

บทที่ 4

ลักษณะและการดำเนินงานธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้

การศึกษาธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้ในครั้งนี้ อาศัยข้อมูลจากบริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้แห่งหนึ่ง ในชุมชนบ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ จึงนำเสนอลักษณะการบริหารงานและการผลิต เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการช่วยตัดสินใจของผู้ที่มีความสนใจจะลงทุน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้ ตั้งอยู่ในหมู่บ้านถวาย ตำบลขุนคง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีพนักงานประจำประมาณ 50 คน ซึ่งยังไม่รวมช่างเหมาที่มารับงานตามใบสั่งสินค้า โดยมีผลิตภัณฑ์เป็นของตกแต่งบ้านซึ่งทำจากไม้โดยทางบริษัทได้นำไม้จำฉาและไม้เนื้ออ่อนที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตมาจาก อำเภอแม่มา จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นจังหวัดใกล้เคียงกันทำให้ไม่เสียต้นทุนวัตถุดิบมาก

ทางบริษัทได้มีการจัดสายงานในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ฝ่ายส่งออก
- ฝ่ายออกแบบ
- ฝ่ายผลิต
- ฝ่ายบุคคล
- ฝ่ายบัญชี-การเงิน
- ฝ่ายธุรการ
- ฝ่ายจัดซื้อ
- ฝ่ายซ่อมบำรุง
- ฝ่ายบรรจุหีบห่อ

บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้แห่งหนึ่ง ในชุมชนบ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดการที่ดีตรงตามมาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดไว้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนและยังมีกรมแรงงานที่คอยควบคุมเรื่องการใช้เสียงที่อาจรบกวนจากการใช้เครื่องจักร และป้องกันมลภาวะที่อาจเกิดขึ้นแก่ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำมาจากไม้ของบริษัทสามารถแยกประเภทใหญ่ได้ 3 ประเภทดังนี้ คือ

1. บนฐาน
2. กรอบไม้
3. แขนงผนัง

ซึ่งในแต่ละประเภทนั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เช่น แจกัน กรอบรูป ไม้แกะสลักเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ชาม ถาด หน้ากาก ที่ใส่แผ่นซีดี ของเด็กเล่น ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้านิยมนำไปตกแต่งบ้านส่วนใหญ่เป็นประเภทบนฐานและกรอบไม้ ซึ่งหากไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าทางบริษัทก็สามารถที่จะออกแบบเพื่อตอบสนองลูกค้าได้ ซึ่งสัตว์ที่เป็นที่นิยมของลูกค้าได้แก่ ช้าง , ม้า , ไก่ , หมู , แมว , สุนัข , นกและปลา

เมื่อผลิตภัณฑ์มีการปรับเปลี่ยนตามความต้องการของตลาดดังนั้นทางบริษัทจะต้องมีความพร้อมในทุก ๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินทุนหมุนเวียน วัตถุดิบ แรงงาน และการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดจะต้องมีการวางแผนอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะฝ่ายผลิตจะต้องวางแผนการผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด หากไม่เช่นนั้นจะเกิดภาวะสินค้าค้างสต็อกจะทำให้กิจการเสียหายมาก

สำหรับการออกร้านจัดแสดงสินค้าของทางบริษัทนั้นจะแสดงงานที่เมืองไทย 2 ครั้ง ต่อปี คือในเดือนเมษายนและตุลาคม ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย แต่ส่วนใหญ่แล้วทางบริษัทจะเน้นจัดแสดงที่ต่างประเทศโดยเฉพาะในแถบโซนยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ แคนาดา โปรตุเกส สวีเดน เดนมาร์ก โชนแอฟริกา และสหรัฐอเมริกา ส่วนในเอเชียจัดแสดงที่ฮ่องกง และสิงคโปร์ ซึ่งจะต้องเน้นที่มาตรฐานของสินค้าให้มีคุณภาพ แนวโน้มของตลาดส่งออกยังมีแนวโน้มที่ดีต่อไปในอนาคต

การบรรจุหีบห่อก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่กิจการประเภทนี้ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากจะต้องมีการส่งของให้ลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ ย่อมเกิดความเสียหายได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้อีกด้วย การบรรจุหีบห่อสามารถทำได้ 2 แบบคือ

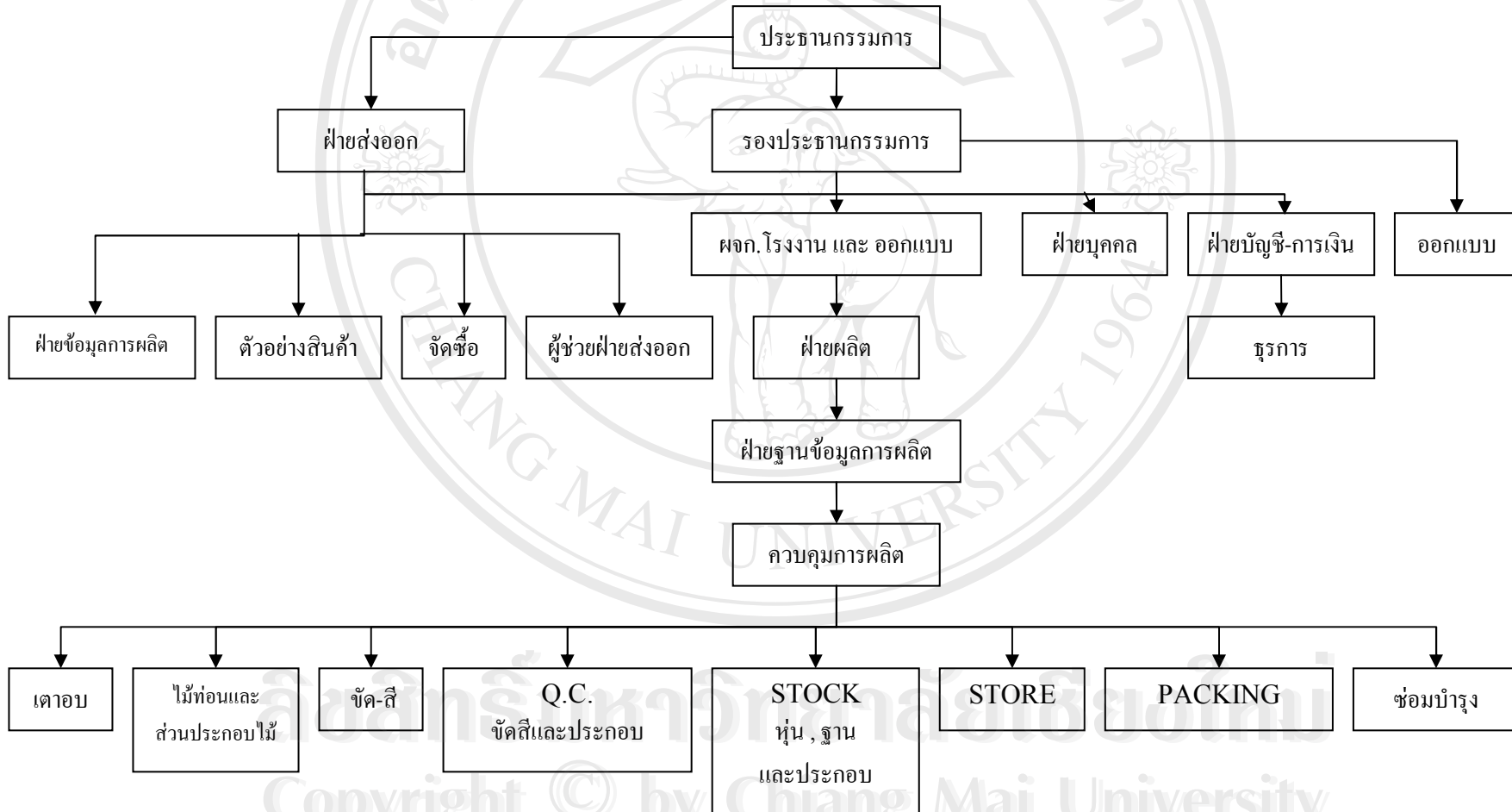
1. แบบมี INNER ซึ่งเหมาะสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ที่แตกหักง่าย มีพื้นที่ผิวไม่เท่ากัน
2. แบบบรรจุฝอย ซึ่งเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นที่ผิวระนาบเดียวกัน

4.2 กระบวนการผลิต



ระยะเวลาในการผลิตต่อคำสั่งนั้นประมาณ 45-60 วัน ใช้เวลาส่วนใหญ่ที่การจัดซื้อวัตถุดิบ ประมาณ 20-25 วัน สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีดังนี้ เครื่องผ่าไม้, สี, แวกซ์, น้ำมันสน, ทินเนอร์, กระดาษทราย, อุปกรณ์ตกแต่ง, ค้อน, สว่าน, กาว, เครื่องพ่นสี, เลื่อยและอื่นๆ

ภาพที่ 4.1 สายงานบริษัท



จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งได้ให้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจมี 4 ด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

4.3 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจ

4.3.1 ด้านการเงิน ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบเพื่อลดการต่อรองด้านราคา การบริหารต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานโดยบริหารต้นทุน ประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน การลดของเสีย การเพิ่มประสิทธิภาพของแรงงานและการบริหารค่าใช้จ่ายต่างๆ

การบริหารสภาพคล่อง คือ การบริหารด้านสินทรัพย์หมุนเวียน และหนี้สินระยะสั้น โดยต้องดูว่าสินทรัพย์หมุนเวียนที่ถือ คือ เงินสด ลูกหนี้ หรือสินค้าคงเหลือ บางโรงงานจะถือสต็อก วัตถุดิบ และสินค้ามาก เนื่องจากกลัวปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบก็จะมีปัญหาสภาพคล่องได้

4.3.2 ด้านลูกค้า การบริหารด้านลูกค้าต่างประเทศและในประเทศ กิจการต้องมีการกำหนด ตำแหน่งในการแข่งขันที่เหมาะสม เลือกตลาดเป้าหมาย และวางกลยุทธ์ด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ในการตอบสนอง ต่อลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจ ควรลดอัตราการร้องเรียนและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเหนือความ คาดหวัง ในการพัฒนาการตลาด ควรหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ กลุ่มลูกค้าใหม่ โดยการ ประเมินศักยภาพในแต่ละด้าน

4.3.3 ด้านประสิทธิภาพการผลิต อัตราการใช้เครื่องจักรจะมีผลต่อต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อหน่วย สูง ดังนั้นต้องวางแผนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นควรมีการลดเวลาการ ออกแบบ เพื่อให้สามารถพัฒนาการผลิตใหม่ๆ ได้เพิ่มขึ้น ลดระยะเวลาการผลิตเพื่อจัดส่ง การลด ของเสียซึ่งจะส่งผลต่อการลดต้นทุนได้ส่วนหนึ่ง

4.3.4 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์กร การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่จะส่งผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น ถ้าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ การเพิ่มความสามารถในด้านการบริหาร จัดการ เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กร เช่น การบริหารสินค้าคงเหลือ การฝึกอบรมพนักงาน ระบบ สารสนเทศและเทคโนโลยี จะทำให้มีความพร้อมในการรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นในอนาคต