บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาถึงภาพรวม และเงื่อนไขต่างๆของกลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม PREMIUM GROUP และ STANDARD GROUP พบว่าทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ขนาดกิจการ สัดส่วนการส่งออกต่อผลผลิต (EXPORT/OUTPUT) ชนิดสินค้าที่ผลิต คุณภาพสินค้า รูปแบบ เทคนิคการผลิต รวมถึงช่องทางและวิธีการจำหน่ายที่แตกต่างกัน ทำให้ภาพรวมของทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะโครงสร้างตลาดที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก เป็นผลให้โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมตลาดของผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มจัดอยู่ในประเภทของตลาดที่ต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปได้จากการศึกษาในบทที่ 4 ดังนี้ คือ

กลุ่มผู้ผลิต PREMIUM GROUP สามารถจัดอยู่ในโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ทั้งนี้ หากพิจารณาจากเงื่อนไขในการแบ่งประเภทตลาดจะพบว่า จำนวนผู้ผลิตในกลุ่มนี้มีค่อนข้างมาก ผลิตสินค้าที่แตกต่างกันและสามารถทดแทนกันได้ เนื่องจากเป็นสินค้าคุณภาพเดียวกัน โดยความแตกต่างเกิดขึ้นจาก รูปแบบ ลวดลาย และรสนิยมของผู้บริโภคที่พึงพอใจต่อสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายไม่เหมือนกัน ซึ่งความแตกต่างในด้านรูปแบบ และลวดลายนี้ เกิดขึ้นจากการคิดค้นของผู้ผลิตแต่ละรายเอง หรืออาจมีการเลียนแบบและนำมาปรับปรุงให้เกิดรูปแบบใหม่เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน (PRODUCT DIFFERENTIATION) ในสายตาผู้ซื้อ ประกอบกับสินค้าที่ทำการผลิตเป็นสินค้าคุณภาพสูง ราคาแพง ผู้บริโภคจึงค่อนข้างพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้าและมักอาศัยความเชื่อถือในฝีมือของผู้ผลิตเดิมที่เคยติดต่อซื้อขายกันอยู่เสมอมาเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าด้วย ผู้ผลิตแต่ละรายจึงมักมีสัดส่วนการครอบครองตลาดของตนเองที่แน่นอน และมีฐานลูกค้าที่มั่นคงจากการติดต่อสัมพันธ์กันมานาน นับเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าในสายตาผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบ ลวดลายของสินค้าที่ผู้ผลิตจะใช้เป็นเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของสินค้าที่ทำการผลิต การผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายจึงไม่ขึ้นต่อกันเนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายจะมุ่งผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคของตนให้มากที่สุด นอกจากนี้ จากการที่ขนาดกิจการของผู้ผลิตกลุ่มนี้เป็นกิจการขนาดใหญ่ใช้เครื่องมือและเครื่องจักรในการผลิตค่อนข้างมาก การผลิตเป็น

ลักษณะของ MASS PRODUCTION และเน้นจำหน่ายตลาดต่างประเทศเป็นหลักทำให้สัดส่วนการส่งออกต่อผลผลิตที่ผลิตได้อยู่ในสัดส่วนสูง ทั้งนี้ เนื่องจากปริมาณความต้องการสินค้าระดับนี้จากต่างประเทศในปัจจุบันมีจำนวนมาก และมักสั่งสินค้าแต่ละครั้งในปริมาณมาก สินค้าที่สั่งจะเน้นความถูกต้อง สวยงาม รวมทั้งคุณภาพสินค้าที่ดีตรงตามที่ต้องการ การผลิตจึงใช้ปริมาณเงินลงทุนสูงทั้งในด้าน เครื่องจักร แรงงาน รวมถึงวัตถุดิบ ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน เนื่องจากต้นทุนของคู่แข่งรายใหม่มักจะสูงกว่าผู้ผลิตเดิม ประกอบกับความชำนาญและความพร้อมของคู่แข่งรายใหม่ อีกทั้งความเชื่อถือในฝีมือจากผู้บริโภคก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้การเข้ามาแข่งขันของคู่แข่งรายใหม่ทำได้ยากขึ้น

