ จำนวน 3 ข้อ โดยเป็นคำถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน

ผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินความคิดเห็นของตนเอง จากคำถามแต่ละข้อ ตามระดับของการประเมิน 5 ระดับ คือ ปัญหามากที่สุด ปัญหามาก ปัญหาปานกลาง ปัญหาน้อย และปัญหาน้อยที่สุด โดยมีลักษณะคำถามในเชิงลบ (Negative) ทั้งหมดจำนวนรวม 24 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

5.3 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปแยกออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

5.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.7 และร้อยละ 42.3 ตามลำดับ
2. ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมามีอายุมากกว่า 40-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2 และมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยมีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.4
3. ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมามีวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.5 และส่วนน้อยมีวุฒิมัธยมศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.6
4. ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป และมากกว่า 5-10 ปี คิดเป็น ร้อยละ 51 และ 40 ตามลำดับ และส่วนน้อยมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.2

5.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่ ดำเนินการด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ดำเนินงานด้านการส่งออกเป็นระยะเวลามากกว่า 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.4 และลำดับต่อมาคือ เปิดดำเนินการด้านการส่งออกมาน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.4
2. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 ราย ส่วนใหญ่มี มูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือสถานประกอบการที่มีมูลค่าการส่งออก 100-500 ล้านบาท ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 และมีสถานประกอบการที่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.9
3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย จำนวน 182 รายส่วนใหญ่ ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในบ้านเรือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมา คือ เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงานและบ้านเรือน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน ส่งออกน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.4

5.3.3 ผลการวิจัยปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

ระดับปัญหาการดำเนินงานในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา ระดับปัญหาการดำเนินงานในแต่ละด้านพบว่า ลำดับที่ 1 คือปัญหาการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ลำดับที่ 2 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด ลำดับที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก โดยทำการเรียงลำดับจากระดับปัญหามากที่สุด ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน โดยภาพรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.357

โดย

ปัญหาด้านการแข่งขัน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.357 แบ่งเป็น

- 1) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากต่างประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.580
- 2) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.140

ลำดับที่ 2 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด โดยภาพรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.858

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.764 แบ่งเป็น

- 1) การขาดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิดที่ท่านส่งออก ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.140
- 2) การขาดความหลากหลายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.000
- 3) ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื่องจากคุณสมบัติของเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.560
- 4) การขาดความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อชื่อเสียงบริษัททำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.360

ปัญหาด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.867 แบ่งเป็น

- 1) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาผู้ส่งออกภายในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.230
- 2) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาเงินทุนหรือสัญญาซื้อขาย ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.810
- 3) การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.760
- 4) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.670

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.943 แบ่งเป็น

- 1) การขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.070
- 2) การ ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาดทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.950
- 3) การขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.810

ลำดับที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก โดยภาพรวม ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.721

ปัญหาด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.059 แบ่งเป็น

1) คำสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากลูกค้ามีปริมาณไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.210

2) ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนการผลิตทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.150

3) การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออกให้ได้ปริมาณตามที่ลูกค้าต้องการทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.95

4) การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก ให้เสร็จทันต่อระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนดทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.92

ปัญหาด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.536 แบ่งเป็น

1) ขาดการกำหนดรายละเอียดในขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจนนับตั้งแต่การเตรียมเฟอร์นิเจอร์ไม้ การบรรจุและการขนส่งไปยังท่าเรือ ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.730

2) เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหายในระหว่างการส่งออกเนื่องจากการขนส่ง ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.520

3) ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในปฏิบัติงานและประสานงานการส่งออกทั้งระบบ ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.510

4) เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหาย ในระหว่างการส่งออกเนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ไม้มีความชื้น ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.380

ปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.570 แบ่งเป็น

1) การไม่สามารถกำหนดระดับสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับการส่งออกและความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.620

2) ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกที่สูง ทำให้เกิดปัญหาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.550

3) สถานที่จัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกมีไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหา
ด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.530

5.3.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน

ลักษณะของผู้ประกอบการที่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ระยะเวลาในการ
ดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี และจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์
เฟอร์นิเจอร์ไม้

จากผลการวิจัยนี้ทำให้สามารถสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐานหลัก และสมมติฐานย่อย
ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออก
เฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้
ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้เนื่องจากลักษณะของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในปัจจุบันด้านระยะเวลาในการดำเนิน
งานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียม
ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้
ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้เนื่องจากลักษณะของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ในปัจจุบันด้านระยะเวลาในการดำเนิน
งานด้านการส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้าน
การตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 : ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้
ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้เนื่องจากลักษณะของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในปัจจุบันด้านระยะเวลาในการดำเนิน
งานด้านการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้าน
การแข่งขันไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มี
ปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 : จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้เนื่องจากลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในปัจจุบันด้านชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่งออกที่ต่างกัน ทำให้ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

5.4 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น ได้ดังนี้

5.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีอายุมากกว่า 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.1 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.9 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.8

5.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

พบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยส่วนใหญ่ดำเนินการด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มานานกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.3 และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.6 จำนวนชนิดเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในบ้าน เรือนส่งออกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.2

5.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินปัญหาในการดำเนินการด้านการส่งออก

ปัญหาในการดำเนินการด้านการส่งออกโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.979 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของ ระดับปัญหาในด้านต่างๆ สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ด้านการแข่งขัน ปัญหาในการดำเนินการด้านการแข่งขัน โดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.357 โดยแบ่งปัญหาเป็นรายข้อ พบว่า มีทั้งภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากต่างประเทศมีสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.580 และภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากในประเทศมีสูง มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.140 แสดงว่า การแข่งขันกับต่างประเทศพบว่าเกิดปัญหามากกว่าการแข่งขันภายในประเทศ ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากมีการเปิด

เขตการค้าเสรี หรือ F.T.A. ขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องประสบปัญหาด้านการแข่งขันกับต่างประเทศมากขึ้นนั่นเอง

ด้านการตลาด

ปัญหาในการดำเนินการด้านการตลาดโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.858 เนื่องจากปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านราคา และ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.943 เนื่องมาจากปัญหาในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) รวมไปถึงการให้ข่าวของทางภาครัฐที่ยังไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่วนปัญหาในด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.867 มีการแข่งขันโดยการตัดราคากันเองทำให้กำไรที่ได้ค่อนข้างน้อยกว่า สินค้าชนิดอื่น รวมไปถึงของในกรณีที่มิใช่ผู้ซื้อสินค้ารายใหญ่ยังมีปัญหาในเรื่องของสภาพคล่องในการผ่อนชำระทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และการกำหนดตราสินค้า การให้ส่วนลด การใช้ส่วนแถมและระยะเวลาของการชำระเงิน โดยที่การกำหนดราคาควรจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้าโดยต้องคำนึงถึงต้นทุนและราคาของกลุ่มตรงจุดนี้เองที่เป็นปัจจัยแวดล้อมที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการกำหนดราคาและในปัจจุบันนี้เองความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพียงผู้ต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ ก็สามารถหาตราสินค้าก่อนได้จาก ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถขึ้นราคาได้ตามใจชอบ เนื่องจากราคาได้ถูกประกาศตามระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ต้องการซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาได้ก่อน และ ปัญหาสุดท้ายเป็นปัญหาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.764 เป็นปัญหาของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากพอสมควรโดยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การใช้งาน , ฐานะของผู้ใช้งาน , ความสะดวกสบาย และ ความทันสมัย ซึ่งตรงจุดนี้เองผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของไทยยังประสบปัญหาขาด ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาด และ ความทันสมัย ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (โครงการศึกษาอุปทานสินค้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน, 2539)

ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

ปัญหาในการดำเนินการด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.721 เนื่องจากปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก ปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ และ ปัญหาในการดำเนินงานด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง โดยปัญหาในการดำเนินงานด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออก อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.059 เนื่องด้วยปัญหา การพยากรณ์การผลิตการพยากรณ์การผลิตจัดว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการผลิตและปฏิบัติการ ด้วยพยากรณ์ที่ถูกต้อง ผู้บริหารจะสามารถวางแผนการผลิตและปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การผลิต เป็นการคาดหมายถึงความต้องการของสินค้าและบริการในอนาคต โดยอาศัย

ข้อมูลจากอดีต ซึ่งประเด็นปัญหาที่สำคัญส่วนใหญ่มาจาก ยอดการสั่งซื้อในแต่ละเดือนไม่แน่นอน ทำให้ผู้วางแผนต้องปรับกลยุทธ์การวางแผนการผลิตให้ตรงกับยอดการสั่งซื้อ ซึ่งตรงนี้เองต้องรวมถึงต้นทุนในการผลิตที่ตามมาด้วย ส่วนปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลังอยู่ใน ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.570 ปัญหาของสินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งาน หรือจำหน่ายในอนาคต อาจเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก หรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละรายทำอยู่แต่โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บไว้ในองค์การหรือหน่วยงานใดๆ อาจจำแนกเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทต่อไปนี้ คือ วัตถุดิบ และชิ้นส่วนเพื่อการผลิต สินค้าคงคลังในระหว่างกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือชิ้นส่วนของเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ (พิชิต สุขเจริญ, 2538 : 57-58) ซึ่งมีปัญหาสินค้าค้างคลังมากเกินไปเป็นระยะเวลานาน ทำให้สินค้าเสื่อมสภาพ ไม่สามารถจำหน่ายให้กับลูกค้าได้อีก และปัญหาสุดท้ายเป็นปัญหา ด้านการปฏิบัติงานเพื่อส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.536 ปัญหา คือขาดการกำหนดรายละเอียดในขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจนนับตั้งแต่การเตรียมเฟอร์นิเจอร์ไม้ การบรรจุและการขนส่งไปยังท่าเรือ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ผู้ที่ทำธุรกิจการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จะต้องมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับกระบวนการส่งสินค้าออก ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การชำระเงินค่าสินค้า สินเชื่อเพื่อการส่งออก การขนส่งสินค้า และการประกันภัยขนส่งสินค้ากับการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาในการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานเพื่อการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งสิ้น

5.4.4 ข้อมูลเปรียบเทียบระดับปัญหาจากลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

1. ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกัน โดยสามารถอภิปรายปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และ ด้านการแข่งขัน ดังนี้

ปัญหาการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่เข้ามามีบทบาทมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถมีโอกาสเรียนรู้ทั้งในด้านการวางแผนการผลิต การปฏิบัติงานส่งออก และการควบคุมสินค้าคงคลังได้อย่างรวดเร็วทำให้ระยะเวลาในดำเนินงานที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการ มีปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไม่มากนักซึ่งสรุปได้ว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมภพ หงสะมัด.2547) ที่สรุปว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกที่มี

ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจไม่แตกต่างกัน

ปัญหาด้านการตลาด

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกต่างกัน จะมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ทางด้านการตลาดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแบบคงที่ ในความต้องการของผู้บริโภค โดยสรุปว่า “แนวโน้มตลาดทั้งในและนอกประเทศมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นแบบคงที่ เช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่มเข้ามาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทำให้ปัญหาด้านการตลาดค่อนข้างไม่แตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นอุตสาหกรรมที่กระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่างๆของโลก และมีการซื้อขายติดต่อกันทั่วทั้งโลก (Geographically Dispersed – Global in Nature) อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับความต้องการจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก จึงถูกผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่คล้ายคลึงกัน

2. มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปี

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ที่มีมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกัน โดยสามารถอภิปรายปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และ ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจได้ดังนี้

ปัญหาการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ตั้งแต่การวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก มีการจัดการตามระบบอยู่แล้วในด้านการสั่งซื้อ การวางแผนการผลิต เป็นต้น ทำให้ปัญหาการเตรียมผลิตภัณฑ์ในเรื่องของระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละด้านตั้งแต่ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก พบว่า ถ้ามูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีมีมูลค่ามากนั้นแปลว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ได้กำไรจากการขายมาก ทำให้ผู้ประกอบการ

ต้องเพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้นเพื่อรองรับการสั่งที่จากลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเน้นระบบการควบคุมการผลิตให้เทียบเท่ากับความต้องการของลูกค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้มากขึ้นด้วย ส่งผลให้ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก อยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่แตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากสภาวะการแข่งขันกับต่างประเทศพบว่า ค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านการแข่งขันกับต่างประเทศอยู่ในระดับที่มีค่ามาก ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และเล็กของไทยประสบปัญหาเช่นเดียวกันในด้านการแข่งขันกับต่างประเทศ

3. จำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกไม่แตกต่างกัน โดยสามารถอภิปรายปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก ด้านการตลาด และ ด้านการแข่งขัน ได้ดังนี้

ปัญหาการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิดมีลักษณะการวางแผนการผลิตที่เป็นระบบอยู่แล้ว ส่วนในด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ มีวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกันมาก ทำให้จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกัน ไม่มีผลมากนักกับด้านการวางแผนการผลิต การปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ และการควบคุมสินค้าคงคลัง

ปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายนั้นจะมีระบบการจัดจำหน่ายตามกลุ่มลูกค้าอยู่แล้ว เช่น เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในบ้านเรือน ถูกจัดจำหน่ายในเขตชุมชนทั่วไป ส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้สอยในสำนักงาน ถูกจัดจำหน่ายในพื้นที่เขตอุตสาหกรรม หรือในเขตสำนักงาน รวมไปถึงการขายตรงโดยตัวแทนจำหน่ายเอง ทำให้ปัญหาด้านการตลาดไม่แตกต่างกัน เมื่อเทียบกับจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่แตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงานด้านการแข่งขัน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่มีจำนวนชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขันไม่แตกต่างกันเนื่องจากเฟอร์นิเจอร์

เจอร์ไม้ส่วนใหญ่มีการใช้งานที่เหมือนกัน แต่อาจมีรูปแบบที่ต่างกัน โดยจะเห็นได้ว่ารูปแบบที่ต่างกันนั้น มีผลกับการแข่งขันและช่องทางจัดจำหน่ายไม่มากนัก

5.5 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ทราบระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยแบ่งตามลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย 3 องค์กรประกอบ คือ ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ มูลค่าการส่งออกไม้ต่อปี และชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ทำการส่งออก ที่มีปัญหาใน 3 ด้าน คือ ด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก ด้านการตลาด และด้านการแข่งขัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการช่วยเหลือจากหน่วยงานในภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมถึงช่วยพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยซึ่งมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้สำหรับการวิจัยเรื่องปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย ดังนี้ จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าปัญหาที่มีระดับมากที่สุดและรองลงมาคือ

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการแข่งขัน ซึ่งนั่นก็คือเรื่องของการแข่งขัน โดยรัฐบาลควรวางแผนนโยบายส่งเสริมที่มีเสถียรภาพ และเอื้อต่อการประกอบอุตสาหกรรมฯเพื่อการส่งออก และนโยบายไม่ควรที่จะมีความขัดแย้งกัน เช่น ส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ แต่กลับยินยอมให้มีการส่งวัตถุดิบรวมถึงวัตถุดิบแปรรูปสู่ต่างประเทศโดยไม่ได้ป้องกันไว้ให้อุตสาหกรรมภายในประเทศที่ต้นทุนรวมทั้งการดูแลควบคุมปัจจัยการผลิตทุกชนิด เช่น แรงงาน และเงินทุน ส่วนเรื่องของ

ปัญหาด้านการตลาด นั้นการร่วมมือกันสร้างบุคคลากรที่มีความรู้ความชำนาญสำหรับอุตสาหกรรมโดยรวมเช่นการสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และการจัดสัมมนาที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน โดยมุ่งเน้นการแบ่งปันกันเพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ โดยไม่แข่งขันกันเองการทำการตลาดร่วมกัน โดยการช่วยกันจัดหาตลาด เพราะจะทำให้มีอำนาจในตลาดมากขึ้นและมีศักยภาพในการจัดหาตลาดใหม่ ลดการขัดแย้งและตัดราคากัน ส่วน

ปัญหาด้านการดำเนินงานด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก นั้นการจัดทำระบบ Logistic ภายในอุตสาหกรรมเพื่อช่วยกันภายในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ภายในประเทศ ลดต้นทุนในการจัดซื้อ ขนส่ง และการกระจายสินค้า

5.5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยในเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยการวิจัยในเชิงลึกเช่นการวิจัยปัจจัยจากสภาวะทางเศรษฐกิจ หรือ ปัจจัยในเรื่องของนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับ ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย โดยคิดถึงปัจจัยอื่นเช่น วัตถุดิบที่แตกต่างกันมีปัญหในการดำเนินงานด้านการส่งออกแตกต่างกัน เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบระดับปัญหาและใช้เป็นข้อมูลสำหรับประกอบการอุตสาหกรรมได้นำไปใช้

3. ควรมีการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้ โดยเว้นระยะห่างพอสมควร ทั้งนี้เนื่องปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและสภาพแวดล้อม

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2545. รายงานภาวะการส่งออกของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน สำหรับไตรมาสที่ 3. กรุงเทพฯ
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2546. รายงานภาวะการส่งออกของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน สำหรับไตรมาสที่ 2. กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2546. การคาดการณ์การส่งออกปี 2546 สินค้าส่งออก 60 รายการแรกของไทย (5.5%) สินค้ากลุ่มวัสดุก่อสร้าง. กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2546. การคาดการณ์การส่งออกปี 2546 สินค้าส่งออก 60 รายการแรกของไทย (5.5%) สินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน. กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2546. รายงานการประชุมพิจารณาแก้ไขปัญหาค่าที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ยางพารา. กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2545. รายงานภาวะการส่งออกสินค้าเครื่องเรือน. กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2546. รายงานสรุปสถานการณ์ส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน 2546 (ระหว่างเดือนมกราคม เมษายน 2546). กรุงเทพฯ
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2549. ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการส่งออกเฟอร์นิเจอร์. [Online]. Available : <http://www.depthai.co.th>. [15 กุมภาพันธ์ 2550]
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ซีเอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น. 2539. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร. โครงการศึกษาอุปทานสินค้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน. กรุงเทพฯ
- จรินทร์ เจริญศรีวัฒนกุล. 2539. คู่ทางและโอกาสการส่งออกและผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน (สำหรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา). รายงานฉบับสมบูรณ์ ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. กรุงเทพฯ
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2546. คู่มือการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : นิต้าการพิมพ์
- ประสาธน์ เกียรติไพบูลย์กิจ. 2545. คู่มือธุรกิจนำเข้า – ส่งออก. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : แทนทองปรีนทีดิงเซอร์วิส.

- ชนากานต์ ป็องกัน. 2540. “การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พงษ์ศักดิ์ พิริยะสงวนพงศ์. 2545. “การวิเคราะห์ความสามารถในการผลิตและส่งออกของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วราวุธ สิริทอง. 2545. “พัฒนาการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2544, 11 มิถุนายน “เฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยหากไม่สร้างเกราะมีสิทธิ์สูญส่วนแบ่งตลาด.” กระแส ทรรศน์. 7. 1 – 13
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม. 2545. โครงการแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา สาขาไม้และเครื่องเรือน. กรุงเทพฯ : สำนักงาน .
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม. 2544. วรรณกรรมปริทัศน์อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน ในช่วงปี 2538 – 2543. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. 2546. รายงานภาวะตลาดกระทรวงพาณิชย์. สินค้าเฟอร์นิเจอร์ในประเทศญี่ปุ่น. โตเกียว : สำนักงาน.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา. 2545. รายงานภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในไต้หวัน. กรุงมะนิลา : กระทรวงพาณิชย์
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก, กระทรวงพาณิชย์. 2545. รายงานภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในสหรัฐอเมริกา. นครนิวยอร์ก : สำนักงาน.
- อรุณรัตน์ จิวางกูร. 2539. “การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

Fred, R. 2001. *Strategic management*. (8th ed.). Concept and Cases, NJ : Prentice-Hall.

Kotler, P. 2003. *Marketing management*. (11th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัย เรื่อง ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ทำความเข้าใจปัญหาการลงทุนและดำเนินการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ขอความกรุณาท่านตอบคำถามให้ครบทุกข้อและผู้วิจัยขอรับรองว่าคำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านหรือการทำงานของท่านแต่อย่างใด โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

1. แบบสอบถามชุดนี้มีคำถามจำนวน 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงาน

ด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ ของการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

2. แบบสอบถามนี้ได้สร้างมาเป็นข้อสอบ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีคำตอบข้อใด ถูกหรือผิด ท่านสามารถตอบข้อความทุกข้อความให้ตรงกับความเป็นจริง ตรงกับความคิดเห็น หรือตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านให้มากที่สุด

3. ขอความกรุณาอย่างยิ่งถ้าท่านได้โปรดส่งแบบสอบถามกลับคืนทางไปรษณีย์ตามซองเอกสารที่แนบไว้ ภายในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณมาล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

4. แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับผู้บริหารฝ่ายการตลาด

ด้วยความขอบคุณ

นายรุพล ทิพขารมณ

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวผู้ตอบแบบสอบถาม
 คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริงของท่าน

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากกว่า 30-40 ปี
 มากกว่า 40-50 ปี มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. ประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้
 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มากกว่า 5-10 ปี
 มากกว่า 10-15 ปี มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
 คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับสถานประกอบการของท่าน

1. ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของบริษัทของท่าน
 น้อยกว่า 5 ปี
 5-10 ปี
 มากกว่า 10 ปี

2. มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยรวมต่อปี
- () น้อยกว่า 100 ล้านบาท ต่อปี
- () 100 – 500 ล้านบาท ต่อปี
- () มากกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี
3. สถานประกอบการท่านทำการส่งออกผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดใดบ้าง (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- () เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน
- () เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น ห้องครัว ห้องนอน และ ห้องนั่งเล่น
- () เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน และ บ้านเรือน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่สอบถามแต่ละข้อความ แล้วประเมินปัญหา และเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในตัวเลือกตามระดับปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้เพียงข้อละ 1 คำตอบ

3.1 ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกต่อไปนี้ทำให้ผู้ประกอบการมีปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในระดับใด					
ด้านการวางแผนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก					
1. การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออกให้ได้ปริมาณตามที่ลูกค้าต้องการทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. การขาดการวางแผนในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อส่งออก ให้เสร็จทันต่อระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนดทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
3. คำสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากลูกค้ามีปริมาณไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออก					

3.1 ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก	ระดับของปัญหา				
ปัญหาด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกต่อไปนี้ทำให้ผู้ประกอบการมีปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในระดับใด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนการผลิตทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
ด้านการปฏิบัติงานส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
1. ขาดการกำหนดรายละเอียดในขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจนนับตั้งแต่การเตรียมเฟอร์นิเจอร์ไม้ การบรรจุและการขนส่งไปยังท่าเรือ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหาย ในระหว่างการส่งออกเนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ไม้มีความชื้น ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
3. เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เสียหายในระหว่างการส่งออกเนื่องจาก การขนส่ง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
4. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานและประสานงานการส่งออกทั้งระบบ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
ด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง					
1. การไม่สามารถกำหนดระดับสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับการส่งออกและความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. สถานที่จัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกมีไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
3. ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อรอการส่งออกที่สูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					

3.2 ปัญหาด้านการตลาด	ระดับของปัญหา				
ปัญหาด้านการตลาดต่อไปนี้ ทำให้ผู้ประกอบการมีปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในระดับใด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. การขาดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าต่อเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิดที่ท่านส่งออก ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. การขาดความหลากหลายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
3. ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื่องจากคุณสมบัติของเฟอร์นิเจอร์ไม้ไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
4. การขาดความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อชื่อเสียงบริษัททำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
ด้านราคา					
1. การเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการกำหนดราคาขายของเฟอร์นิเจอร์ไม้ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาผู้ส่งออกภายในประเทศมีสูง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
3. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล ทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					
2. การขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายทำให้เกิดปัญหาด้านการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้					

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความกรุณาและความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

กรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

ภาคผนวก ข.

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและหนังสือ
ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์



ที่ ศธ 0524.04/ 0235

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระ
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 มกราคม 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นายรุพล ทิพยารมณ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย” โดยมี ศศ.ดร.จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2551 คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายรุพล ทิพยารมณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยภายในสถานประกอบการท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

ติดต่อนักศึกษา โทร.089-132-6568



ประกาศบัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการดังนี้

นายธวัชพล ทิพยารมณีย์ รหัสประจำตัว 49064124 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย (Exporting Problems of Business Operator in Wooden Furniture Industry in Thailand)” โดยมี ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2551

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของบัณฑิตวิทยาลัย

ประกาศ ณ วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2551

(รศ.ดร.อิทธิพล แจ่มจักษ์)
รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายชูवल ทิพยารมณ
วัน เดือน ปีเกิด	2 สิงหาคม 2526
ประวัติการศึกษา	2548 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน	ตำแหน่ง วิศวกรฝ่ายผลิต1 บริษัท TOYOTA MOTOR THAILAND CO.,LTD.
พ.ศ. 2549- 2550	ตำแหน่ง วิศวกรซ่อมบำรุง บริษัท ISUZU ENGINE MANUFACTURING CO.,LTD.