

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอาศัยการส่งออกเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนที่สำคัญ ธุรกิจการผลิตสินค้าของระดับและตกแต่งบ้าน เป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมาก ในปีหนึ่งๆ โดยเฉพาะในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งผลิตสินค้าของระดับและตกแต่งบ้านที่สำคัญของจังหวัด และรายได้เหล่านี้เอง ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ที่เกิดขึ้น

ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจการส่งออกของไทย ประสบผลสำเร็จ และมีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออก เป็นไป อย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จคุ้มค่ากับความตั้งใจในการลงทุน ซึ่งปัจจุบันภาคการส่งออกมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างมาก และเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ข้อกำหนดเฉพาะของลูกค้า แต่ละรายการที่สินค้าส่งออกนั้น จะต้องมีความคุณภาพดีได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน หรือสูงกว่า มาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด องค์กรจะต้องมีการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนแรก คือ การรับวัตถุดิบ ไปจนถึงกระบวนการผลิตขั้นตอนสุดท้าย จนได้สินค้าสำเร็จรูปพร้อมที่จะทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้า ดังนั้นการผลิตจึงให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง ในทุกๆขั้นตอนของการผลิต ต้องได้คุณภาพตามเกณฑ์ความต้องการของลูกค้าและต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อกระบวนการผลิตของบริษัทเอง และสิ่งแวดล้อม

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดในกระบวนการผลิต ถือเป็น การช่วยลดต้นทุนในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

ตารางที่ 1.1 ตลาดส่งออกสินค้าเครื่องประดับตกแต่งบ้านที่สำคัญของไทยใน ปี พ.ศ. 2546 - 2548

ตลาดหลัก	มูลค่า ( ล้านเหรียญสหรัฐฯ )			อัตรายายตัว ( ร้อยละ )		สัดส่วน ( ร้อยละ )	
	2546	2547	2548	2547	2548	2547	2548
1. สหรัฐอเมริกา	151.83	156.41	144.15	3.02	-7.84	45.12	41.49
2. ญี่ปุ่น	43.32	51.73	53.79	19.41	3.98	14.92	15.48
3. สหราชอาณาจักร	15.09	19.72	22.42	30.68	13.69	5.69	6.45
4. เยอรมนี	11.01	12.62	14.30	14.62	13.31	3.64	4.12
5. สวิตเซอร์แลนด์	5.10	5.98	8.39	17.25	40.30	1.72	2.42
6. สเปน	6.26	6.73	7.55	7.51	12.18	1.94	2.17
7. ออสเตรเลีย	5.72	6.7	7.43	17.13	10.90	1.93	2.14
8. เนเธอร์แลนด์	6.77	8.47	6.94	25.11	-18.06	2.44	2.00
9. อิตาลี	8.64	8.55	8.23	-1.04	-3.74	2.47	2.37
10. แคนาดา	8.12	7.99	8.05	-1.60	0.75	2.31	2.32
รวม 10 ประเทศ	261.86	284.9	281.25	8.80	-1.28	82.18	80.96
ประเทศอื่น ๆ	51.98	61.74	66.16	18.78	7.16	17.8	19.03
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>313.84</b>	<b>346.64</b>	<b>347.41</b>	<b>27.58</b>	<b>5.88</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก

จากสถิติที่แสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าตกแต่งบ้านของไทยในระหว่างปี (พ.ศ. 2546- พ.ศ. 2548) ของกรมส่งเสริมการส่งออก แสดงให้เห็นว่าตลาดส่งออกสินค้าตกแต่งบ้านที่สำคัญที่สุดของไทยคือ สหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าตกแต่งบ้านทั้งหมดของไทย

โดยตลาดส่งออกสำคัญที่รองลงมาคือญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ สเปน ออสเตรเลีย เนเธอร์แลนด์ อิตาลี และแคนาดา ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าสิบประเทศดังกล่าวข้างต้น จัดเป็นตลาดส่งออกสินค้าตกแต่งบ้านที่สำคัญของไทย โดยมีสัดส่วนในด้าน การส่งออก สูงถึงร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าตกแต่งบ้านทั้งหมดของไทย (ตารางที่ 1.1)

เมื่อกล่าวถึงกระบวนการผลิต ในแต่ละขั้นตอน การผลิตจะต้องมีเกณฑ์ การชี้วัดที่ชัดเจนว่า ชีงงานที่ออกมาจากขั้นตอนหนึ่งๆ จะต้องได้คุณภาพตามที่กำหนดจึงจะสามารถนำชีงงาน ส่งต่อไปยังกระบวนการผลิตขั้นตอนต่อไปได้

ดังนั้นการที่จะสามารถส่งชีงงาน จากกระบวนการหนึ่ง ไปสู่อีกกระบวนการหนึ่งจะต้องมี การควบคุมคุณภาพในทุกด้าน โดยทำให้อัตราการผลิต ซึ่งอัตราที่กล่าวมานั้น ยังมีค่าต่ำเท่าไรก็ยอม ทำให้เกิดการลดต้นทุนในการผลิต ได้มากเท่านั้น

นอกจากการลดต้นทุนการผลิตแล้ว โรงงานจะประสบความสำเร็จจำเป็นจะต้องอาศัยการ ใช้เทคนิค วิธีการ และเครื่องมือต่างๆ และเทคนิคหนึ่งที่เป็นที่นิยมใช้กันคือ การเพิ่มผลผลิต ควบคู่ กับการลดต้นทุนการผลิต

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งที่จะทำการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้น ในระหว่าง กระบวนการผลิต และนำข้อมูลที่ได้ไปแก้ไขปัญหาดการสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ สีนค้ำตคแต่งบ้านแห่งหนึ่ง ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อวิเคราะห์และสำรวจสภาพปัจจุบันของต้นทุนการผลิตของสินค้ำกรอบรูปที่ผลิตผ่าน แผนกสองแผนกคือ แผนกเคลือบสีด้วยเครื่องออโตเมตริก และแผนกเคลือบสีด้วยช่างฝีมือ เพื่อเปรียบเทียบถึงประสิทธิภาพของแผนกทั้งสอง โดยทำการศึกษาในกระบวนการผลิตของสินค้ำ ตคแต่งบ้านแห่งหนึ่ง ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดของผลิตภัณฑ์และเป็นไปตามมาตรฐานสากล

## 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษา

- 1) เพื่อจะได้ทราบถึงข้อบกพร่องของกระบวนการผลิตของสินค้ำตคแต่งบ้าน โดยการ วิเคราะห์หาจุดอ่อน อันก่อให้เกิดการขาดประสิทธิภาพในการผลิต
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้การดำเนิน ธุรกิจสินค้ำตคแต่งบ้านบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

#### 1.4 แผนการดำเนินการ ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากการผลิตผลิตภัณฑ์กรอบรูปเพียงผลิตภัณฑ์เดียว โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการขายและการผลิตตลอดปี 2550 จากธุรกิจสินค้า ตกแต่งบ้านแห่งหนึ่งในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคือ บริษัท วาสนาคอลเล็กชั่น จำกัด เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนกระบวนการผลิตสินค้ากรอบรูปของแผนกเคลือบสีด้วยเครื่องออโตเมตริก และแผนกเคลือบสีด้วยช่างฝีมือ
- 2) ทำการวิเคราะห์โครงสร้างของต้นทุนและกระบวนการผลิต โดยทำการเปรียบเทียบต้นทุนที่เกิดขึ้นของแผนกเคลือบสีด้วยเครื่องออโตเมตริก และแผนกเคลือบสีด้วยช่างฝีมือ
- 3) ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม Data Envelopment Analysis (DEA) เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับรายรับ (Revenue) ต้นทุนที่ใช้ในการผลิต (Cost) ที่แบ่งเป็น วัสดุดิบทางตรง (Direct Material) และวัสดุดิบทางอ้อม (Indirect Material) รวมถึงต้นทุนค่าโสหุ้ยต่างๆ (Over head cost)
- 4) ทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพโดยใช้ Data Envelopment Analysis (DEA) เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการผลิตของแผนกเคลือบสีด้วยเครื่องออโตเมตริก และแผนกเคลือบสีด้วยช่างฝีมือ
- 5) ทำการประเมินผลที่ได้รับและสรุปผลการวิจัย