นอกจากนี้ ความแตกต่างกันของสินค้าก็เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตเดิมยากมากขึ้น และด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตแต่ละรายจึงมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าเองได้ โดยใช้วิธีการกำหนดราคาด้วยการเอาต้นทุนบวกผลกำไรที่ต้องการซึ่งขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการผลิตสินค้า อีกทั้ง ผู้ผลิตยังใช้การปรับปรุงรูปแบบสินค้า การบริการที่ดี การพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆ เป็นปัจจัยช่วยเสริมอำนาจในการแข่งขันของผู้ผลิตแต่ละรายมากขึ้น โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมตลาดของผู้ผลิตกลุ่มนี้จึงใกล้เคียงกับโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (MONOPOLISTIC COMPETITION)

กลุ่มผู้ผลิต STANDARD GROUP มีลักษณะโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (PERFECT COMPETITION)พิจารณาได้จากเงื่อนไขการแบ่งประเภทตลาดจะพบว่า จำนวนผู้ผลิตในกลุ่มนี้มีจำนวนมากโดยประกอบกิจการในลักษณะกิจการขนาดเล็กกระจายอยู่ทั่วไปในทุกพื้นที่ สินค้าที่ทำการผลิตเป็นสินค้าเหมือนกันทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากขบวนการผลิตไม่สลับซับซ้อนเป็นการผลิตงานไม้ทั่วไปไม่เน้นรูปแบบ ลวดลาย เน้นเพียงประโยชน์ในด้านการใช้สอยเท่านั้น ทำให้สินค้าที่ผลิตเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตทุกรายสามารถผลิตได้เหมือนกัน ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากผู้ผลิตทุกราย ในขณะที่ผู้ผลิตเองก็สามารถผลิตสินค้าออกมาได้ตลอดเนื่องจากเป็นสินค้าคุณภาพปานกลางเน้นกลุ่มลูกค้าฐานะปานกลาง ซึ่งมีสัดส่วนของกลุ่มลูกค้านี้อยู่ค่อนข้างมากในปัจจุบันการผลิตจึงเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเกือบทั้งหมด ทำให้สัดส่วนการส่งออกต่อผลผลิต (EXPORT/OUTPUT) อยู่ในสัดส่วนต่ำ การเข้ามาแข่งขันของคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ง่าย เนื่องจากกิจการเป็นกิจการขนาดเล็กใช้เงินลงทุนในการประกอบกิจการไม่มาก กลุ่มผู้บริโภคหาได้ทั่วไปในทุกพื้นที่ ขบวนการผลิตไม่สลับซับซ้อนอาศัยเครื่องมืองานไม้เพียงไม่กี่ชนิดซึ่งสามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ ราคาเครื่องมือไม่แพงและแรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแรงงานกึ่งมีฝีมือและไม่มีฝีมือ ซึ่งมีอยู่จำนวนมากหาได้ทั่วไปทำให้การเข้า-ออกจากตลาดเป็นไปอย่างเสรี และจากการที่สินค้าเป็นสินค้าเหมือนกันทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ การกำหนดราคา

สินค้าของผู้ผลิตจะกำหนดโดยอาศัยราคาตลาดหรือราคาที่สอดคล้องกับราคาของคู่แข่ง ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าของตนได้ตลอด การแข่งขันในด้านราคาจึงมีไม่มาก และหันมาเน้นการพัฒนาในด้านอื่นๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือการตกแต่งสถานที่จุดขายเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เกิดความสนใจมากขึ้น เป็นผลให้โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมตลาดของผู้ผลิตกลุ่มนี้มีความใกล้เคียงกับโครงสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (PERFECT COMPETITION)

ดังนั้น โดยสรุปจากการศึกษา พบว่าโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในด้านผู้ผลิตโดยภาพรวมเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันอยู่ แต่ขนาดของการแข่งขันจะแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ คุณภาพสินค้าที่ทำการผลิตและลักษณะการผลิตของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม ซึ่งจากการศึกษาโครงสร้างตลาดของผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ากลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตสินค้าประเภทเพิ่มมูลค่า (PREMIUM GROUP) จะมีขนาดการแข่งขันน้อยกว่ากลุ่มผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตสินค้าประเภททั่วไป (STANDARD GROUP) ทั้งนี้เนื่องจากเงื่อนไขทางด้านลักษณะสินค้าที่ทำการผลิต อุปสรรคในการกีดกันการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่งรายใหม่ รวมทั้งอำนาจทางการตลาด (MARKET POWER) ของผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ทำให้โครงสร้างตลาดของกลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่มจัดอยู่ในประเภทโครงสร้างตลาดที่ต่างกัน โดยกลุ่มผู้ผลิต PREMIUM GROUP มีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (MONOPOLISTIC COMPETITION) ส่วนกลุ่มผู้ผลิต STANDARD GROUP มีโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (PERFECT COMPETITION)

ตารางสรุปเงื่อนไขโครงสร้างตลาดของแต่ละกลุ่มผู้ผลิต

กลุ่มผู้ผลิต	จำนวนผู้ผลิต	ลักษณะสินค้า	ความขึ้นต่อกัน	อุปสรรคในการมาแข่งขัน
PREMIUM GROUP	มาก	ต่างกันทดแทนกันได้	ไม่มี	มีเล็กน้อย
STANDARD GROUP	มาก	เหมือนกันทดแทนได้สมบูรณ์	ไม่มี	ไม่มี

ตารางสรุปพฤติกรรมตลาดของแต่ละกลุ่มผู้ผลิต

กลุ่มผู้ผลิต	PRICE POLICY	NON-PRICE POLICY
PREMIUM GROUP	กำไรสูงสุด	มี
STANDARD GROUP	ราคาตลาด	มีเล็กน้อย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงอุตสาหกรรม

แนวโน้มโดยรวมของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย ยังสามารถขยายตัวต่อไปได้อีกในระยะยาว เนื่องจากสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่น และคุณลักษณะเฉพาะตัวของสินค้าโดยเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติซึ่งมีคุณค่าความสวยงาม กลมกลืนกับสิ่งรอบข้างได้ดีกว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากวัสดุอื่นๆ อีกทั้ง สินค้าเฟอร์นิเจอร์ยังเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในด้านประโยชน์ใช้สอย และสามารถเป็นสื่อกลางในการสะท้อนถึงรสนิยมของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยสามารถเติบโตได้ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะตลาดภายนอกประเทศที่มีความนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยมาก เนื่องจาก คุณภาพ รูปแบบ และมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเป็นที่ยอมรับทั่วโลก อีกทั้ง ผู้ผลิตไทยยังมีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่โดยเฉพาะไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้เศรษฐกิจที่ปัจจุบันสามารถทดแทนไม้เนื้อแข็งได้ดี มีสีสรรสวยงามไม่แพ้เฟอร์นิเจอร์จากไม้เนื้อแข็ง ประกอบกับราคาเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพาราถูกกว่าไม้เนื้อแข็ง ทำให้ปัจจุบันความนิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีเพิ่มมากขึ้น นอกเหนือไปจากความได้เปรียบด้านวัตถุดิบไม้แล้ว ผู้ผลิตไทยยังมีความได้เปรียบในด้านแรงงานที่มีฝีมือ และค่าจ้างแรงงานถูก ทำให้ผู้ผลิตไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนอยู่ด้วยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้คุณภาพระดับเดียวกัน ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยยังสามารถเติบโตไปได้ในอนาคต หากแต่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อรองรับกับภาวะการแข่งขันที่มีมากขึ้นในระยะยาว ซึ่งขึ้นอยู่กับการปรับปรุงของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มที่มีแนวนโยบายในการปรับตัวที่แตกต่างกัน

แนวโน้มการขยายตัวของผู้ผลิตกลุ่ม PREMIUM GROUP สามารถเติบโตต่อไปได้ ทั้งนี้ เนื่องจากสินค้าที่ทำการผลิตเป็นสินค้าคุณภาพดี-ดีมาก เน้นกลุ่มลูกค้าฐานะดี-ดีมาก เป็นหลัก ซึ่งกลุ่มลูกค้ามีอำนาจในการซื้อสูง ประกอบกับตลาดจำหน่ายเป็นตลาดภายนอกประเทศในสัดส่วนสูงเมื่อเทียบกับตลาดภายในประเทศ ปริมาณความต้องการจึงมีอยู่สม่ำเสมอ การขยายฐานลูกค้ามีความเป็นไปได้มาก กิจการของผู้ผลิตกลุ่มนี้เป็นกิจการที่มีการก่อตั้งมานานกว่า 20 ปีทำให้ผู้ผลิตมีความชำนาญและความพร้อมในด้านการแข่งขันอยู่เสมอ อีกทั้งมีฐานลูกค้ามั่นคงจากการติดต่อสัมพันธ์กันมานาน และความเชื่อถือในฝีมือที่ลูกค้ามีต่อผู้ผลิตเดิมที่ติดต่ออยู่ ทำให้การเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่เป็นไปได้ยาก เนื่องจากอุปสรรคจากความพร้อมของผู้ผลิตรายใหม่ การประหยัดจากขนาดที่ผู้ผลิตเดิมได้เปรียบคู่แข่งรายใหม่ และที่สำคัญคือการยอมรับตัวสินค้าของผู้บริโภคหรือตลาดสินค้า ซึ่งผู้ผลิตเดิมมักสามารถครอบครองส่วนแบ่งของตนไว้ได้อย่างแน่นอน การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จึงเป็นไปได้ยาก ทำให้ภาวะการเพิ่มขึ้นของผู้ผลิตรายใหม่มีน้อยมากจากอุปสรรคของการกีดกันการเข้ามาแข่งขันดังกล่าว ในขณะที่ผู้ผลิตเดิมซึ่งมีความพร้อม ความชำนาญ ประสบการณ์ รวมกับความคุ้นเคยกับธุรกิจของตน ประกอบกับปริมาณความต้องการสินค้าโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ผลิตเดิมมักไม่ออกจากการผลิตไป เนื่องจากสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นสินค้าที่สามารถทำรายได้ค่อนข้างมากจะสังเกตได้จากปริมาณการขายสินค้าของผู้ผลิตกลุ่มนี้เฉลี่ยปีละ 133 ล้านบาท และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี จำนวนผู้ผลิตในกลุ่มนี้จึงไม่ค่อยลดลงแต่ก็ไม่เพิ่มขึ้นมากนัก เพราะการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตใหม่จะต้องมีความพร้อมและตลาดรองรับแน่นอน และมีเงินลงทุนจำนวนมากจึงจะสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้

นอกจากนี้ ผู้ผลิตเดิมยังมีการปรับตัวและพัฒนากิจการของตนเองอยู่ตลอดเวลาซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาในด้านการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำ ซึ่งจะช่วยให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ และจากการผลิตที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่มีขบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องซึ่งควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ การพัฒนาที่สำคัญจึงอยู่ที่ต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉพาะวัตถุดิบไม้ เนื่องจากเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สุดผู้ผลิตจึงพยายามลดต้นทุนในส่วนนี้ โดยผู้ผลิตที่มีเงินทุนมากมักจะลงทุนปลูกป่าไม้เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบป้อนโรงงานของตน ซึ่งจะทำให้ลดต้นทุนค่าวัตถุดิบไม้ที่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางไปได้มาก และเป็นการประกันถึงความสม่ำเสมอของวัตถุดิบไม้ที่สามารถป้อนเข้าสู่โรงงานได้ทันที ทำให้ผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนสูงมักจะตั้งโรงงานไว้ใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งและสามารถดำเนินการผลิตตั้งแต่การตัดไม้จากป่าจนถึงขบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สำเร็จรูป ซึ่งสามารถดำเนินการผลิตในแต่ละขั้นตอนในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกัน เป็นการประหยัดต้นทุนและเวลาในการผลิตได้อย่างหนึ่ง และเป็นการพัฒนาระดับการผลิตของผู้ผลิตให้สูงขึ้น โดยเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้แบบครบวงจรตั้งแต่ขบวนการผลิตแรกจนถึง

ขบวนการผลิตขั้นสุดท้าย โดยการพัฒนาในระดับนี้ผู้ผลิตที่มีเงินทุนมากจะมีความได้เปรียบกว่าผู้ผลิตที่มีเงินทุนน้อยกว่า ทำให้ผู้ผลิตบางรายต้องมีการร่วมทุนกับต่างประเทศเพื่อยกระดับกิจการของตนให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่อื่นๆได้ นอกจากนี้การพัฒนาเพื่อยกระดับกิจการของผู้ผลิตแต่ละรายอาจทำได้โดยการขยายตลาดไปสู่ประเทศอื่นๆมากขึ้น การพัฒนาในด้านรูปแบบ เทคนิคการผลิต เครื่องจักร รวมถึงการขยายสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ในวงกว้างขึ้น ซึ่งการพัฒนาส่วนใหญ่จะเน้นการพัฒนากิจการไปสู่ระดับมาตรฐานสากลมากขึ้นเพื่อเป็นการยกระดับกิจการ สร้างภาพพจน์ การปรับตัวไปสู่การเป็นผู้ผลิตในตลาดโลกและเป็นการเสริมอำนาจการตลาด (MARKET POWER) ของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับต่อการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกในอนาคต โดยข้อเสนอแนะที่สำคัญในการพัฒนาของผู้ผลิตในกลุ่มนี้ คือ

1. การเพิ่มระดับคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้น เพื่อใช้เป็นจุดเด่นของผู้ผลิต
2. พยายามลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลก
3. การพัฒนาฝีมือของแรงงานให้มีระดับมาตรฐานสากล
4. หาแหล่งวัตถุดิบเพื่อป้อนการผลิตให้เพียงพอ
5. การคิดค้นพัฒนารูปแบบ (DESIGN) ของตนเองเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้ผลิต
6. การขยายฐานลูกค้า และตลาดให้กว้างขึ้นเพื่อไม่ให้ต้องพึ่งพิงกับประเทศคู่ค้าเพียงไม่กี่ราย
7. ขยายสายผลิตภัณฑ์ (LINE PRODUCT) ให้ครอบคลุมกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
8. พัฒนาตนเองให้สามารถแข่งขันในระบบสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวโน้มการขยายตัวของผู้ผลิตกลุ่ม STANDARD GROUP สามารถขยายตัวได้ เนื่องจากตลาดจำหน่ายเป็นตลาดภายในประเทศที่มีผู้บริโภคอยู่เป็นจำนวนมาก ความต้องการสินค้าจึงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่จากการที่สินค้าที่ทำการผลิตเป็นสินค้าพื้นๆทั่วไปผู้ผลิตทุกรายสามารถผลิตได้เหมือนกัน การผลิตไม่สลับซับซ้อน ปริมาณเงินลงทุนไม่มากนัก ตลาดจำหน่ายมีอยู่ทุกพื้นที่ ทำให้การเข้า-ออกจากตลาดค่อนข้างง่าย ดังนั้น ปริมาณการเพิ่มขึ้นและลดลงของผู้ผลิตจึงมีอยู่ตลอดเวลา และตลาดแข่งขันใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ทำให้หากผู้ผลิตรายใดไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ก็สามารถออกจากตลาดได้และจากการที่สินค้าเป็นสินค้าที่จำเป็นในการใช้สอย สามารถจำหน่ายได้ตลอดเวลาทุกที่ เป็นสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตอย่างสม่ำเสมอทำให้มีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาแข่งขันเพิ่มขึ้นตลอดเวลา อย่างไรก็ตามหากมองแนวโน้มระยะ

ยาวของอุตสาหกรรม แม้ว่าจะสามารถขยายตัวไปต่อได้แต่ผู้ผลิตจะต้องมีการปรับปรุงตนเองค่อนข้างมากเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการในตลาดต่อไปได้ ผู้ผลิตในกลุ่มนี้จึงเริ่มมีการพัฒนาตนเองมากขึ้น และแม้ว่าการแข่งขันในตลาดนี้จะมีการแข่งขันในด้านราคาไม่ได้มากนัก เนื่องจากราคาส่วนใหญ่เป็นราคาที่กำหนดโดยราคาตลาดหรือราคาที่ใกล้เคียงกับราคาของคู่แข่ง การใช้กลยุทธ์ในการตัดราคาทำได้ไม่มากนัก และยังไม่มีความจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ดังกล่าวเพราะการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับราคาของคู่แข่ง ผู้ผลิตก็สามารถจำหน่ายสินค้าของตนได้อยู่แล้ว การพัฒนาเพื่อยกระดับกิจการของกลุ่มผู้ผลิตนี้จึงหันไปเน้นในด้านอื่นแทน เช่น การพยายามหาตลาดสินค้า (MARKET CHANEL) เพิ่มมากขึ้น โดยอาจใช้จุดเด่นในด้านการบริการขนส่ง การบริการติดตั้ง หรือบริการหลังการขาย ฯลฯ เพื่อเสริมยอดขายของตน การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การให้ส่วนลดกรณีมีการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ฯลฯ รวมทั้ง การปรับเปลี่ยนรูปแบบหน้าร้านหรือจุดจำหน่ายให้เด่นกว่าผู้ผลิตรายอื่น เพื่อสร้างภาพพจน์และดึงดูดลูกค้าให้แวะเวียนเข้ามาชมสินค้ามากขึ้น การตกแต่งหน้าร้าน (OUTLET) ให้ดูทันสมัยมีสินค้าหลายชนิดเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ครบทุกอย่างภายในร้านเดียว ผู้ผลิตบางรายอาจมีการปรับปรุงลักษณะการดำเนินงานให้เป็นระบบสากลมากขึ้นแทนการบริหารแบบครอบครัวที่เป็นมาในอดีต และสิ่งสำคัญคือ การพยายามพัฒนาในด้านการผลิต คุณภาพสินค้า และการลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง การพัฒนาด้านการผลิตจะใช้ในด้านของการเน้นรูปแบบ ลวดลายมากขึ้นเพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าแทนสินค้าเดิมที่ผลิตเป็นแบบเรียบๆ เน้นประโยชน์ในการใช้งานเท่านั้น การพัฒนาคุณภาพสินค้ามีการปรับระดับคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้นด้วยการใช้วัตถุดิบไม้คุณภาพดีขึ้น ขบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถันมากขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าของผู้ผลิต นอกจากนี้ การปรับปรุงแบบแผนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง โดยอาจพัฒนาเข้าไปในส่วนของการมีแหล่งวัตถุดิบของตนเองซึ่งอาจเป็นการเข้าไปถือหุ้นหรือลงทุนร่วมกับผู้อื่นเพื่อผลิตวัตถุดิบไม้ ทั้งนี้การพัฒนาในลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณเงินทุนของผู้ผลิตแต่ละราย การพัฒนาตนเองของผู้ผลิตอาจมุ่งเข้าไปในด้านการเพิ่มชนิดของสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกับลักษณะความต้องการสินค้าของผู้บริโภคที่สามารถหาซื้อสินค้าได้ครบถ้วนในร้านของผู้ผลิตเพียงรายเดียว ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวในระยะยาวแล้ว อาจมีผลทำให้ผู้ผลิตขนาดเล็กหรือรายย่อยไม่สามารถแข่งขันในตลาดและออกจากตลาดไป เนื่องจากปริมาณเงินลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น การพัฒนาสินค้าในด้านต่างๆซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ผลิตขนาดรายใหญ่เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายย่อย ต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตรายใหญ่จะต่ำกว่าต้นทุนของผู้ผลิตรายย่อย ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยต้องเสียลูกค้าส่วนหนึ่งไป การลงทุนด้านเครื่องมือเครื่องจักรมากขึ้นเพื่อนำมาประกอบในการผลิตโดยจะใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ มีราคาแพง เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ครั้งละจำนวนมากและเป็นการประหยัดต้นทุนค่าแรงงานส่วนหนึ่ง ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อาจทำให้แนวโน้มของผู้ผลิตในกลุ่มนี้มีจำนวนลดลงในระยะยาว โดยผู้ผลิตรายย่อยที่มีเงิน

ทุนน้อย มีความพร้อมและความชำนาญในการผลิตน้อยกว่าผู้ผลิตรายใหญ่ต้องออกจากการแข่งขันไป คงเหลือไว้แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ที่อยู่ในตลาดต่อไปได้ และภาวะการแข่งขันจะมีเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องลักษณะของสินค้าเป็นสินค้าพื้นฐาน ราคาถูก เน้นผู้บริโภคฐานะปานกลาง การเข้า-ออกจากตลาดเป็นไปอย่างเสรี คู่แข่งรายใหม่จึงสามารถเข้ามาได้หากมีฐานลูกค้ารองรับที่เพียงพอ และมีเงินลงทุนมากพอสมควร ดังนั้น แนวโน้มระยะยาวของผู้ผลิตกลุ่มนี้จะคงเหลือแต่เพียงผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น ที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่รายอื่นในกลุ่มคุณภาพสินค้าระดับเดียวกันได้ อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะที่สำคัญของผู้ผลิตในกลุ่มนี้เพื่อรองรับการแข่งขันในระยะยาว ได้แก่

1. การหาตลาดลูกค้าให้ครอบคลุม และกว้างขวางแทนการจำหน่ายเพียงบริเวณระแวกใกล้เคียงกับผู้ผลิตเท่านั้นเพื่อหาตลาดรองรับสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น และการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย (MARKET CHANEL) ให้ขยายมากขึ้น
2. พัฒนาจุดขายของตนให้โดดเด่นเพื่อสร้างภาพพจน์ในสายตาผู้บริโภค
3. การยกระดับคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้น แทนการผลิตสินค้าแบบทั่วไปแต่เพียงอย่างเดียว
4. หาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกเพื่อลดต้นทุนการผลิต
5. พัฒนารูปแบบสินค้า และฝีมือในการผลิต
6. เพิ่มจำนวนชนิดของสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการที่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ไทยยังมีความได้เปรียบผู้ผลิตอื่นอยู่ค่อนข้างมากทั้งในด้านวัตถุดิบ แรงงาน ความชำนาญของผู้ประกอบการ รวมทั้ง ปริมาณความต้องการทั้งในและนอกประเทศมีเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ทำให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศปีละจำนวนมาก ทั้งยังมีความสำคัญต่อความเจริญทางเศรษฐกิจในด้านการไหลเข้าของปริมาณเงินลงทุนจากต่างประเทศ การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้ผลิตสามารถก้าวเข้าสู่การแข่งขันในระดับสากลมากขึ้น และเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญแหล่งหนึ่งซึ่งคาดว่าปริมาณการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้มีกว่า 400,000 คน อีกทั้ง ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 24 สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้ปีละจำนวนหลายพันล้านบาทและมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้อีกในอนาคต จึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่รัฐควร

ให้การสนับสนุนและให้การส่งเสริมแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรม เพื่อช่วยให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสมบูรณ์แบบ โดยปัจจุบันรัฐได้ตั้งเป้าการผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยด้วยการพยายามให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในภูมิภาคนี้ ทั้งนี้ อาศัยความได้เปรียบและความพร้อมในด้านต่างๆที่มีอยู่ ประกอบกับแนวโน้มความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ในด้านการตลาดไม่มีปัญหา โดยปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสนใจในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น โดยได้มีนโยบายและมาตรการของรัฐในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

1. การให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาด โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในตลาดหลักที่มีลู่ทางการส่งออกสูง

2. การช่วยเหลือแนะนำในด้านเทคนิคใหม่ๆ โดยเฉพาะการออกแบบให้แก่ผู้ผลิต

3. ยกเว้นอากรขาออกสำหรับผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

4. ให้การส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้และไม้ยางพารา ซึ่งจะได้รับประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน

5. สนับสนุนการปลูกไม้ยางพาราเพิ่มขึ้น ด้วยการให้เงินช่วยเหลือแก่เกษตรกรที่ปลูกยางพาราพันธุ์ใหม่ทดแทนพันธุ์เก่า เพื่อเพิ่มปริมาณวัตถุดิบไม้ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ผลิตโดยตั้งเป็นกองทุนสงเคราะห์สวนยาง ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณไม้ยางพาราได้ปีละ 312,500 ไร่

6. ให้เงินกู้ยืมแก่ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

7. ฝึกอบรมบุคลากรที่มีฝีมือประเภทช่างไม้เครื่องเรือนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ภาวะการผลิตในปัจจุบันของผู้ผลิตโดยรวมยังคงมีปัญหาในด้านต่างๆอยู่ค่อนข้างมาก เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบไม้ การพัฒนารูปแบบยังไม่ดีพอ ทัศนคติของผู้บริโภคต่างประเทศที่เห็นว่าการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นการทำลายภาวะแวดล้อม ปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบของภาครัฐ และที่สำคัญคือ ปัญหาทางด้านแรงงานที่มีฝีมืออยู่ในภาวะขาดแคลน โดยจะเห็นได้จากตารางที่ 5.1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัญหาในด้านแรงงานที่สำคัญคือ แรงงานที่มีฝีมือหายาก แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มีความชำนาญไม่เพียงพอ ทำให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยชะลอตัวและไม่สามารถเติบโตได้อย่างเต็มที่ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องให้ความช่วยเหลือสนับสนุนแก่ผู้ผลิตในด้านต่างๆเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับอุตสาหกรรมนี้สามารถก้าวเข้าสู่การเป็นอุตสาหกรรมชั้นนำของไทย ที่มีความพร้อมและมีประ

สิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างอำนาจในการต่อรองของผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ปัจจัยต่างๆที่รัฐควรให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยคือ

1. เร่งปรับปรุงเส้นทางคมนาคมขนส่งในแหล่งปลูกไม้ยางพารา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจและเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต เพื่อให้สามารถนำไม้ยางพารามาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

2. พิจารณาแก้ไขกฎระเบียบของทางราชการ ให้เอื้ออำนวยต่อการนำเข้าวัตถุดิบไม้ และอื่นๆมากขึ้น

3. ร่วมมือกับภาคเอกชนในการเร่งปลูกไม้โตเร็ว เพื่อทดแทนไม้ที่ลดลงอย่างจริงจังเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์

4. พิจารณาปรับโครงสร้างพิกัดอัตราอากรขาเข้าวัตถุดิบ ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ รวมทั้งเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูง

5. การส่งเสริมการปรับปรุงรูปแบบ คุณภาพสินค้าของผู้ผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา พร้อมทั้งเน้นในด้านประสิทธิภาพการผลิตของผู้ผลิตเพื่อลดต้นทุนสินค้าและเพื่อให้สินค้าของผู้ผลิตไทยสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งต่างๆได้มากขึ้น

6. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตขนาดใหญ่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง เพื่อให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

7. การประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคชาวต่างประเทศเข้าใจว่าไม้ยางพาราที่นำมาใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ได้มาจากการปลูกทดแทนและไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

8. ลดขั้นตอนการส่งออกสินค้า เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและช่วยเหลือผู้ส่งออกให้ได้รับความสะดวกในด้านการส่งออกสินค้า รวมทั้ง สามารถช่วยให้สินค้าสามารถส่งมอบได้ทันเวลา

9. การคิดค้นพัฒนาวัตถุดิบอื่นๆที่น่าสนใจ และอาจนำมาผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้สำเร็จรูปได้อีกชนิดหนึ่ง เช่น ไม้ปาล์ม ซึ่งมีมากในภาคใต้

10. ฝึกอบรมแรงงานที่มีฝีมือในงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ เพื่อสนองตอบต่อภาวะการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือในปัจจุบัน

ตารางที่ 5.1 แสดงปัญหาทางด้านแรงงานของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม

หน่วย : ราย

ปัญหาด้านแรงงาน	PREMIUM GROUP	STANDARD GROUP
คนงานมีฝีมือหายาก	15	1
คนงานเรียกร้องค่าแรงสูงเกิน	2	-
คนงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	14	1
คนงานมีความชำนาญไม่เพียงพอ	14	3

ที่มา : จากการสำรวจ (ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ)

จะเห็นได้ว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยยังคงต้องอาศัยการช่วยเหลือจากภาครัฐค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรที่อยู่ในช่วงของการขยายตัวทำให้บทบาทของภาครัฐต่ออุตสาหกรรมมีมากขึ้นในทุกด้าน ซึ่งการช่วยเหลือจากภาครัฐจะเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาตนเองให้ก้าวเข้าสู่ความมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยลักษณะของการช่วยเหลือของรัฐต่อกลุ่มผู้ผลิตแต่ละกลุ่มที่ทำการผลิตสินค้าคุณภาพต่างกันย่อมแตกต่างกันดังนี้คือ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ ต่อกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทเพิ่มมูลค่า (PREMIUM GROUP) (ตารางที่ 5.2)

1. สนับสนุนการนำเข้าวัตถุดิบให้เสรีมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มปริมาณวัตถุดิบในประเทศให้เพียงพอกับความต้องการ
2. ให้การส่งเสริมสนับด้านการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้ามากขึ้น
3. ลดภาษีการนำเข้าเครื่องจักรเพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต
4. ลดขั้นตอนการส่งออกสินค้า เพื่อให้สามารถส่งออกสินค้าได้อย่างสะดวกและทันกำหนดส่งมอบ
5. ฝึกอบรมบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อทดแทนภาวะการขาดแคลน
6. สนับสนุนด้านการออกแบบสินค้า เทคนิคการผลิตเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ ต่อกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภททั่วไป (STANDARD GROUP) (ตารางที่ 5.2)

1. สนับสนุนการนำเข้าวัตถุดิบให้เป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น และเพิ่มปริมาณวัตถุดิบที่จำเป็นภายในประเทศอย่างเพียงพอ

2. ฝึกอบรมบุคลากรที่มีความสามารถ เพื่อทดแทนภาวะแรงงานที่มีฝีมือขาดแคลนในปัจจุบัน

3. สนับสนุนด้านการตลาดสินค้า เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

4. สนับสนุนทางด้านการให้แหล่งเงินกู้และเงินลงทุน เพื่อใช้ในการพัฒนากิจการ

ตารางที่ 5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ

หน่วย : ราย

ข้อเสนอแนะ	PREMIUM GROUP	STANDARD GROUP
นำเข้าวัตถุดิบเสรีมากขึ้น	15	3
ฝึกอบรมบุคลากร	8	1
สนับสนุนด้านการตลาด	11	1
ลดขั้นตอนการส่งออกสินค้า	10	-
แก้ไขทัศนคติด้านสินค้า	6	-
ลดภาษีนำเข้าเครื่องจักร	10	-
เพิ่มวัตถุดิบไม้มากขึ้น	8	3
แก้ไขกฎระเบียบภาครัฐ	8	-
การช่วยด้านการผลิต	6	-

ที่มา : จากการสำรวจ (ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ)