

SMEs



รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขาเฟอร์นิเจอร์ไม้



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายพื้นที่/รายสาขา
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เมษายน 2552

คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา (รส.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาเฟอร์นิเจอร์ไม้ และเครื่องเรือน ซึ่งเป็นการนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา ที่สำนักงานฯ ร่วมกับ ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้มา วิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา

ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานพื้นที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	
1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์	6
3. SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	8
4. ปัญหาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	8
5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	9
6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	10
7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ	14
8. แนวโน้มของ SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	15
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	16
10. ตัวอย่างโครงการในสาขาเฟอร์นิเจอร์ไม้	17
ภาคผนวก	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาเฟอร์นิเจอร์ไม้	
บรรณานุกรม	

บทนำ

ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs การบริโภคภาคเอกชน การค้า การลงทุนของ SMEs และการจ้างงานของ SMEs บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ ร้อยละ 38.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของมูลค่าการส่งออกรวม และการจ้างงาน ร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด

1. นิยามการจำแนกขนาด SMEs

การจำแนกขนาดอุตสาหกรรม SMEs ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	
	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60

2. โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,366,227 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ SMEs ที่อยู่ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 973,248 ราย หรือร้อยละ 41.1 จำนวนรองลงมาได้แก่ SMEs ที่อยู่ในภาคการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในภาคการผลิตรวม จำนวน 668,185 ราย หรือร้อยละ 28.2 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจ ปี 2547 - 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทกลุ่มธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	2547			2548			2549			2550		
	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total
จำนวนวิสาหกิจ (ราย)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	1,384	865,906	867,923	1,481	878,020	880,134	1,211	938,057	939,646	1,266	973,248	974,929
ภาคบริการ	1,106	621,242	623,177	1,138	644,032	646,003	1,192	673,120	674,464	1,223	708,841	710,371
ภาคการผลิตรวม	1,785	691,926	694,026	1,818	696,816	698,949	1,817	661,055	663,465	1,828	668,185	670,596
อื่นๆ	36	20,068	24,524	37	20,201	24,667	12	17,564	21,220	7	15,963	19,472
รวม	4,311	2,199,130	2,209,650	10,493	2,239,069	2,249,753	4,232	2,289,796	2,298,795	4,324	2,366,227	2,375,368
จำนวนการจ้างงาน (คน)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	433,286	2,331,196	2,764,482	444,493	2,358,189	2,802,682	379,808	2,376,968	2,756,776	401,670	2,431,432	2,833,102
ภาคบริการ	466,515	2,693,370	3,069,885	480,526	2,639,440	3,119,966	536,783	2,857,284	3,394,067	632,213	3,007,968	3,640,181
ภาคการผลิตรวม	1,711,724	3,431,553	5,143,277	1,734,386	3,459,096	5,193,482	1,726,494	3,402,699	5,129,193	1,776,884	3,460,967	5,237,851
อื่นๆ	3,138	1,374	4,512	3,138	1,435	4,573	443	176	618	-	200	200
รวม	2,614,663	8,357,493	10,972,156	2,662,543	8,458,160	11,120,703	2,643,528	8,637,126	11,280,654	2,810,767	8,900,567	11,711,334

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. บทบาททางเศรษฐกิจของ SMEs

3.1 บทบาทด้านการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2550 สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 3,244,974.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ มีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.2 ต่อปี เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางโดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม เท่ากับ 2,175,597.9 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ของ GDP รวมด้านมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2550 มูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 1,069,376.6 ล้านบาทขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.6

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2550 ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับปีก่อนหน้าโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและซ่อมบำรุงเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 30.7 และ ภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 29.1

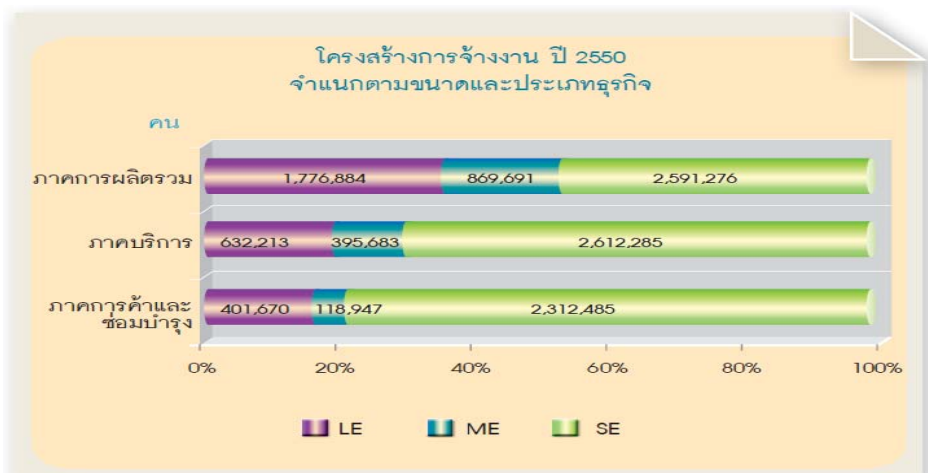
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)					
ประเทศ	5,928,974.0	6,503,487.0	7,104,228.0	7,816,474.0	8,485,200.0
ภาคเกษตร	607,863.0	654,810.0	706,285.0	836,077.0	967,091.0
ภาคนอกเกษตร	5,321,111.0	5,848,677.0	6,397,943.0	6,980,397.0	7,518,109.0
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,691,814.3	2,954,382.0	3,260,301.3	3,589,655.1	3,889,567.5
- SMEs	2,367,109.7	2,598,656.9	2,816,640.7	3,041,895.9	3,244,974.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	1,613,005.2	1,761,455.2	1,901,333.5	2,043,460.3	2,175,597.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	754,104.5	837,201.8	915,307.2	998,435.6	1,069,376.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
สัดส่วน (ร้อยละ)					
ประเทศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ภาคเกษตร	10.3	10.1	9.9	10.7	11.4
ภาคนอกเกษตร	89.7	89.9	90.1	89.3	88.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	45.4	45.4	45.9	45.9	45.8
- SMEs	39.9	40.0	39.6	38.9	38.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	27.2	27.1	26.8	26.1	25.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	12.7	12.9	12.9	12.8	12.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)					
ประเทศ	7.1	6.3	4.5	5.1	4.8
ภาคเกษตร	12.7	(2.4)	(1.9)	3.8	3.9
ภาคนอกเกษตร	6.5	7.4	5.2	5.2	4.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.5	7.4	5.6	5.4	5.5
- SMEs	4.6	7.6	4.9	5.5	4.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.9	6.9	4.7	5.4	3.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	6.2	9.1	5.2	5.5	4.8
- วิสาหกิจอื่น ๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่น ๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

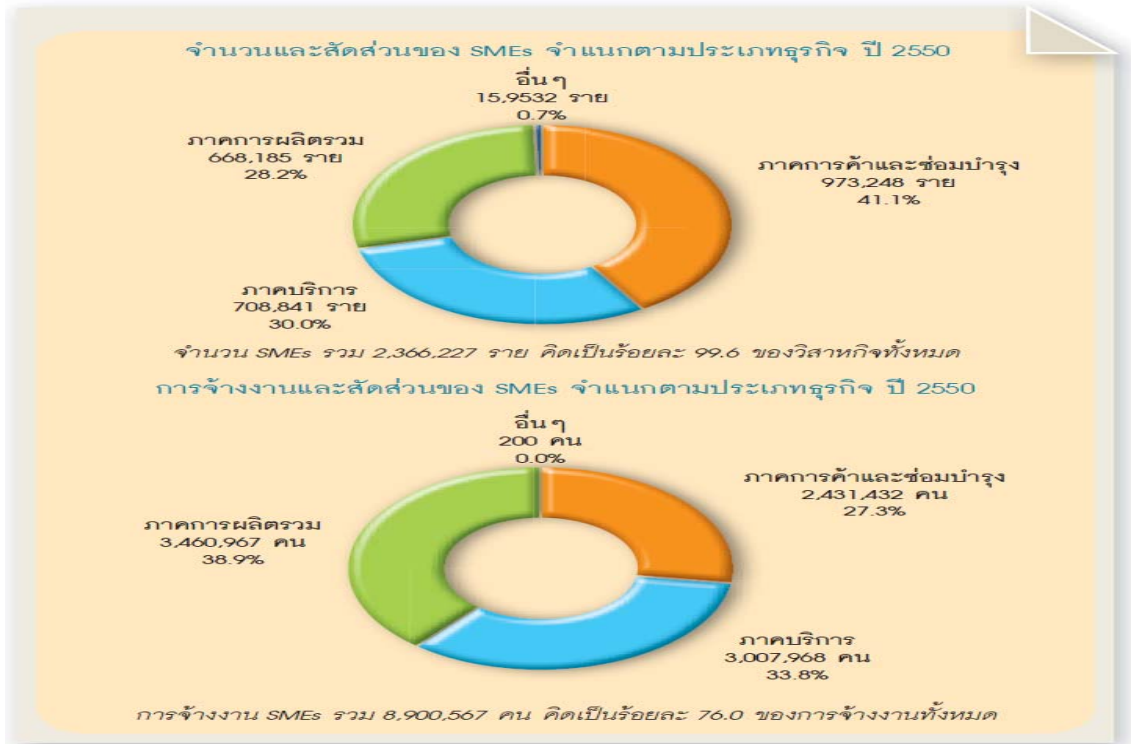
3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการจ้างงาน ปี 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคมประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แผนภาพที่ 2 โครงสร้างจำนวน SMEs และการจ้างงานของ SMEs ปี 2550 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 11,711,334 คนโดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2,810,767 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 8,900,567 คน หรือร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งสิ้น โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานสูงที่สุดร้อยละ 38.9 ของการจ้างงาน ใน SMEs ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคบริการ ร้อยละ 33.8 และภาคการค้า ที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้นมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 27.3 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด

3.3 บทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออกรวม ปี 2550

	2548	2549	2550
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ TOTAL EXPORT	29.7%	29.1%	30.1%
สัดส่วน SMEs IMPORT ต่อ TOTAL IMPORT	32.4%	32.7%	29.8%
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ GDP SMEs	40.5%	44.3%	48.8%
สัดส่วน TOTAL EXPORT ต่อ GDP รวมของประเทศ	52.3%	58.3%	61.9%

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 10,126,995.0 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกรวม 5,254,999.3 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้ารวม 4,871,995.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกโดยรวมของประเทศ สำหรับ SMEs ในปี 2550 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3,036,484.9 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs จำนวน 1,583,310.1 ล้านบาท และเป็นมูลค่าการนำเข้าของ SMEs รวม 1,453,174.9 ล้านบาท ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 10.1 ในขณะที่การนำเข้าหดตัวลงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 8.8

4. โครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs

ตามผลการศึกษาโครงการแผนการปรับโครงสร้าง SMEs รายสาขา ซึ่ง สสว. ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำการศึกษา ได้จำแนกโครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs ในประเทศไทย ออกเป็น 3 ภาค ได้แก่

1) ภาคการผลิต ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวิศวกรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีระดับสูง (High – technology Industries) ในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ในบางขั้นตอนการผลิตเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงมีผู้ประกอบการ SMEs อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบาที่ใช้แรงงานเข้มข้น หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานในการผลิตสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง อุตสาหกรรมที่พึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง เซรามิกส์

2) ภาคการค้า ประกอบด้วย 2 สาขา ได้แก่ การค้าปลีก และการค้าส่ง

3) ภาคบริการ ประกอบด้วย 9 สาขา ได้แก่ บริการท่องเที่ยว สปาและบริการสุขภาพ ร้านอาหาร การก่อสร้าง บริการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการซอฟต์แวร์และDigit Content บริการศึกษา บริการออกแบบ บริการที่ปรึกษา

5. สถานการณ์และปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ

1. **การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ** มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจทั้งในระดับทวีปภาคี ภูมิภาค และพหุภาคี รวมทั้งบทบาทที่เพิ่มขึ้นของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

2. **การเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินโลก** เกิดวิกฤตทางการเงิน ความไม่สมดุลของเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินสกุลต่างๆ ในโลก ตลาดการเงินและตลาดทุนมีความเชื่อมโยงกันทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ

3. **การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Information and Communication Technology (ICT) เป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีหลัก ได้แก่ Biotechnology Material Technology และ Nanotechnology

4. **การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม** ปัจจุบันทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่สมดุลกลมกลืนระหว่างการผลิตกับสภาพแวดล้อม มีการกล่าวถึงเรื่องของ Global Warming และหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

5. **พฤติกรรมผู้บริโภค** การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ถึงโอกาสของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจที่ต้องปรับตัวให้เสนอสินค้าและบริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. **การขาดสภาพคล่องทางการเงิน** ในกลุ่ม SMEs เนื่องจากสถาบันการเงินเริ่มเข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ

7. **ความผันผวนของต้นทุนพลังงาน และอัตราการแลกเปลี่ยน**

8. **เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ**

ดังนั้นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและ SMEs ควรให้ความสำคัญของความต่อเนื่องของนโยบาย ในอนาคตอุตสาหกรรมจะเกิดการขยายตัวด้วยการ**เพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity)** มุ่งเน้นการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศมากขึ้น ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของการผลิตบนฐานความรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม **มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน** เพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าที่ใช้ปัจจัยดังกล่าว เป็นกำแพงทางการค้า ตลอดจน**ส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจในลักษณะเครือข่าย** ให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและโลก

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรม

1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยสามารถสร้างรายได้ การจ้างงานและได้มาซึ่งเงินตราต่างประเทศจากการส่งออกเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโรงงานจำนวนมากและโรงงานส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมนี้เป็นกิจการ SMEs อย่างไรก็ดี ในช่วงเวลาที่ผ่านมา มูลค่าการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้มีอัตราการขยายตัวที่มีความผันผวนขึ้นลงพอควร แม้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยังจัดอยู่ในสินค้าการส่งออกที่สำคัญของประเทศแต่จากอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่า อุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญอื่นๆ อันดับในมูลค่าการส่งออกของเฟอร์นิเจอร์ไม้จึงมีการลดลงตามลำดับ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 1 มูลค่าเพิ่มและอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้

(ในราคาคงที่ปี 2531)

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว
2542	2,336	2.64
2543	2,825	20.93
2544	2,930	3.72
2545	3,212	9.62
2546	3,373	5.14
2547	3,554	5.24
2548	3,426	-3.60
2549	3,043	-11.18

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550

อุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ อุตสาหกรรมไม้ (ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้) และอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วน สองส่วนนี้มีการเกี่ยวโยงกันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากการผลิตเฟอร์นิเจอร์ต้องใช้ไม้วัตถุดิบที่สำคัญ ส่วนผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ นอกจากเฟอร์นิเจอร์ไม้แล้วยังมีเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุอื่นๆ เช่นเฟอร์นิเจอร์โลหะ และพลาสติก แต่เฟอร์นิเจอร์ไม้มีสัดส่วนสำคัญที่สุดทั้งทางด้านการผลิตและการส่งออก

1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน

อุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โรงงานผลิตสินค้าไม้และเฟอร์นิเจอร์มีอยู่เป็นเรือนหมื่น กระจายอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศเฟอร์นิเจอร์ไม้ยังเป็นสินค้าออกที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศ

การแบ่งประเภทอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามการจัดประเภทอุตสาหกรรมในระบบสากล(ISIC) 4หลัก แบ่งออกเป็น

1) การเลื่อยและไสไม้ (ISIC 2010)

2) การผลิตไม้วีเนียร์ รวมทั้งไม้อัด ลามินบอร์ด แผ่นไม้อัดและแผ่นเนิล และแผ่นไม้อัดอื่นๆ (ISIC 2021)

3) การผลิตไม้ที่ใช้ในการก่อสร้างและประกอบอาคาร (ISIC 2022)

4) การผลิตเครื่องเรือน (ISIC 3610)

จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว. พบว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 21,512 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 21,466 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.79 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ มีการจ้างงาน 176,926 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 83.80 ของการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2010	การเลื่อยไม้และไสไม้	2,688	43	6	2,731	2,737	12.70	0.03	12.72
2021	การผลิตแผ่นไม้บาง แผ่นไม้อัด ไม้ประสาน แผ่นขึ้นไม้อัด แผ่นกระดานและแผ่นไม้อื่นๆ	243	17	7	260	267	1.21	0.03	1.24
2022	การผลิตเครื่องไม้ที่ใช้ในการก่อสร้างและเครื่องประกอบอาคาร	4,006	18	5	4,024	4,029	18.71	0.02	18.73
3610	การผลิตเครื่องเรือน	14,332	119	28	14,451	14,479	67.18	0.13	67.31
	รวม	21,269	197	46	21,466	21,512	99.79	0.21	100

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ , กรมพัฒนาธุรกิจการค้า , สนง.ประกันสังคม , การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, BOI , สำนักเทคนิค กทม. , อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย** : ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2010	การเลื่อยไม้และไสไม้	22,958	5,740	6,083	28,698	34,781	13.59	2.88	16.47
2021	การผลิตแผ่นไม้บาง แผ่นไม้อัด ไม้ประสาน แผ่นขึ้นไม้อัด แผ่นกระดานและแผ่นไม้อื่นๆ	4,128	3,383	2,751	7,511	10,262	3.56	1.30	4.86
2022	การผลิตเครื่องมือที่ใช้ในการก่อสร้างและเครื่องประกอบอาคาร	17,729	2,359	2,497	20,088	22,585	9.51	1.18	10.70
3610	การผลิตเครื่องเรือน	92,200	28,429	22,883	120,629	143,512	57.13	10.84	67.97
	รวม	137,015	39,911	34,214	176,926	211,140	83.80	16.20	100

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ , กรมพัฒนาธุรกิจการค้า , สنج.ประกันสังคม , การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, BOI , สำนักเทคนิค กทม. , อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย :** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

เดิมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศโดยใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้แดง และไม้มะค่าเป็นวัตถุดิบ แต่หลังจากนโยบายปิดป่าของรัฐบาลในปี 2532 ไม้เนื้อแข็งหายากขึ้นและต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบจากไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้ยางพาราหรือไม้ฉำฉา ซึ่งจะต้องมีการอบไม้และไสไม้มากขึ้น การผลิตเฟอร์นิเจอร์มีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากเดิมที่ส่วนใหญ่ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปที่ถอดประกอบไม่ได้ (Finished furniture) เพื่อจำหน่ายในประเทศ เป็นแบบถอดประกอบได้ (Knock-down furniture) และมีการส่งออกมากขึ้น จนกลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ ในปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ยางพาราเป็นวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้สามารถสร้างเงินตราต่างประเทศจากการส่งออกปีละกว่า 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าที่สำคัญคือเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน แต่ไม้แปรรูปชนิดต่างๆ ก็มีมูลค่าส่งออกมากขึ้น ตลาดส่งออกที่สำคัญสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและประเทศในยุโรป ส่วนไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ประเทศจีนเป็นประเทศนำเข้ารายใหญ่ที่สุด ตามด้วย สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

เนื่องจากการขาดแคลนไม้เนื้อแข็ง ในแต่ละปีไทยต้องมีการนำเข้าไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ปีละหลายล้านเหรียญสหรัฐ แหล่งนำเข้าไม้ที่สำคัญคือมาเลเซีย พม่าและลาว

ในปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตเพื่อการส่งออกส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ

จากผลการสำรวจโรงงานอุตสาหกรรมของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมพบว่า โรงงานเฟอร์นิเจอร์ขนาดย่อมส่วนใหญ่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ แม้มีกิจการที่มีการส่งออกอยู่บ้าง การส่งออกในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มักเกิดจากโรงงานขนาดใหญ่และขนาดกลาง สัดส่วนการส่งออกต่อมูลค่าการจำหน่ายรวมของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมโดยรวมยังอยู่ในระดับต่ำ ในระดับประมาณร้อยละ 10 ส่วนการ พึ่งวัตถุดิบนำเข้า โรงงานส่วนใหญ่ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบ สัดส่วนการพึ่งพานำเข้าของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมอยู่ในระดับร้อยละ 20

ตารางมูลค่าการส่งออกไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้แยกตามสาขา

สาขา	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ			
	2547	2548	2549	2550
1.เฟอร์นิเจอร์ไม้	686.4	662.2	612.1	600.1
2. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	901.8	919.4	1,062.2	1,190.2
2.1 ไม้แปรรูป (พื้น ลบ.เมตร)	210.5	205.5	268.6	273.5
2.2 แผ่นไม้วีเนียร์	9.1	8.8	7.9	8.3
2.3 ไม้อัด	108.2	148.2	217.0	233.2
2.4 ไฟเบอร์บอร์ด	114.7	128.5	157.3	224.6
2.5 เครื่องใช้ทำด้วยไม้	108.7	96.2	81.6	90.8
2.6 อุปกรณ์ก่อสร้างทำด้วยไม้	120.7	124.6	124.5	143.0
2.7 กรอบรูปไม้	105.9	94.2	107.7	91.5
2.8 รูปแกะสลัก และเครื่องประดับทำด้วยไม้	44.5	47.9	51.1	57.2
2.9 ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้อื่นๆ	79.4	65.5	46.5	68.3
รวม	1588.2	1581.599	1674.259	1790.307

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

ตารางมูลค่าการนำเข้าไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้แยกตามสาขา

สาขา	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ			
	2547	2548	2549	2550
ไม้ซุง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์	381.5	720.9	627.2	608.6
1. ไม้ซุง	97.7	116.9	110.8	90.9
2. ไม้แปรรูป(พื้น ลบ.เมตร)	241.2	482.8	375.0	356.3

สาขา	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ			
	2547	2548	2549	2550
3. ไม้อัดและไม้วีเนียร์	26.7	88.0	96.3	111.4
4. ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	16	33.1	45.1	50.0

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ)

- เฟอร์นิเจอร์ไม้	50.17
- เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ	22.82
- ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	17.03
- ที่นอนหมอนพูก	5.31
- เฟอร์นิเจอร์โลหะ	4.67

ที่มา : สำนักบริการส่งออก 1 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

โครงสร้างราคา (ร้อยละ)

- ในประเทศ	67.00
- นอกประเทศ	22.30
- Approximate Margin	10.70

ที่มา : สำนักบริการส่งออก 1 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD			อัตรายายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2549	2550	2551 (ม.ค.-ธ.ค.)	2549	2550	2551 (ม.ค.-ธ.ค.)	2549	2550	2551 (ม.ค.-ธ.ค.)
1. ญี่ปุ่น	290.32	283.62	252.79	-5.43	-2.31	-10.87	23.78	21.98	20.31
2. สหรัฐอเมริกา	358.42	325.40	245.25	-11.63	-9.21	-25.37	29.36	25.22	19.71
3. สหราชอาณาจักร	134.52	154.81	139.56	6.73	15.09	-9.85	11.02	12.00	11.22
4. ออสเตรเลีย	55.46	66.81	88.99	66.69	20.47	33.19	4.54	5.18	7.15
5. มาเลเซีย	24.61	27.24	33.90	24.71	10.65	24.45	2.02	2.11	2.72
6. อิตาลี	20.30	30.76	31.47	23.00	51.53	2.28	1.66	2.38	2.53
7. เนเธอร์แลนด์	22.91	25.16	31.16	6.93	9.83	23.85	1.88	1.95	2.50
8. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	16.82	19.73	29.28	18.75	17.34	48.38	1.38	1.53	2.35
9. อินโดนีเซีย	10.95	28.22	28.00	-38.61	157.67	-0.77	0.90	2.19	2.25
10. อินเดีย	12.18	19.40	24.53	27.47	59.20	26.44	1.00	1.50	1.97
รวม 10 ประเทศ	946.5	981.1	904.91	-2.53	3.66	-8.07	77.54	76.03	72.72
อื่น ๆ	274.2	309.3	339.47	2.27	12.81	9.72	22.46	23.97	27.28
มูลค่ารวม	1220.70	1290.49	1,244.39	-1.50	5.72	-3.82	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักบริการส่งออก 1 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ในปี 2551 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน มีมูลค่า 1,244.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.82 เทียบกับช่วง เวลาเดียวกันปี 2550 โดยในปี 2551 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยต้องประสบปัญหาจากหลายปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนและเป็นผลกระทบต่อการส่งออก เช่น ราคาและปริมาณวัตถุดิบ ค่าสาธารณูปโภค การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลัก และการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ในช่วงปลายปี 2551 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทยในตลาดหลัก เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตกต่ำลงมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยยังมีโอกาสและความคาดหวังที่จะสร้างยอดขาย ในตลาดต่างประเทศโดยการหาตลาดใหม่ที่มีเศรษฐกิจที่ดีและมีความต้องการสินค้า เช่น จีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และรัสเซีย และอาศัยความได้เปรียบที่มีทั้ง ด้านวัตถุดิบที่หลากหลาย คุณภาพฝีมือแรงงาน คุณภาพสินค้าที่ดี รวมทั้งกลยุทธ์การเจาะตลาดเฉพาะ Niche Market / การรับงานลักษณะ Contract Project / การส่งเสริมภาพลักษณ์และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในด้านการรักษาสีเงาผิวไม้ / การพัฒนาตราสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก แทนการรับจ้างผลิต/การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและเพิ่มมูลค่าในด้านคุณภาพความประณีต รูปแบบที่โดดเด่น สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของตลาดต่างประเทศ รวมถึงการให้บริการที่ดี และส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา และใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรี (FTA) ที่ไทยมีกับต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย อินเดีย และอาเซียน

ตลาดหลัก : ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย มาเลเซีย คิดเป็นสัดส่วนรวม ร้อยละ 61.11

ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ร้อยละ 48.38 เวียดนาม ร้อยละ 38.81 ออสเตรเลีย ร้อยละ 33.19 อินเดีย ร้อยละ 26.44 มาเลเซีย ร้อยละ 24.45

2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

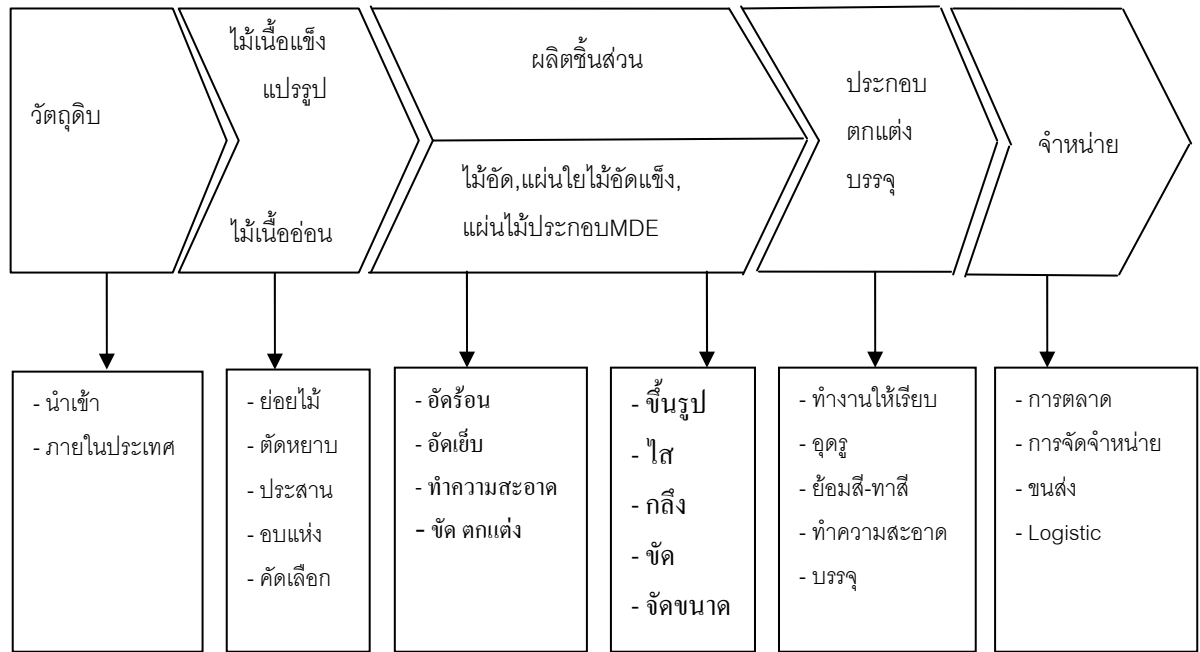
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้จัดได้ว่ามีการใช้แรงงานที่เข้มข้น (Labor-intensive) เพราะมีสัดส่วนของสินทรัพย์ถาวรหรือปัจจัยทุน (Capita-labor ratio) ค่อนข้างต่ำ โดยโรงงานขนาดเล็กมีสัดส่วนทุนต่อแรงงานต่ำกว่าโรงงานขนาดใหญ่

กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ 1) การแปรรูปไม้ 2) การกลึงและไสไม้ 3) การนำชิ้นส่วนต่างๆ ที่ผ่านขั้นตอนข้างต้น มาตกแต่ง ฟันสี ชุบน้ำยา ฯลฯ

ข้อมูลจากการสำรวจโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมพบว่า โครงสร้างต้นทุนการผลิตเครื่องเรือนไม้ ประมาณร้อยละ 60 เป็นต้นทุนวัตถุดิบ เป็นค่าจ้างแรงงาน ประมาณร้อยละ 20 ต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ และค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรประมาณร้อยละ 20 วัตถุดิบหลักของการผลิตเฟอร์นิเจอร์คือไม้ นอกจากนั้นเป็นวัตถุดิบรองที่ช่วยให้มีการตกแต่งไม้ให้เป็นเฟอร์นิเจอร์

ที่สมบูรณ์และเพื่อความสวยงามเช่น บานพับ มือจับ กลอน และลูกปืน ผนังหรือผนังเทียม สี กาว และแลคเกอร์ เป็นต้น

การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้อาจแสดงออกมาเป็นห่วงโซ่อุปทานได้ดังนี้



นอกจากนี้ หากพิจารณาห่วงโซ่อุปทานการผลิตจะพบว่า กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไม้ และเฟอร์นิเจอร์ไม้มีความเชื่อมโยงกัน เช่น กลุ่มการเลื่อยไม้และไสไม้ จะมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้อื่นๆ โดยเฉพาะการผลิตเฟอร์นิเจอร์ และกลุ่มเครื่องมือที่ใช้ในการก่อสร้างและเครื่องประกอบอาคาร จะมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะการปลูกสร้างบ้านอย่างใกล้ชิด ส่วนผลการเชื่อมโยง(Linkage Effect) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มีส่วนเชื่อมโยงกับไม้แปรรูป โดยเฉพาะไม้ยางพารามากที่สุด การแปรรูปนี้ส่วนหนึ่งทำในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ เช่นการเลื่อยไม้ และตกแต่งรูปแบบที่ต้องการ นอกจากนั้น วัสดุอื่นๆที่ใช้มักเป็นส่วนประกอบ เช่นสี แลคเกอร์ ทินเนอร์ และกาว สำหรับเครื่องจักรในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ เครื่องจักรส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ แต่สำหรับ SMEs และผู้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศจำนวนมาก เครื่องจักรที่ใช้มักเป็นเครื่องจักรราคาถูกๆ ที่ผลิตในประเทศ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มี SMEs ในทุกขั้นตอนการผลิต ตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนั้น จากข้อมูลโรงงานที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบอาคารเช่น ตู้ เติง โต๊ะ วงกบ ประตูหน้าต่าง เกือบทั้งหมดเป็นโรงงานขนาดย่อม อย่างไรก็ตาม ก็พบว่า มีโรงงานเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่อยู่จำนวนหนึ่ง โดยทั่วไปจะพบโรงงานเฟอร์นิเจอร์ที่ระบุว่าใช้ไม้ยางพาราในกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่ อีกขั้นตอนหนึ่งที่โรงงานขนาดย่อมอยู่มาก ก็คือ การแปรรูปไม้ เช่น

การเลื่อยไม้ การใส่ไม้ และการอบแห้ง ดังนั้น การส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้จำเป็นต้องพิจารณาในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน

3. SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

จุดแข็ง

จุดแข็งของไทยในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้คือประเทศไทยเป็นเพียงไม่กี่ประเทศในโลกที่มีวัตถุดิบสำคัญคือ ไม้ยางพาราและเป็นประเทศแรกๆ ที่มีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเพื่อการส่งออกขนานใหญ่ จึงสามารถสร้างความเชื่อถือและการยอมรับในตลาดโลก นอกจากนั้น ยังมีแรงงานที่มีทักษะฝีมือที่มีความประณีตสูง

จุดอ่อน

จุดอ่อนที่สำคัญของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ไม้ยางพาราคือต้องถึงไม้เนื้อแข็งจากต่างประเทศ ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับนโยบายและกฎระเบียบทั้งประเทศผู้ส่งออกไม้และกฎระเบียบของรัฐบาลไทย นอกจากนั้น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยยังขาดการพัฒนาในรูปแบบใหม่ๆ และการสร้าง Brand ของตนเอง

โอกาส

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยังมีโอกาสการขยายตัว โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราซึ่งมีไม้ที่มีลวดลายสวยงาม เป็นที่นิยมของชาติตะวันตก นอกจากนั้น ประเทศคู่แข่งของไทยเป็นมาเลเซียและอินโดนีเซียต้องประสบกับปัญหาการอนุรักษ์ไม้ จึงส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้เนื้อแข็ง การทำข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะกับประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญคือญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา (หากประสบผลสำเร็จ) ก็จะทำให้ไทยมีโอกาสส่งออกได้มากขึ้น

ปัญหาและข้อจำกัด

ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ค่าขนส่งแพงขึ้น กฎระเบียบของรัฐบาลในการควบคุมการใช้และขนส่งไม้ และการแข่งขันจากต่างประเทศ เช่นจีนและเวียดนามและปัญหาการแข่งค่าและความผันผวนของค่าเงินบาท ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

4. ปัญหาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

กล่าวโดยสรุปอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ต้องประสบปัญหาและข้อจำกัดหลายอย่าง คือ

1) การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ทำให้ค่าขนส่งและค่าระวางเรือสูงขึ้นมาก ซึ่งกระทบกระเทือนทั้งต่อการส่งออกและการจำหน่ายในประเทศ

2) กฎระเบียบของรัฐ ด้านการควบคุมการใช้และการขนส่งไม้ยังไม่ได้รับการปรับปรุงที่เป็นรูปธรรม ก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่ผู้ผลิต

3) การส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้ และเฟอร์นิเจอร์ไม้ต้องประสบกับการแข่งขันจากประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า เช่นอินโดนีเซีย จีนและเวียดนาม แม้จีนมีความสำคัญมากที่ในฐานะผู้นำเข้าไม้แปรรูป

จากไทย แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศจีนก็ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยมาก

4) การแข่งค่าและความผันผวนของค่าเงินบาท ซึ่งทำให้รายได้จากการส่งออกเมื่อแลกเปลี่ยนเงินบาทลดลงไปมาก ในสภาพที่ต้นทุนวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานขยับตัวสูงขึ้น

นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์มักเป็นไปในทางลบสำหรับผู้สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นทำให้เกิดการทำลายป่า แต่ทั้งนี้ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยก็ต้องประสบปัญหานี้เช่นกัน

ปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้ผลิตในระดับผลิตภัณฑ์ คือ ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เป็น SMEs ได้รับผลกระทบโดยทุกปัญหา นอกจากนี้ SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยังมีปัญหาข้อจำกัดทางด้านการออกแบบอยู่มาก

5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

5.1 กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมาย

ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ กลุ่มผลิตเครื่องใช้ไม้ที่ใช้ในการก่อสร้างและประกอบอาคาร (ISIC 2022) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุดและโรงงานเกือบทั้งหมดเป็น SMEs ดังนั้น การคัดเลือกกลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในระดับ ISIC 4 หลัก จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องเป็นกลุ่มธุรกิจกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่ม ISIC 2022 ก็มีโรงงานที่ผลิตของใช้และส่วนประกอบของอาคารอื่นๆ เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ วงกบหน้าต่าง ประตู ฯลฯ และมีโรงงานที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้วัสดุอื่น เช่น หวาย หากจะมีการคัดเลือกกลุ่ม SMEs ภายในกลุ่ม ISIC 2022 นี้ให้ละเอียดแยกย่อยลงไปอีก กลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจคือ กลุ่มผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ แม้การส่งออกในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกโดยกิจการขนาดใหญ่และขนาดกลาง แต่ก็มีถึงขนาดย่อมที่มีการส่งออกอยู่ไม่น้อย และสัดส่วนการส่งออกต่อการจำหน่ายของกิจการขนาดกลางก็อยู่ในระดับที่สูงพอควร ดังนั้นกลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายที่ควรเน้นในการส่งเสริมเป็นอันดับแรกคือ กลุ่มผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

อย่างไรก็ตาม แม้มีการคัดเลือกกลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายแล้ว แต่ก็ไม่ควรละเลย SMEs ในกลุ่มอื่น ทั้งนี้เนื่องจาก SMEs ที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งที่จำหน่ายในประเทศก็มีอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน นอกจากนี้ในกลุ่มอุตสาหกรรมไม้ ธุรกิจกลุ่มต่างๆมีความเชื่อมโยงกัน เช่น โรงงานเลื่อยไม้และไสไม้หรือโรงเลื่อย ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นผู้ป้อนวัตถุดิบให้แก่โรงงานเฟอร์นิเจอร์ที่มีการส่งออก หากคุณภาพของวัตถุดิบสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม่มีดีพอ ก็จะส่งผลกระทบต่อการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การส่งเสริม SMEs จึงละเลยกลุ่ม ธุรกิจเลื่อยไม้และไสไม้ไม่ได้

5.2 ทิศทางการพัฒนากลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมาย

กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายที่ได้รับการคัดเลือก คือ อุตสาหกรรมกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ซึ่งในปัจจุบันมีการส่งออกเป็นจำนวนมาก ทิศทางที่ควรเน้นในการส่งเสริม SMEs ในกลุ่มธุรกิจนี้ คือ การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานสินค้าโดยเฉพาะทางด้านการออกแบบ การส่งเสริมการใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการออกแบบจึงเป็นแนวทางที่ควรสนับสนุน

6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐาน

คุณภาพมาตรฐานในการผลิตเกี่ยวข้องกับขั้นตอนต่างๆ ของการผลิตทั้งการปรับปรุงคุณภาพของไม้ การเลื่อยไม้ การไสไม้และการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ตลอดจน การบรรจุหีบห่อ

ยุทธศาสตร์การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานนี้ ยังรวมถึงการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ โดยเฉพาะมีการวิจัยและพัฒนาที่จะส่งผลให้วัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ คือ ไม้แปรรูป มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น มีความคงทนมากขึ้น สามารถป้องกันการกัดกร่อนของแมลงไม้ เป็นต้น

ส่วนคุณภาพมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์นั้น มีความสำคัญต่อการขยายการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ นอกจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งจะกล่าวในยุทธศาสตร์ 2 แล้ว การควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต ความพิถีพิถันและความประณีตในการผลิต ตลอดจนการส่งเสริมการรับรองมาตรฐาน ล้วนมีความสำคัญ

แผนปฏิบัติการเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ที่ 1 การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐาน

คุณภาพมาตรฐานในการผลิตเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตต่างๆ ของการผลิต ผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ การปรับปรุงและควบคุมคุณภาพมาตรฐานจึงต้องทำในทุกขั้นตอน

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์แรกนี้คือ การปรับปรุงการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ให้ได้มาตรฐานสากล ซึ่งมีแผนปฏิบัติการที่เน้นในเรื่องการรณรงค์ให้ผู้ผลิตตระหนักถึงความสำคัญของการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน

ภายใต้แผนปฏิบัติการนี้ มีกิจกรรมที่ต้องทำคือ การประชาสัมพันธ์ รณรงค์และฝึกอบรมให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยเฉพาะ SMEs ตระหนักถึงความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน แนะนำขั้นตอนและวิธีการที่จะได้มาซึ่งการรับรองมาตรฐาน ISO และการจัดกิจกรรมระบบ 5ส. ในโรงงาน เป็นต้น

ภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานนี้ ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบโดยเฉพาะมีการวิจัยและพัฒนาที่จะส่งผลให้คุณภาพของวัตถุดิบสำคัญของเฟอร์นิเจอร์ไม้คือ ไม้แปรรูป มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น มีความคงทนขึ้น สามารถป้องกันการกัดกร่อนของแมลงได้ ทั้งนี้เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการถนอมเนื้อไม้ ซึ่งหน่วยงานของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีควรจะหันมาให้ความสนใจ

หน่วยงานในภาครัฐ ควรมีส่วนในการส่งเสริมผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ในการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานการผลิตของตน หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.) กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) สถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับสมาคมในภาคเอกชนและศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ เพื่อให้แผนปฏิบัติการนี้สามารถมีการดำเนินการในทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ อาจมีการมอบหมายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นแกนกลางทำการร่างแผนงานในกิจกรรมต่างๆ เช่นมอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ร่างแผนการส่งเสริมการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO ISMED หรือกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นแกนกลางในการรณรงค์ในเรื่อง 5ส. กรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นแกนนำในเรื่องการให้คำปรึกษาแนะนำในด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สำหรับกรอบเวลาในการดำเนินงาน แผนปฏิบัติการนี้สามารถดำเนินการได้เลย โดยเริ่มจากการมอบหมายหน่วยงานที่จะเป็นแกนนำในการผลักดันแผนปฏิบัติการนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะในเฟอร์นิเจอร์ที่มีการส่งออก การออกแบบที่ดีย่อมเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม การส่งเสริมให้มีการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และการสร้างนักออกแบบที่มีคุณภาพนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญของยุทธศาสตร์นี้

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยเฉพาะใน SMEs ที่ต้องพึ่งพาส่งออก แม้ SMEs ที่ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศหากมีการออกแบบที่ดี เป็นที่ยอมรับของตลาดก็ย่อมเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของตนเอง

แผนปฏิบัติการนี้มุ่งเน้นที่จะให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยเฉพาะผู้ผลิตที่เป็น SMEs มีความสามารถทางด้านการออกแบบสูงขึ้น

มาตรการที่ควรทำคือ

ก. ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์

ข. จ้างผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบจากต่างประเทศมาให้คำแนะนำหรือฝึกอบรมในการออกแบบ

ค. ส่งเสริมให้มีการนำโปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

ง. ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนในเรื่องการออกแบบในมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยอาชีวศึกษา โดยเฉพาะในจังหวัดที่มี SMEs เฟอร์นิเจอร์ไม้อยู่เป็นจำนวนมาก เช่นจังหวัดในภาคเหนือ โดยให้ครอบคลุมเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ และอาจจ้างผู้สอนจากต่างประเทศหากผู้สอนในประเทศมีไม่เพียงพอ

จ. จัดหาทุนการศึกษาหรือฝึกอบรมให้แก่พนักงานในกิจการผลิตภัณฑ์ไม้ไปเรียนหรือรับการฝึกอบรมการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในต่างประเทศ

ฉ. จัดประกวดแบบผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ประจำปี กิจกรรมต่างๆเหล่านี้ จำเป็นต้องมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามในแต่ละกิจกรรมควรมีการมอบหมายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการริเริ่มดำเนินการและเป็นผู้ประสานงาน หน่วยงานที่ควรมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการประกอบด้วย การส่งเสริมอุตสาหกรรม(กสอ.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(ISMED) และหน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการที่เกี่ยวข้อง โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสมาคมภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ อาจกำหนดให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เช่น สสว.หรือกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ โดยเป็นผู้ประสานงานหลักในเรื่องแผนปฏิบัติการโดยรวมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้ หลังจากนั้น จึงมอบหมายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งกำหนดที่เป็นแกนหลักในการจัดกิจกรรมหรือดำเนินการในโครงการแต่ละด้าน

สำหรับกรอบเวลาการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการนี้ อาจเริ่มจากการจัดการประชุม โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันประชุมเพื่อกำหนดแนวทาง ทั้งนี้ สสว.หรือกสอ.อาจเป็นผู้ประสานงานหลักในเบื้องต้นแล้ว จึงมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆวางแผนปฏิบัติการของกิจกรรมแต่ละด้านมาตามความเหมาะสม

ในกิจกรรมต่างๆ ที่มีการกล่าวมาข้างต้นนั้น การจัดตั้งสถาบันการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้ อาจต้องใช้เวลาพอสมควรว่าจะบรรลุผลการสร้างนักออกแบบก็อาจต้องใช้เวลา แต่การปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอน การจัดหาทุนการศึกษาฝึกอบรม การจัดประกวดแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ หรือมีการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญการออกแบบจากต่างประเทศ สามารถดำเนินการได้ทันทีที่มีหน่วยงานเจ้าภาพที่แน่นอน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากร

บุคลากรในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ควรมีการพัฒนานั้น ไม่จำกัดเฉพาะนักออกแบบ แต่ยังรวมถึงช่างฝีมือและบุคลากรอื่นๆ ในทุกขั้นตอนการผลิตรวมถึง การตรวจสอบคุณภาพมาตรฐาน และบุคลากรทางด้านการจัดการและการตลาด การพัฒนาบุคลากรในระยะสั้นอาจมีการจัดหลักสูตร

การฝึกอบรม รวมทั้งการฝึกอบรมผู้ประกอบการและคนงาน แต่ในระยะยาวควรมีการส่งเสริมการเรียนการสอนเพื่อสร้างบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมนี้

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากร

บุคลากรที่ควรมีการพัฒนาในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม่มีจำกัดเฉพาะนักออกแบบ แต่ยังรวมถึงช่างฝีมือและบุคลากรด้านอื่นๆ ด้วย กิจกรรมภายใต้ หัวข้อการพัฒนาบุคลากรนี้อาจมีหลายอย่างคือ

ก. จัดให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยออกไปฝึกงานตามโรงงานในระยะเวลาหนึ่ง หรือให้ช่างผู้ชำนาญมาช่วยให้คำแนะนำแก่นักศึกษาวิธีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในขั้นตอนต่างๆ

ข. จัดฝึกอบรมในเรื่องการบริหารการจัดการและการตลาด

ค. จัดฝึกอบรมความรู้แก่ผู้ประกอบการทางด้านอื่นๆ เช่นการลดต้นทุนทางการขนส่งและโลจิสติกส์ การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดทำบัญชีเบื้องต้น

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องการพัฒนาบุคลากรนี้ คือหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงศึกษาธิการ มหาวิทยาลัยต่างๆ โดยเฉพาะที่อยู่ในท้องถิ่นที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่อยู่เป็นจำนวนมาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(กสอ.) และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(ISMED) โดยมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเช่น กสอ. หรือ ISMED เป็นแกนกลางประสานงานในเรื่องต่างๆ

อย่างไรก็ตาม แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรนี้ สามารถนำมาปฏิบัติได้เลยโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยไม่ต้องรอให้มีการประสานงานแต่การมีแกนกลางการประสานงานในกิจกรรมพัฒนาบุคลากรในเรื่องต่างๆ จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดความซ้ำซ้อนลงได้

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างทางการตลาด

ยุทธศาสตร์การตลาด รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ทั้งการรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดเด่นที่สำคัญ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นและการขยายการส่งออกไปสู่ตลาดใหม่ ในการนี้ การเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความต้องการของตลาด โดยเฉพาะให้แก่ SMEs ซึ่งส่วนใหญ่มีข้อจำกัด ในเรื่องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร การสนับสนุนให้ SMEs ที่ผลิตเพื่อการส่งออกไปร่วมแสดงสินค้าในต่างประเทศ และการส่งเสริม SMEs สามารถจำหน่ายสินค้าของตนโดยใช้ E-commerce เป็นต้น ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดนี้ยังรวมถึงการสร้างตราสินค้าไทยในเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้วย

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างทางการตลาด

มาตรการด้านการตลาดนี้รวมทั้ง ตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ทางด้านตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไม้ของไทยโดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ต้องพึ่งตลาดหลักคือสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นมาก ส่วนตลาดอื่นแม้มีการขยายตัว แต่ก็ยังมีส่วนแบ่งตลาดน้อย

มาตรการทางด้านการตลาดต่างประเทศมีกิจกรรมที่ทำได้หลายอย่าง เช่น

ก. การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของตลาดแต่ละประเทศให้แก่ SMEs ซึ่งส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการในตลาดต่างประเทศ กิจกรรมในแผนปฏิบัติการทางด้านนี้ยังรวมถึงการส่งเสริม การส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำแต่มีศักยภาพ เช่นตลาดในตะวันออกกลาง

ข. สนับสนุนให้ SMEs ที่ผลิตเพื่อการส่งออกไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

ค. ส่งเสริมให้ SMEs จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนผ่านอินเทอร์เน็ตหรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

ง. ส่งเสริมการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบให้มีการใช้อย่างแพร่หลายภายในประเทศมากขึ้น

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำแผนปฏิบัติการด้านการตลาดสู่การปฏิบัติประกอบด้วยกรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.) ในส่วนภูมิภาคหน่วยงานราชการ เช่น(สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชยจังหวัด) หน่วยงานของภาคเอกชน(เช่นสาขาของสภาอุตสาหกรรมและสภาหอการค้า) และสถาบันการศึกษาในจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่มากก็ควรมีส่วนเกี่ยวข้องด้วย แผนปฏิบัติการด้านการตลาดนี้ หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์อาจเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันมาตรการการส่งเสริมต่างๆให้เกิดขึ้นได้

ทางด้านกรอบเวลาในการดำเนินงาน หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์สามารถนำแผนปฏิบัติการในเรื่องนี้ไปดำเนินการได้เลยทันที โดยอาจประสานงานกับหน่วยงานในภาคเอกชน

7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ

โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) สวทช. ร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ จัดโครงการ **จากแนวคิด..สู่แนวคำ : เพื่อพัฒนาคลังเตอร์อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย** Module 2 โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนแนวคิด การผลิต จากในอดีตที่ทำธุรกิจแบบรับจ้างผลิต OEM (Original equipment Manufacturer) เปลี่ยนมาเป็นการผลิตภายใต้รูปแบบของตนเอง ODM (Own Design Manufacturer) และต่อ ยอดจนสามารถผลิตได้ภายใต้แบรนด์สินค้าของตนเอง หรือ OBM (Own Brand Manufacturer) เพื่อเป็นการพัฒนาแบบบูรณาการให้สามารถทำงานได้อย่างยั่งยืนด้วยองค์ความรู้ทั้งสามด้าน คือ ด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด รวมทั้งการนำระบบไอทีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต

โครงการฯ ดังกล่าว จะแบ่งออกเป็น 2 เฟส คือ เฟสที่ 1 เน้นเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เข้ามาเป็นที่ปรึกษา มีระยะเวลา 1 ปี มีโรงงานเข้าร่วม 12 แห่ง โดยในเฟสนี้ได้ตั้งเป้าให้เกิดนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์ขึ้นในโรงงาน พร้อมกับผลิตผลงานต้นแบบนำไปจัดแสดงในงาน Thailand International Furniture Fair (TIFF) 2008 ซึ่งจะจัดขึ้นประมาณเดือนมีนาคมปีหน้า ส่วนเฟสที่ 2 จะเน้นเรื่องของการพัฒนาการผลิตและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มีผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (สจพ.) และผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันเพิ่มผลผลิต เข้ามาเป็นที่ปรึกษาเนื่องจากการเพิ่มผลผลิตทางอุตสาหกรรมต้องอาศัยองค์ความรู้ในเรื่องของ “วิศวกรรมอุตสาหกรรม” ซึ่งเฟสนี้จะมีระยะเวลา 1 ปี มีโรงงานเข้าร่วม 30 แห่ง รวมระยะเวลาโครงการ 2 ปี ตั้งแต่ปี เดือนสิงหาคม 2550 – มีนาคม 2552

8. แนวโน้มของ SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

การผลิตของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนของไทยในปี 2551 ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากตลาดส่งออกหลักของไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก ทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศเหล่านั้นชะงักงัน และกำลังซื้อลดลง ส่งผลต่อความต้องการอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนที่ลดลงไปด้วย อีกทั้งปัญหาความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการต้องลดปริมาณการผลิตลง

การจำหน่ายในประเทศของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนของไทยในปี 2551 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศยังขยายตัว โดยเฉพาะตลาดกลางและตลาดบน อีกทั้งเป็นช่วงฤดูการขายปลายปี มีการจัดกิจกรรมทั้งที่อยู่อาศัยและเครื่องเรือนเป็นจำนวนมากเพื่อกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น จากราคาน้ำมันที่ปรับลดลง และจากมาตรการเศรษฐกิจของรัฐบาลเพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และเพื่อกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์

สำหรับแนวโน้มของการผลิตและการจำหน่ายในประเทศของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในปี 2552 น่าจะอยู่ในภาวะชะงักงัน จากการที่ตลาดส่งออกหลักของไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจชะงักงันจากวิกฤติการเงินโลก ส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่ออุปสงค์อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนและต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม และจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ คาดว่าผู้ประกอบการจะปรับลดปริมาณการผลิต และผู้บริโภคจะระมัดระวังค่าใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวก ได้แก่ ราคาน้ำมันที่ปรับลดลง

การส่งออกของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในปี 2551 เมื่อเทียบกับปีก่อนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดใหม่ของไทยยังขยายตัวได้ดี โดยเฉพาะออสเตรเลีย ประเทศแถบเอเชียใต้ และตะวันออกกลาง ประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งประเทศอื่นๆ ในสหภาพยุโรปที่มีกำลังซื้อสูง และมี

ศักยภาพ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาดหลักของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ สหราชอาณาจักร ลดลง เนื่องจากประเทศเหล่านั้นกำลังประสบภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว จากวิกฤติเศรษฐกิจโลก

สำหรับแนวโน้มการส่งออกของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในปี 2552 คาดว่าจะอยู่ในภาวะชะลอตัว จากการที่ตลาดส่งออกหลักของไทยอยู่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และการส่งออกของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนของไทย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวกคือตลาดส่งออกอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศแถบตะวันออกกลางยังมีความต้องการ และกำลังซื้อสูง

ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลก ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมทั้งความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ดังในปัจจุบัน ผู้ประกอบการคงต้องปรับการบริหารจัดการทั้งในส่วนของ การควบคุมวัตถุดิบและต้นทุน การลดค่าใช้จ่ายและของเสียในกระบวนการผลิต การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โครงการที่อยู่อาศัยต่างๆ และการเร่งขยายฐานผู้บริโภคที่มีศักยภาพเป็นตลาดเฉพาะ ทั้งในและต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ของไทยที่มีความประณีต คุณภาพสูง และมีรูปลักษณะเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การส่งเสริมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ควรดำเนินการควบคู่ไปกับนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีลักษณะเป็น Policy Package ทั้งนี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมก่อสร้างและอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้อยู่ในห่วงโซ่การผลิตเดียวกัน

2. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้และอุตสาหกรรมยาง มีการใช้วัตถุดิบจากแหล่งเดียวกัน โดยไม่แย่งใช้น้ำเฟอร์นิเจอร์ น้ำยางใช้สำหรับทำผลิตภัณฑ์ยาง ถึงแม้จะใช้ทรัพยากรจากต้นยางคนละส่วนกัน แต่ในบางกรณี อาจเกิดการแย่งชิงทรัพยากรในการผลิตจนอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เช่น กรณีการโค่นต้นยางที่หมดอายุการให้น้ำยางแล้ว แต่อุปทานของไม้ยางพาราจากการโค่นต้นยางน้อยลง รัฐบาลอาจต้องพิจารณาการปลูกไม้ยางพาราที่โตเร็วแต่ไม่เน้นผลผลิตน้ำยาง โดยเอาแต่ไม้มาเป็นวัตถุดิบ ดังนั้น จึงควรกำหนดรูปแบบหรือพื้นที่การปลูกยางใน 2 ลักษณะ คือ 1) พื้นที่สำหรับการปลูกยางเพื่อรีดน้ำยางเป็นหลัก พอต้นยางหมดอายุการใช้งานแล้วจึงโค่นทำเฟอร์นิเจอร์ และ 2) พื้นที่ปลูกยางเพื่อใช้สำหรับทำเฟอร์นิเจอร์เป็นการเฉพาะ โดยในช่วงที่ความต้องการไม้ยางเพื่อทำเฟอร์นิเจอร์มีไม่มาก ผู้ประกอบการก็ขายน้ำยาง พอความต้องการไม้เพื่อทำเฟอร์นิเจอร์มีมากก็โค่นไม้ยางจำหน่าย

3. ในการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ รูปแบบและคุณภาพของสินค้ามีความสำคัญมาก ผู้ประกอบการไทยควรเน้นนวัตกรรมการออกแบบ ควรมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ซอร์ฟแวร์คอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบ การส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ควรเน้นในเรื่องความสามารถในการออกแบบ

4. การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทย โดยเฉพาะในตลาดหลัก เช่นสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น กำลังประสบกับการแข่งขันอย่างรุนแรงโดยเฉพาะจากจีนและเวียดนาม ประเทศไทยควรมีการขยายฐานตลาด เช่นอินเดีย และประเทศแถบตะวันออกกลางซึ่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการขยายตัวในอัตราสูง ประเทศอื่นที่มีการทำ FTA กับไทยเช่น ออสเตรเลียก็น่าสนใจ หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการส่งออกควรมีมาตรการส่งเสริมการส่งออกไปตลาดเหล่านี้

10. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

โครงการนำซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารจัดการและการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มีความเจริญก้าวหน้ามากในหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนมีการนำซอฟต์แวร์มาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างกว้างขวาง การใช้เทคโนโลยี IT มาใช้มีผลทำให้การดำเนินงานทางด้านต่างๆ เช่นทางด้านจัดการ การจัดหาข้อมูลข่าวสารการตลาด การจัดทำบัญชี ฯลฯ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลักษณะการใช้ของเทคโนโลยี IT ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งคือ การนำคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์มาช่วยในการออกแบบ ในอุตสาหกรรมหลายประเภทเช่น กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนังและรองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ) และอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบมีผลสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า สินค้าที่มีแบบที่เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า ย่อมเป็นสินค้าที่สามารถขยายปริมาณและมูลค่าการจำหน่ายได้ดี

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมที่จำหน่ายในประเทศมาเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของไทย ในปีหนึ่งๆ เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกสามารถสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศหลายแสนล้านบาท เฟอร์นิเจอร์ของไทยมีรูปแบบและคุณภาพเป็นที่ชื่นชอบของผู้ใช้ในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่ประชาชนรายได้สูง เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ประเทศกำลังพัฒนาบางประเทศ เช่น จีนและเวียดนาม มีการส่งเสริมการส่งออกในสินค้าเฟอร์นิเจอร์และการส่งออกในเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศเหล่านี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการทั้งการส่งเสริมของรัฐบาล การลงทุนจากต่างประเทศ และการปรับปรุงรูปแบบของสินค้า หากผู้ผลิตไทยไม่มีการปรับตัว การขยายตัวของการส่งออกในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ จะต้องประสบกับการชะลอตัวลงและส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก โดยเฉพาะตลาดนำเข้าที่สำคัญจะลดลงไปอีกต่อไป

การปรับตัวที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญประการหนึ่งคือ การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐาน โดยเฉพาะในแบบของสินค้า ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นผู้ผลิตขนาดย่อม ซึ่งผู้ผลิตเหล่านี้แม้มีช่างผู้ชำนาญที่มีฝีมือประณีต แต่ส่วนมากมีข้อจำกัดทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งยังมีข้อจำกัดในการได้มาซึ่งข่าวสารข้อมูลการตลาดในรายละเอียดของรูปแบบสินค้าที่มีความต้องการในแต่ละตลาด ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

หากมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศคือคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์มาช่วยในการออกแบบ จะทำให้สามารถปรับปรุงแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นสวยงาม ดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น และจะส่งผลให้มีการยกระดับความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้การส่งออกมีการขยายตัวมากขึ้น ดังนั้น การส่งเสริมการนำคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการขยายตัวและความอยู่รอดของอุตสาหกรรมนี้

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยเฉพาะผู้ผลิตที่เป็น SMEs มีการนำซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบอย่างกว้างขวางขึ้น
2. ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย มีรูปแบบที่โดดเด่นมากขึ้น
3. ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มี SMEs รับทราบข้อมูลในแบบของสินค้าที่ต้องการในแต่ละตลาด และหันมาให้ความสนใจกับการเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยเน้นในเรื่องการออกแบบมากขึ้น

ขอบเขตการดำเนินการและกลุ่มเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแบบของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในตลาดส่งออกที่สำคัญและตลาดที่มีศักยภาพ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและประเทศในสหภาพยุโรป และตลาดในประเทศตะวันออกกลาง
2. ประสานงานระหว่างผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์กับผู้มีความรู้ในการออกแบบโดยใช้คอมพิวเตอร์ช่วยพัฒนาแบบเฟอร์นิเจอร์ที่น่าจะเป็นที่นิยมของตลาด
3. ฝึกอบรมวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ในการออกแบบ การบริหารจัดการ และการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางการตลาดแก่ SMEs ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เป็น SMEs ที่มีการส่งออก ในปีแรกมีเป้าหมายการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมนี้ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 50 ราย หากประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ จะมีการขยายโครงการนี้ออกไปในภูมิภาคอื่นๆในปีต่อไป

วิธีการและขั้นตอนในการดำเนินงาน

1. สรรหาผู้ชำนาญการในเรื่องการออกแบบคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม
2. รับสมัครผู้ผลิตและผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในเขต กทม.และปริมณฑล ที่เป็น SMEs ที่สนใจในโครงการใช้คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ในการปรับปรุงการบริหารจัดการ และการออกแบบจำนวน 50 ราย
3. จัดฝึกอบรมในเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ในการบริหารจัดการด้านต่างๆ
4. จัดฝึกอบรมในเรื่องการค้นหาข้อมูลข่าวสารการตลาดจากคอมพิวเตอร์
5. เผยแพร่วิธีการใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารจัดการและการค้นหาข้อมูลการตลาดแก่ SMEs ผู้เข้าร่วมโครงการ

6. สาธิตวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ในการออกแบบในโรงงาน SMEs ที่เข้าร่วมโครงการ

7. ร่วมกับ SMEs เข้าร่วมโครงการเฉพาะรายในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ พิจารณาจดลิขสิทธิ์หากเป็นแบบที่โดดเด่น ในขั้นต่อไป หากเป็นที่นิยมของตลาด อาจพิจารณาการสร้างตราสินค้าของตนเอง

ในการร่วมพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์นี้ ผู้ชำนาญการคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์จะไปอยู่ประจำในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ 1-2 คน ในแต่ละโรงงาน สัปดาห์ละอย่างน้อย 2 วัน

8. เมื่อโครงการดำเนินไปได้ในระยะเวลาหนึ่งแล้ว จะมีการประเมินผลเพื่อศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เป็น SMEs มีการบริหารจัดการที่ดีขึ้นและมีความรู้ทางด้านการค้นหาข้อมูลที่ดีขึ้น

2. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มีการปรับปรุงทางการบริหารและการออกแบบ

3. การส่งออกในเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยจะมีการขยายตัวมากขึ้นในระดับที่น่าพอใจ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

เมื่อโครงการนี้ดำเนินไปได้เป็นระยะเวลาหนึ่งเช่น 1 ปีแล้ว ผู้เข้าร่วมโครงการจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการในเรื่องต่างๆคือ 1. การเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพการผลิต (ประสิทธิภาพแรงงาน ประสิทธิภาพการใช้ทุน และประสิทธิภาพรวม) 2. อัตราการลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต 3. ต้นทุนที่สามารถประหยัดได้ 4. ความสามารถในการค้นหาข่าวสารข้อมูลการตลาดของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการการตลาด ทั้งนี้อาจทำการประเมินผลได้จากการสำรวจผู้ที่เข้าร่วมโครงการและสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ

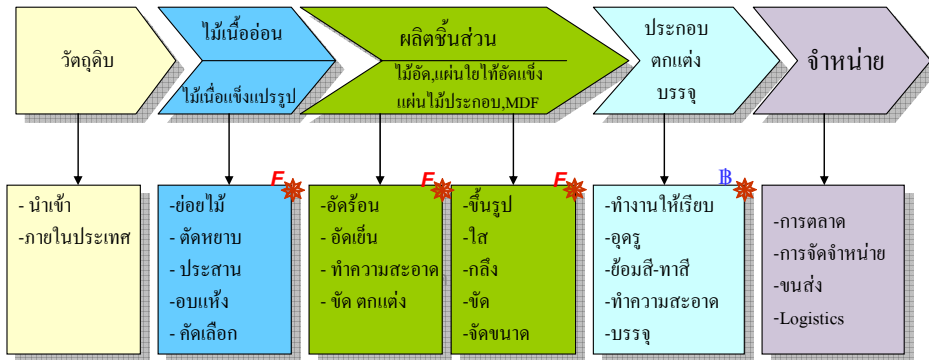
ทางด้านการออกแบบ จะศึกษาว่ามีแบบสินค้าใหม่ๆที่ได้รับการปรับปรุงแล้วเป็นจำนวนเท่าใด และสินค้าเหล่านี้เป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่เพียงไร

กรอบเวลาการดำเนินงาน: 5 ปี โดยเริ่มการประเมินผลเมื่อโครงการมีการดำเนินการแล้ว 1 ปี

งบประมาณ: 5 ปี รวม 50 ล้านบาท โดยในปีแรกจะใช้งบประมาณ 12 ล้านบาท

ภาคผนวก

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้และเครื่องเรือน



หมายเหตุ : * = SMEs โดยใช้เกณฑ์การจ้างงาน จำนวนโรงงาน และเงินทุนจดทะเบียน
B = ค่าเงิน F = พลังงาน



บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำนักบริการส่งออก 1 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

<http://www.depthai.go.th/TabID/256/Default.aspx?aOfficeID=65>

แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน) สำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้ม ปี 2551

รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา ปี 2551 โครงการ การศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา (วต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สัมมะโนอุตสาหกรรม 2550 , สัมมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

<http://www.diw.go.th/diw/query.asp>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI)

<http://www.boi.go.th>

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม

<http://www.ieat.go.th>

SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม