

D

Developing Rubberwood Furniture Business through Business Networking

Panarach Preedakorn^{1,*} Supavadee Laudhittirut²

Abstract

This study's objective is to discover the ways to establish rubberwood furniture business networks and strategic plan. Open-ended, semi-structural guidelines includes in-depth interviews with four key informants from several furniture association, and focus group interview with 15 participants involved with furniture business are used as data collection methods. The results reveal the structure of rubberwood furniture association networks, the waysto develop networks in rubberwood furniture business, the impact of ASEAN Economic Community on business, as well as the potentials of business networks. Recommendations on strategic plans are given as guidelines for developing rubberwood furniture business networks successfully. These strategic plans consist of three main areas: (1) empowering business networks strength within the supply chain (2) promoting and emphasizing knowledge to the members of business associations, and (3) strengthening collaboration among government sector, academic institutions, and supporting industries.

Keywords: business networks, strategic plan, rubberwood furniture

^{1,2} Department of Business Economics, School of Economics, University of Thai Chamber of Commerce, Bangkok, Thailand

* Corresponding author. E-mail: panarach_pre@utcc.ac.th



การพัฒนาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ผ่านการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ

พนารัช ปรีดากรณ์^{1*} สุภาวดี เหล่าฤทธิรัตน์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และให้ข้อเสนอแนะในเชิงแผนกลยุทธ์ต่อการส่งเสริมธุรกิจนี้ ดังนั้น จึงได้เลือกใช้วิธีการหลัก คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำนวน 4 ราย นอกจากนี้ ยังจัดระดมความคิดจากสมาชิกกลุ่มที่หลากหลายซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ จำนวน 15 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แนวคำถามแบบปลายเปิด กึ่งมีโครงสร้าง ผลการศึกษาทำให้ได้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ได้แก่ โครงสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายสมาคม แนวทางการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ผลกระทบของการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อธุรกิจ และศักยภาพของเครือข่าย ท้ายที่สุดการศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะแผนกลยุทธ์ 3 ด้าน ได้แก่ (1) การสร้างความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างเป็นรูปธรรม (2) การส่งเสริมและมุ่งเน้นการสร้างความรู้ให้กับสมาชิกของแต่ละสมาคม และ (3) การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมที่สนับสนุนให้แข็งแกร่ง

คำสำคัญ: เครือข่ายธุรกิจ แผนกลยุทธ์ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

^{1,2} สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding Author. E-mail: E-mail: panarach_pre@utcc.ac.th

บทนำ

การร่วมมือกันเป็นเครือข่ายของกลุ่มธุรกิจในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการพัฒนาภาคธุรกิจรายสาขา และสมาชิกผู้ประกอบการธุรกิจให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ การสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเพื่อการร่วมมือและเกื้อกูลกัน ทั้งที่เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในแนวตั้งและแนวนอน สามารถทำให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล

จากการศึกษาโครงสร้างและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ในปัจจุบัน พบว่า มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคมไทยพัฒนาการปลูกป่าเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมป่าไม้ สมาคมธุรกิจไม้ยางพาราไทย สมาคมโรงเลื่อยจักร สมาคมธุรกิจค้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย กลุ่มธุรกิจในสภาหอการค้าไทย เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุนของภาครัฐ เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม ดังนั้น หากได้มีการศึกษาให้เห็นถึงโอกาสและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยผ่านการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะช่วยสร้างศักยภาพให้กับธุรกิจนี้ในการแข่งขันในอนาคตได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

การศึกษาการพัฒนาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราผ่านการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์แนวทางการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

2. ให้ข้อเสนอแนะในเชิงแผนกลยุทธ์ต่อการส่งเสริมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจผ่านการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ มีกรอบแนวคิดหลักคือ การสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจในรูปแบบสมาคม ทั้งการเชื่อมโยงกันทางด้านแนวดิ่ง (Vertical) ในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และด้านแนวนอน (Horizontal) ในลักษณะการเชื่อมโยงของแต่ละสมาคมในอุตสาหกรรมเดียวกัน จะเป็นการเสริมพลังของการทำงานเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ช่วยให้เกิดการประหยัดภายนอกจากการรวมกลุ่มที่สำคัญ คือ การประหยัดทางการเงิน ซึ่งสัมพันธ์กับขนาดของตลาด และการประหยัดทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งสัมพันธ์กับการพัฒนาความรู้และนวัตกรรมที่กระตุ้นให้เกิดขึ้นได้ และมีการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันภายในเครือข่าย

ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในเครือข่ายอาจจะ เป็นแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ และอาจมีความเทียมกันหรือมีความสัมพันธ์แบบลดหลั่นกันมา ความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการมักส่งเสริมให้เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อให้อยู่รอดได้ โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจขาลง อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์และสถาบันแบบเป็นทางการ ก็จะช่วยพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันให้เหนือคู่แข่งภายนอกเครือข่าย ดังนั้น ความสัมพันธ์ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ต่างก็เป็นส่วนหนึ่งในแนวคิดของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เพื่อให้เข้าใจบริบททางเศรษฐกิจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทย

2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่กำหนด ซึ่งเป็นผู้แทนจากสมาคมและกลุ่มในสภาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มอุตสาหกรรมโรงเลื่อยและโรงอบไม้ กลุ่มอุตสาหกรรมไม้อัด ไม้บาง และวัสดุแผ่นเรียบ และสมาคมธุรกิจค้าไม้ รวมทั้งสิ้น 4 ราย

3. จัดระดมความคิดเห็นกับกลุ่มบุคคลในภาคธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นของแนวทางการพัฒนาธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแนวคำถาม (Guidelines) ปลายเปิดแบบกึ่งมีโครงสร้าง เพื่อใช้เป็นกรอบในการสอบถาม แต่สามารถปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมคำถามได้ตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย มีประเด็นเกี่ยวข้องกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ได้แก่ สถานภาพและศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ ประสบการณ์และความคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ และผลกระทบของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อธุรกิจ

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ข้อมูลที่ได้จากการเก็บและรวบรวมข้อมูลนำมาสร้างแผนภาพการเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา พร้อมแนวทางการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ และได้ศึกษาถึงผลกระทบของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มี

ต่อธุรกิจทั้งทางบวกและทางลบ พร้อมทั้งวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ ท้ายที่สุดสังเคราะห์ข้อมูลสู่ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ต่อการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจ

ผลการวิจัย

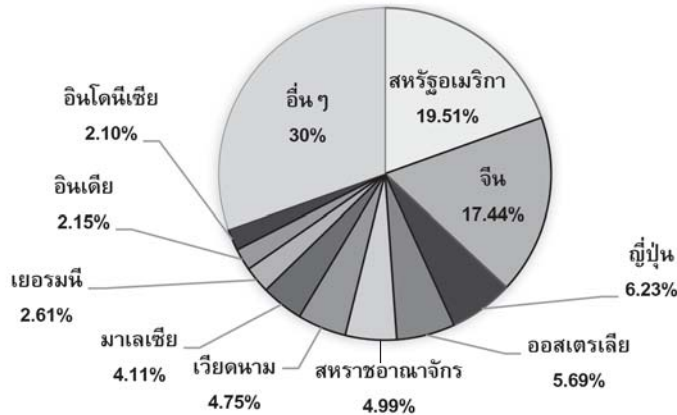
1. บริบทธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วน เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าเป้าหมายที่ภาครัฐให้การสนับสนุนและเร่งพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในส่วนที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศในปีหนึ่งๆ เป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท การส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ในเดือน ม.ค.-ต.ค. 2559 มีมูลค่า 907.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.75 เมื่อเทียบกับในช่วงเวลาเดียวกันปี 2558 โดยมีมูลค่าส่งออกชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 34.99 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย (Department of International Trade Promotion [DITP], 2016)

ในปี 2559 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงตุลาคมภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัวทำให้แนวโน้มความต้องการสินค้าในตลาดโลกลดลงไป ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน และออสเตรเลีย มูลค่าส่งออกรวม 443.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.87 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์รวม มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.61 ในขณะที่ตลาด AEC เป็นแรงหนุนตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทย โดยตลาดสำคัญ

คือ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีมูลค่าส่งออก รวมกัน 99.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 10.96 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์รวม เนื่องจากการลงทุนก่อสร้างใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมากใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเฟอร์นิเจอร์จากไทยเพิ่มมากขึ้น ตาม โดยเฉพาะประเทศเวียดนามมีอัตราขยายตัวสูง

ขึ้นมากถึง ร้อยละ 61.68 เมื่อจำแนกรายประเทศ พบว่า ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ บราซิล ร้อยละ 165.01 เอกวาดอร์ ร้อยละ 163.82 จีน ร้อยละ 130.54 และฟิลิปปินส์ ร้อยละ 42.40 (DITP, 2016) ข้อมูลสัดส่วนของตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ และชิ้นส่วนของไทย ปี 2559 แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สัดส่วนของตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทย ปี 2559 (มกราคม-ตุลาคม)
ที่มา: DITP, 2016

ปัจจุบัน การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่รุนแรงกับสินค้าของจีน มาเลเซีย เวียดนาม และไต้หวัน โดยสินค้าของจีนและเวียดนามมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับต่ำกว่า ในขณะที่ไทยมีต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้นทั้งต้นทุนด้านวัตถุดิบและต้นทุนค่าขนส่ง และต้นทุนค่าแรงงาน ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนไทย จำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อส่งออกเป็นสำคัญ มีสัดส่วนการส่งออกถึง ร้อยละ 65 ของการผลิตทั้งหมด ส่วนที่

เหลือ ร้อยละ 35 วางจำหน่ายภายในประเทศ ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนในประเทศไทย มีประมาณ 2,596 ราย และผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีจำนวน 4 ราย ได้แก่ บริษัท โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท แฟนซี-วิวดินต์สตรีส จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามสตีลอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ร็อกเว็ท จำกัด (มหาชน) ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งเป็นผู้ผลิตส่วนใหญ่สำหรับการจ้างงานในอุตสาหกรรม มีการจ้างงานทั้งสิ้นประมาณ 300,000 คน โดยแบ่งได้เป็นโรงงานขนาดเล็ก (คนงานไม่เกิน 50 คน) จำนวน 2,220 ราย ขนาดกลาง (คนงาน 51-200 คน) จำนวน 294 ราย

ขนาดใหญ่ (คนงานมากกว่า 200 คน) จำนวน 86 ราย ทั้งนี้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และชิ้นส่วนถือเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) (DITP, 2016)

ภาวะตลาดเฟอร์นิเจอร์ภายในประเทศมีอัตราการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะด้านราคา ทั้งจากสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศด้วยตัวเองและจากสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น จีน และเวียดนาม ที่มีนักลงทุนจากต่างประเทศย้ายฐานการผลิตเข้าไปเป็นจำนวนมากเพราะมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ในขณะที่ผู้ประกอบการไทยต้องประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงขึ้นจากราคาวัตถุดิบรวม และต้นทุนค่าขนส่ง ที่ปรับตัวเพิ่มตามราคาน้ำมัน และมีต้นทุนค่าแรงที่เพิ่มขึ้น

ไม้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่ได้รับความนิยมไทยเป็นผู้ส่งออกไม้ยางพารารายใหญ่ของโลก ตลาดส่งออกมีกว่า ร้อยละ 65 ของปริมาณไม้ยางพาราที่ผลิตได้ (DITP, 2016) ไม้ยางพาราของไทยสามารถแข่งขันทั้งในแง่คุณภาพและราคาเนื่องจากเป็นไม้เนื้อแข็งที่สามารถแปรรูปได้ง่าย อีกทั้งระดับราคาที่ไม่แพงนักและใกล้เคียงกับไม้ชนิดอื่น จึงมีความเหมาะสมกับการนำไปใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ และวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง นอกจากนี้ ไม้ยางพารายังเป็นไม้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากได้จากสวนยางจึงไม่ได้เป็นการตัดไม้ในธรรมชาติ อันเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในปัจจุบัน สำหรับอินโดนีเซียและมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีปริมาณไม้ยางจำนวนมากก็ไม่ได้เป็นคู่แข่งกับไทย เนื่องจากทั้งสองประเทศไม่ได้ส่งออกไม้ยางพารา แต่นำไม้ไปใช้ทำเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออกแทน

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราในพื้นที่ทั้งหมด 67 จังหวัด เนื้อที่ปลูกกว่า 19.6 ล้านไร่ โดยปี 2558 และ 2559 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารามีสัดส่วนสูงประมาณ ร้อยละ 50 จากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้ หรือปีละประมาณ 2 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีมูลค่าผลผลิตรวมของทั้งห่วงโซ่อุปทาน ประมาณ 70,000 ล้านบาท มีผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของใช้จากไม้ยางพาราในประเทศไทยประมาณ 2,500 โรงงาน และมีกำลังผลิตประมาณ 100,000 ล้านบาทต่อปี ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแยกเป็นการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ 57,000 ล้านบาทต่อปี ที่เหลือส่งสู่ผู้บริโภคภายในประเทศ

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีลักษณะเด่นในเรื่องของความประณีตงดงาม มีคุณภาพที่ดี ไม้ยางพาราเป็นไม้เนื้อแข็งปานกลาง สามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงแปรรูปทำเฟอร์นิเจอร์ได้สะดวก ไม้ยางพารามีคุณสมบัติเฉพาะตัว ที่มีความสวยงาม คงทน แข็งแรง อีกทั้งราคาไม้ยางพาราก็ไม่แพงมากนัก เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราแปรรูปในปัจจุบัน เป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะเทคนิคของการดูแลเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีความง่าย ไม่ยุ่งยาก และยังมีรูปแบบให้เลือกหลากหลายแบบ ทั้ง classic style และ modern style ซึ่งผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาไม้ยางพาราได้จากตัวแทนจำหน่ายไม้ยางพารา หรือบริษัทจำหน่ายไม้ยางพาราทั่วไปในท้องตลาด สินค้าไม้ยางพาราแปรรูปมีความครอบคลุมกับความต้องการ ได้แก่ โต๊ะ ไม้ยางพารา เก้าอี้ ไม้ยางพารา ตู้เสื้อผ้า ไม้ยางพารา เตียงนอน ไม้ยางพารา เป็นต้น ตลาดของไม้ยางพาราส่วนใหญ่อยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และในทางยุโรป ประเทศไทยเองก็ติดอันดับการผลิต

ไม้ยางพาราเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกด้วย เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยส่วนใหญ่เน้นการใช้แรงงานคน และเครื่องจักรเก่า จึงจำเป็นที่จะต้องเพิ่มเติม การพัฒนาความรู้ด้านการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเพื่อการแข่งขัน

การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามี 3 ลักษณะ ได้แก่ การผลิตตามรูปแบบของผู้ผลิตเอง นำรูปแบบจากต่างประเทศมาดัดแปลง และผลิตตามรูปแบบของลูกค้าในต่างประเทศ

ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

(1) เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราประเภทถอดไม้ได้ (Stable or Furnished Furniture) ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ เนื่องจากเป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทันที สำหรับรูปแบบและสีสันทันอยู่กับคำสั่งซื้อของห้างสรรพสินค้า ร้านค้าและร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป

(2) เฟอร์นิเจอร์ประเภทถอดได้ (Knock Down Furniture) ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก เนื่องจากสะดวกในการขนส่งสินค้า โดยช่วยลดค่าระวาง และประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง อันเป็นการช่วยลดต้นทุนเพื่อการแข่งขันในตลาดส่งออกต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบสีสันทันแตกต่างกันไปตามรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด ทั้งนี้ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจะผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 70 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตได้ทั้งหมด

2. โครงสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายสมาคมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา มีกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม 3 กลุ่ม ได้แก่

1. อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Primary Industry)

เริ่มต้นจากการปลูกสร้างสวนโดยเลือกปลูกพันธุ์ยางพาราที่ให้เนื้อไม้ได้ดี การโค่นต้นยางพาราในสวนยางพารา การเลื่อยไม้เป็นท่อน (log) การชักลากไม้ออกจากสวน และการขนส่งไม้จากสวนไปยังโรงเลื่อยไม้ มูลค่าของอุตสาหกรรมต้นน้ำจะเริ่มนับตั้งแต่ชาวสวนยางพาราขายไม้ในสวนยางพารา การโค่นไม้ยางพารา การชักลากไม้ การเลื่อยไม้เป็นท่อน และการขนไม้จากสวนยางพาราจนถึงโรงเลื่อยไม้

2. อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Secondary Industry)

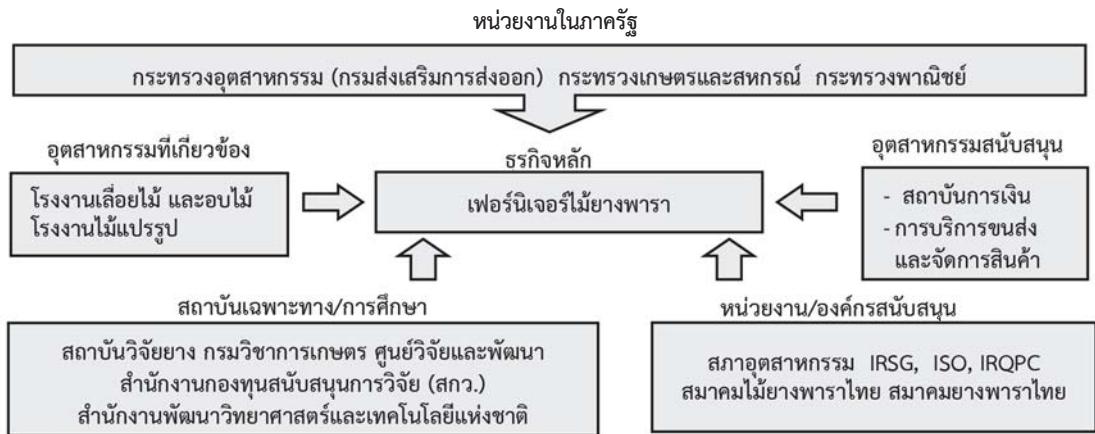
ประกอบด้วย โรงเลื่อยไม้ โรงอบไม้ โรงงานผลิตแผ่นชิ้นไม้อัดและแผ่นใยไม้อัด เริ่มต้นจากการแปรรูปไม้ท่อนให้เป็นไม้แผ่นตามขนาดที่ต้องการ และการแปรรูปไม้ขนาดเล็ก เช่น ปีกไม้ ซี่เลื่อย ชักบ ให้เป็นแผ่นชิ้นไม้อัด (Particleboard) และแผ่นใยไม้อัด (Fiberboard)

3. อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Tertiary Industry)

ประกอบด้วย กลุ่มผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนกับกลุ่มผลิตเครื่องเรือน อุตสาหกรรมปลายน้ำจะนำไม้ยางพาราแปรรูป แผ่นชิ้นไม้อัด และแผ่นใยไม้อัด มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น เฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้ภายในบ้าน อุปกรณ์ก่อสร้าง กรอบรูป รูปแกะสลัก เพื่อส่งขายทั้งภายในและต่างประเทศ

ภาพที่ 2 แสดงถึงการสร้างเครือข่ายธุรกิจเพอร์นิจอร์ไม้ยางพารา ในอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยมีการสร้างเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก และตัวแทนจัดจำหน่าย สำหรับธุรกิจสนับสนุนเป็นสถาบันทางการเงิน อาทิ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) การขนส่งและการหีบห่อ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐที่

สนับสนุน อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม ที่ให้ความดูแลช่วยเหลือในการผลิตในรูปแบบการออกแบบ เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการจัดแสดงสินค้าให้กับลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งสมาคมผลิตเพอร์นิจอร์และไม้ยางพารา และสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 2 โครงสร้างเครือข่ายและองค์ประกอบของธุรกิจการค้าเพอร์นิจอร์ไม้ยางพารา
ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
(University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 5)

ปัจจุบันมีการสร้างเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเพอร์นิจอร์ไม้ยางพาราในลักษณะของสมาคมและองค์กรที่เกี่ยวข้องตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จำนวนทั้งสิ้น 5 สมาคม 2 กลุ่มอุตสาหกรรม และ 1 องค์กร โดยสมาคมที่รับผิดชอบในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- อุตสาหกรรมต้นน้ำ สมาคมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมไทยพัฒนาการปลูกป่าเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไม้ องค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้ สมาคมธุรกิจไม้ยางพาราไทย สมาคมธุรกิจค้าไม้

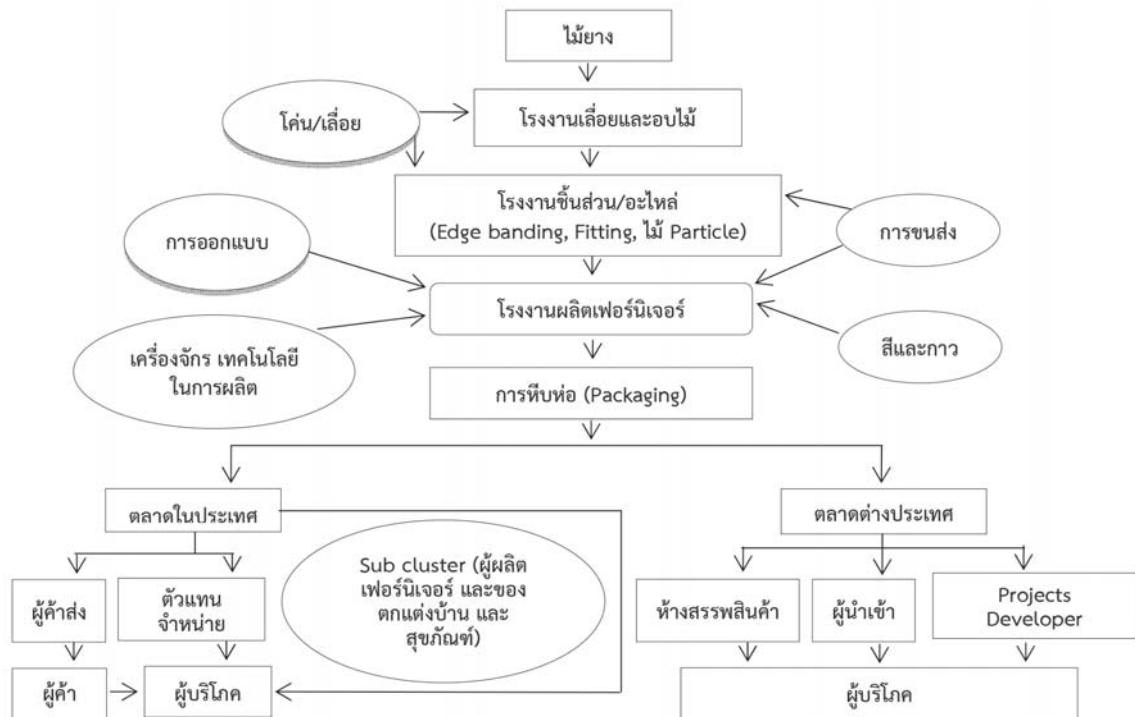
- อุตสาหกรรมกลางน้ำ สมาคมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมโรงเลื่อยจักร สมาคมธุรกิจค้าไม้ กลุ่มอุตสาหกรรมโรงเลื่อยโรงอบไม้ กลุ่มอุตสาหกรรมไม้อัดไม้บุงและวัสดุแผ่น สภาอุตสาหกรรมฯ

- อุตสาหกรรมปลายน้ำ สมาคมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย สมาคมธุรกิจค้าไม้

สมาคมเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือกันของสมาชิก มีส่วนร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรม รวมถึงผลักดัน

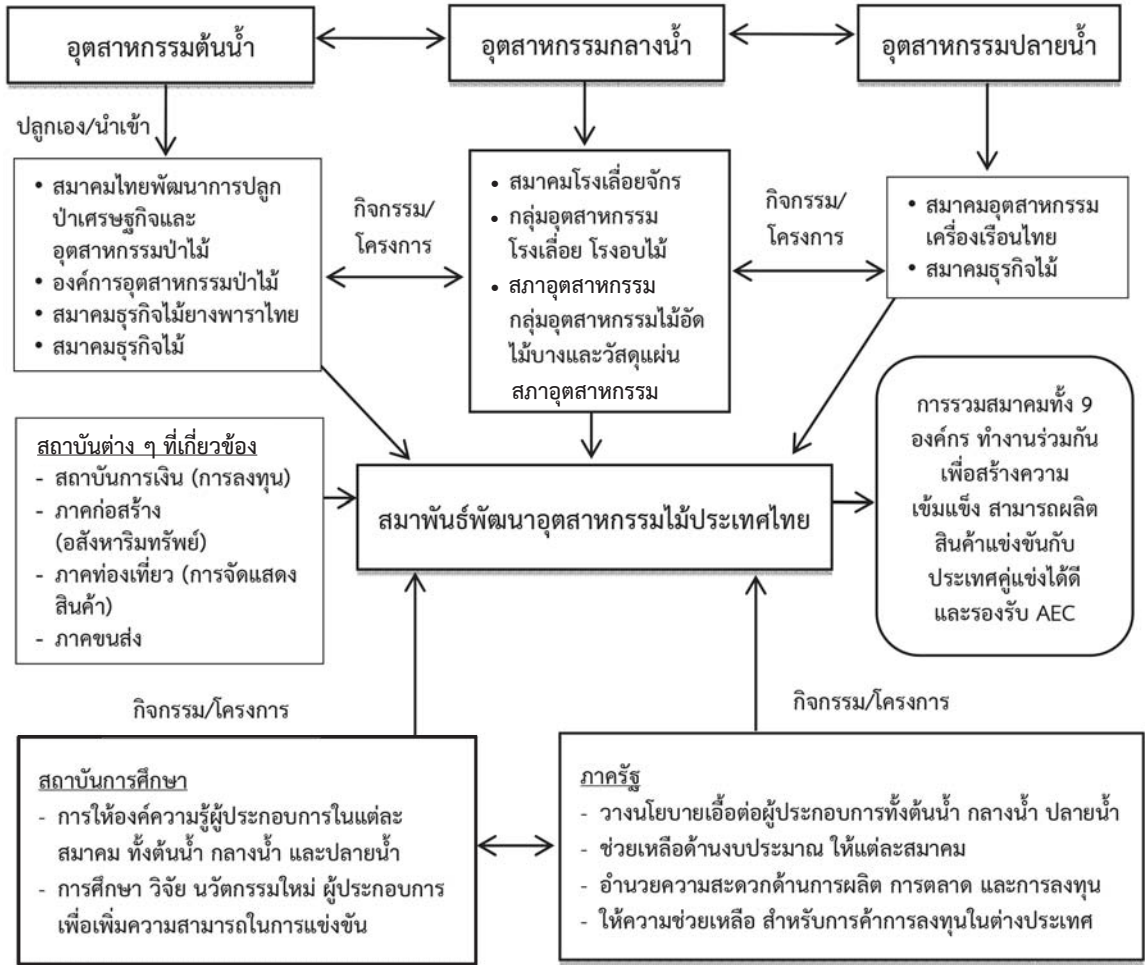
นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ กับการประกอบการด้านอุตสาหกรรมไม้ยางพาราและธุรกิจต่อเนื่อง เป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบการ และเป็นศูนย์กลางข้อมูลและความรู้ทางวิชาการให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไม้ยางพารา สมาคมต่าง ๆ มีการเชื่อมโยงกันทางด้านแนวดิ่ง (Vertical) ในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และด้านแนวนอน (Horizontal) ในลักษณะการเชื่อมโยงของแต่ละสมาคมในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยหน่วยงานของภาครัฐที่สนับสนุน อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม ให้ความดูแลช่วยเหลือด้านการผลิตในเรื่องการ

ออกแบบ เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ จัดแสดงสินค้าให้กับลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งในส่วนของสถาบันการศึกษา มีการให้องค์ความรู้ผู้ประกอบการ หรือศึกษาวิจัยนวัตกรรมใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สำหรับการสร้างเครือข่ายของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ พิจารณาได้จากห่วงโซ่อุปทานดังแสดงในภาพที่ 3 และแผนผังโครงสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 3 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 6)



ภาพที่ 4 แผนผังโครงสร้างการเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
(University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 7)

3. แนวทางการสร้างเครือข่ายของสมาคมการค้า
เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการสร้าง

เครือข่ายของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา จึงได้วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาของกลุ่มธุรกิจทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยแสดงได้ตามภาพที่ 5

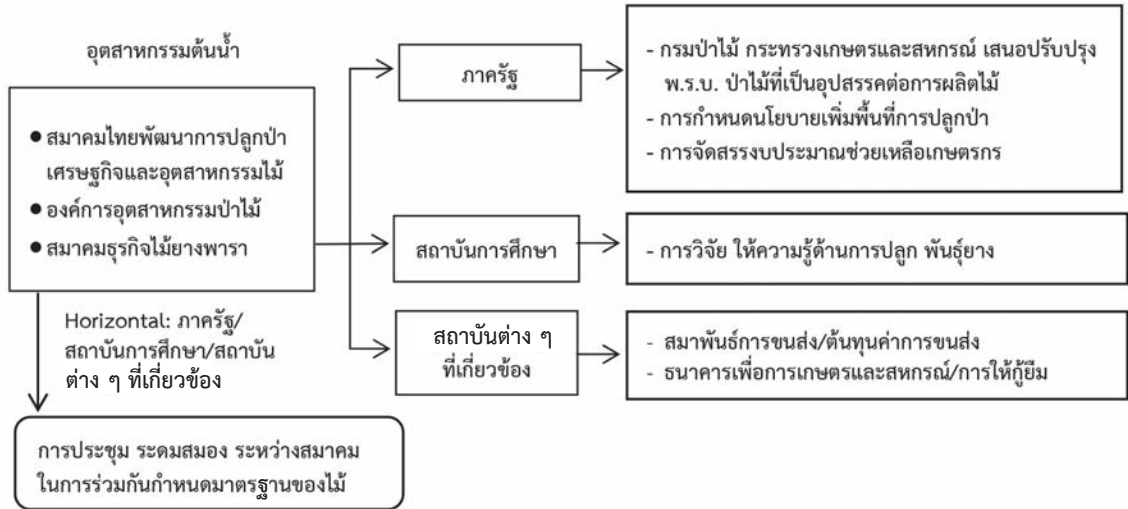


ภาพที่ 5 ปัญหา/การพัฒนาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ)

ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 8)

จากภาพที่ 6-8 แสดงความเกี่ยวข้องกันของสมาคมต่าง ๆ ในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตามลำดับ ซึ่งเห็นได้ถึงการสร้างเครือข่ายเป็นรูปแบบแนวราบ (Horizontal) ในระหว่างสมาคมด้วยกันเอง และกับภาครัฐ และสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการสร้างเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ-กลางน้ำ

อุตสาหกรรมกลางน้ำ-ปลายน้ำ เป็นรูปแบบแนวตั้ง (Vertical) เพื่อร่วมกันในการแก้ไขปัญหา ปริมาณไม้ และราคาไม้ โดยร่วมกันตั้งเว็บไซต์ ชื่อ-ขายทางออนไลน์ เพื่อให้ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด และมีการกำหนดคุณภาพไม้ให้มีมาตรฐานเดียวกัน



ภาพที่ 6 การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมต้นน้ำของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
(University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 9)

4. การศึกษาผลกระทบของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

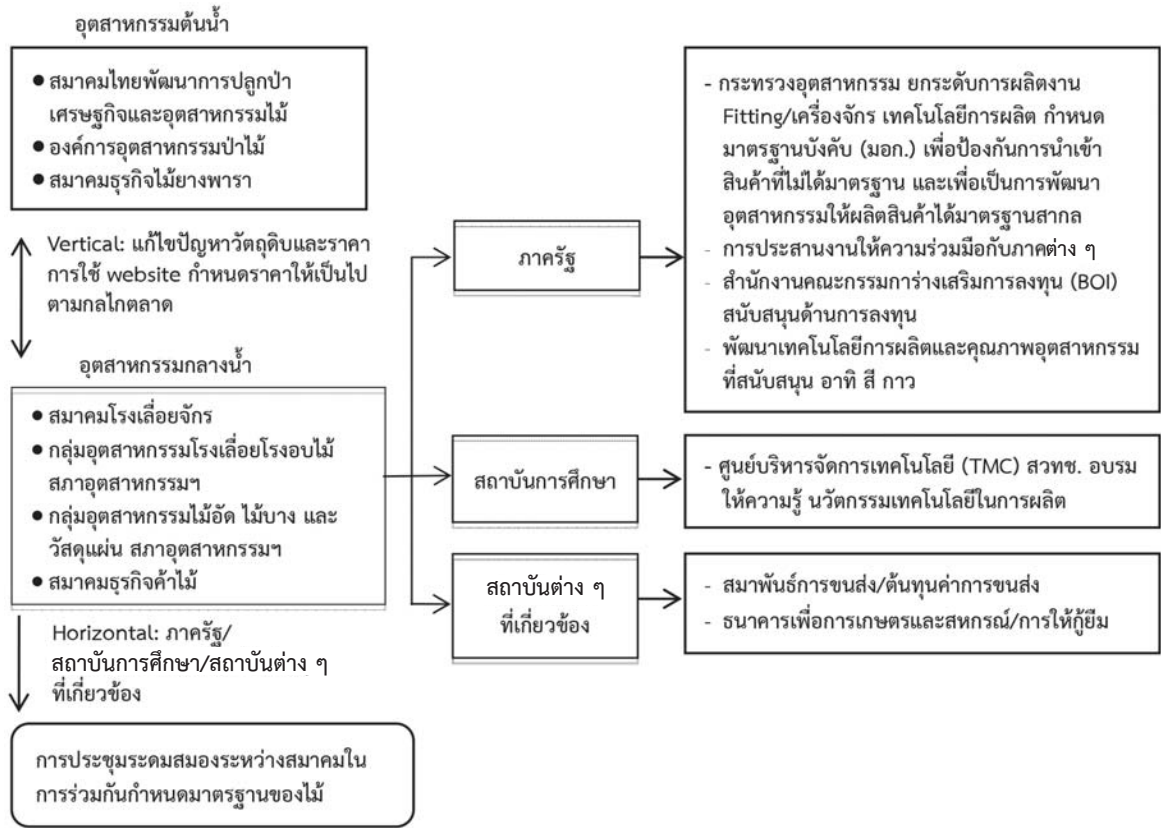
กลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ มีเป้าหมายและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วยเป้าหมายหลัก 5 ด้าน ได้แก่

(1) การเป็นศูนย์กลางทางการค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในแถบประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Thailand is the Furniture Hub of Southeast Asia)

(2) การขยาย/ย้ายฐานการผลิตไปประเทศ CLMV (กัมพูชา เวียดนาม เมียนมา ลาว)

(3) เป็นฐานการส่งออกนอกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อใช้ประโยชน์จากสถานะ Least Developed Countries: LDCs และต้นทุนแรงงานต่ำ

(4) การเชื่อมโยงกับประเทศในอาเซียนในการรับและแบ่งงานตามความถนัดในสายโซ่อุปทาน (Supply and Value Chain) ความร่วมมือในการผลิตร่วมกันเพื่อเป็นอุตสาหกรรมที่ครบวงจรและตอบ



ภาพที่ 7 การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมกลางน้ำของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

(University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 10)

สนองความต้องการของตลาดโลก และยังเป็นศูนย์กลางการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในอาเซียน จากความเชื่อถือในมาตรฐานการผลิตและสิ่งแวดล้อมของไทย

(5) การร่วมมือกับประเทศในอาเซียน เพื่อรับงานจากประเทศอื่นนอกอาเซียน ผ่านไทยแล้วทำการกระจายงานต่อไปยังประเทศอื่น

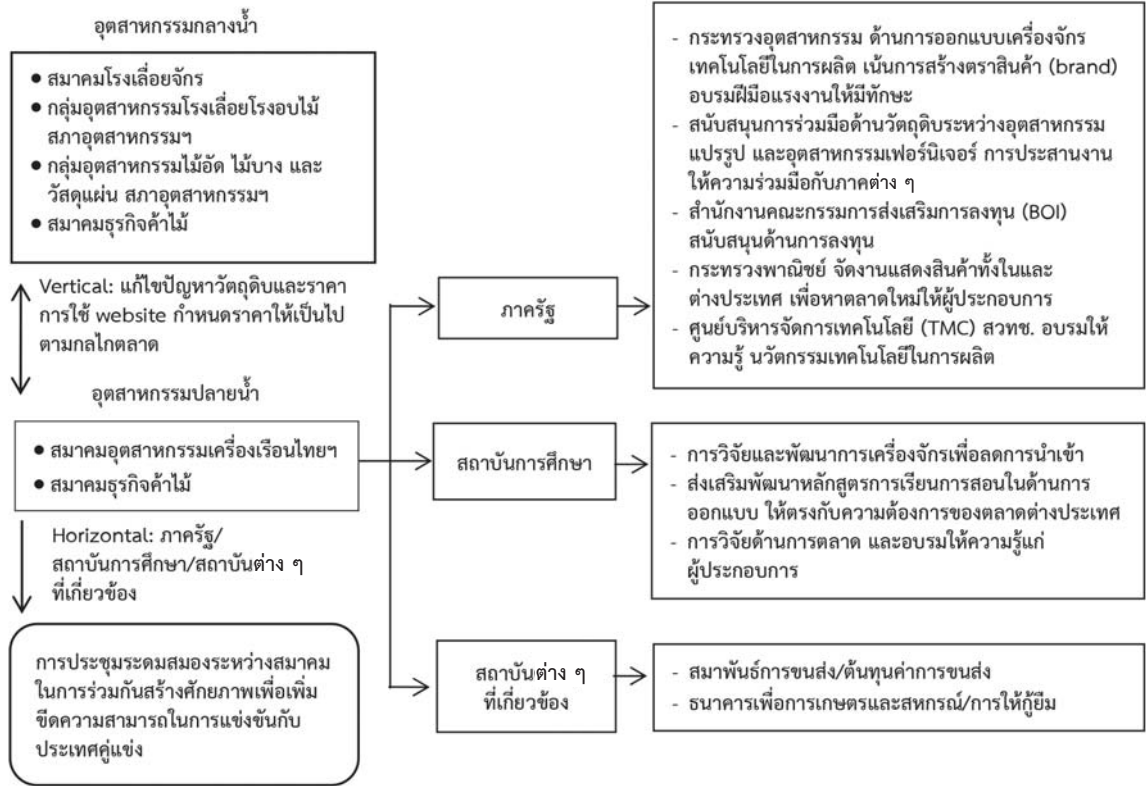
การได้มาซึ่งเป้าหมายข้างต้น จะต้องมีการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบและแรงงาน การควบคุม คุณภาพ มาตรฐาน และระยะเวลาในการ

ส่งมอบสินค้า ตลอดจนการออกแบบและการมีดีไซน์ที่แตกต่าง รวมถึงการสร้างตราสินค้า

ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไทย มีทั้งผลกระทบทางบวกและผลกระทบทางลบ ดังนี้

ผลกระทบด้านบวก

(1) วัตถุดิบ สามารถที่จะนำเข้าจากต่างประเทศได้ มีผลทำให้ต้นทุนอาจจะต่ำลง ซึ่งสถานการณ์ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าวัตถุดิบ ได้แก่ ไม้ยางพารามีราคา



ภาพที่ 8 การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมปลายน้ำของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

ที่มา: จากการระดมความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

(University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics, 2012, p. 11)

ที่สูง เพราะเนื่องจากปริมาณผลผลิต มีปริมาณที่ไม่แน่นอน โดยปริมาณของการตัดไม้ยางพารา จะขึ้นอยู่กับราคายาง ถ้าราคายางมีราคาสูง ชาวสวนยางก็จะไม่มีการตัดไม้ ในขณะที่ถ้าราคายางตกต่ำ ก็จะมีการตัดไม้มาก จึงทำให้ปริมาณไม้ไม่แน่นอน และจากการตั้งราคาของผู้ขายเอง ที่ตั้งราคาที่สูงซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรฐานของไม้ยางพารา

(2) ต้นทุนแรงงาน อาจจะถูกกลงเพราะการเข้ามาของแรงงานต่างด้าว

(3) เกิดความร่วมมือกันของผู้ประกอบการ เพื่อให้สมาชิกสภาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์อาเซียน

(ASEAN Furniture Industry Council) ของแต่ละประเทศผลักดันภาครัฐของแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน ส่งผลให้ประเทศในอาเซียนนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ระดับมาตรฐานสูงของไทย

ผลกระทบด้านลบ

(1) เกิดการแข่งขันของตลาดภายในประเทศสูง เพราะมีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ราคาถูกจากประเทศจีน และเวียดนาม

(2) เกิดการเคลื่อนย้ายฐานการผลิต ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการมีอุปสรรคในด้าน

กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ พ.ร.บ.ป่าไม้ พ.ศ. 2484 ซึ่งมีความล้าหลังมาก มีผลทำให้เกิดปัญหาในด้านการตัดไม้ เพื่อที่จะเป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์

(3) ความพร้อมด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีในการผลิต ด้านการออกแบบ และพัฒนาตราสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งยังไม่มีมีความเหนือกว่า

(4) การเข้ามาของแรงงานต่างด้าว อาจมีปัญหาในการที่แรงงานต่างด้าวสามารถนำความรู้หรือทักษะในการผลิตกลับไปขยายผลต่อในประเทศของตนได้

5. การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ปัญหาอุปสรรคการเชื่อมโยงเครือข่ายสมาคมการค้า

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) ของเครือข่ายกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

(1) ในแต่ละสมาคมมีการวางนโยบายวัตถุประสงค์ และเป้าหมายอย่างชัดเจน

(2) มีการรวมกลุ่มในแต่ละสมาคมอย่างเข้มแข็ง อีกทั้งมีการรวมตัวของสมาคมเป็นอย่างดี โดยได้มีการดำเนินการก่อตั้งเป็น สมาพันธ์พัฒนาอุตสาหกรรมไม้ประเทศไทย ซึ่งเป็นการรวมสมาคมทั้ง 8 องค์กรร่วมกันเพื่อให้มีความเข้มแข็งสามารถผลิตสินค้าแข่งขันกับประเทศคู่แข่งขั้นได้ และเป็น การรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

(3) ภาครัฐให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญกับการสร้างเครือข่าย การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมแบบคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

(4) สถาบันการศึกษาให้ความร่วมมือกับสมาคมในการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเป็นอย่างดี อาทิ มีความร่วมมือในการจัดการอบรม สัมมนาในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ

จุดอ่อน (Weakness)

(1) ไม่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายที่เป็นรูปธรรม มีความขัดแย้งของผลประโยชน์ภายในเครือข่าย ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสำคัญหรือความร่วมมือในภาคการปฏิบัติที่สมาคมได้ดำเนินการเพื่อที่จะพัฒนาระบบให้ดีขึ้น อาทิ การใช้เว็บไซต์ในการกำหนดราคากลางสำหรับวัตถุดิบ ได้แก่ ไม้ยางพารา ไม้แปรรูป เพื่อที่จะให้มีการซื้อ-ขายตามกลไกตลาด ซึ่งไม่ประสบความสำเร็จ เพราะส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังคงใช้รูปแบบเดิมในการติดต่อซื้อขายคือใช้โทรศัพท์ติดต่อตกลงราคากันเอง

(2) การขาดฐานข้อมูลของผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรม ยังไม่มีระบบฐานข้อมูลที่ดี ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้ประกอบการเสียโอกาส โดยอาจจะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ควรจะเป็น อาทิ ข้อมูลผู้ประกอบการในการผลิตชิ้นส่วนประกอบการทำเฟอร์นิเจอร์ ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม่ทราบข้อมูลที่ดีพอ ทำให้ต้องนำเข้าชิ้นส่วนมาจากต่างประเทศ ทั้งที่ชิ้นส่วนดังกล่าวอาจจะมีการผลิตในประเทศ แล้วส่งออกไปต่างประเทศก็ได้

(3) การประสาน ในการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการรวมกลุ่ม หรือการสร้างเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมปลายน้ำ กลางน้ำ และต้นน้ำ หรือผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต และชาวสวนยาง ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

(4) สมาชิกของแต่ละสมาคม ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ดังนั้น

ในบางครั้งผู้ประกอบการอาจจะเข้าถึงไม่ถึงข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และนวัตกรรมใหม่ ๆ

โอกาส (Opportunity)

(1) ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ เพราะเป็นศูนย์กลางการค้าหรือยุทธศาสตร์ของ ภูมิภาคในเศรษฐกิจอาเซียน

(2) ภาครัฐ ได้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษ ใหม่ ในแง่การเปิดโอกาสให้แรงงานจากเพื่อนบ้าน สามารถเข้า-ออกได้ง่ายขึ้น มีการปรับปรุงโครงสร้าง พื้นฐานเพื่อช่วยในการขนส่งที่ดีขึ้น อาทิ การสร้าง ถนน ทางรถไฟทางคู่จากนครราชสีมา-แหลมฉบัง และกำลังมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ในการให้ความรู้ ในการลงทุนในต่างประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรม ที่มีผลกระทบเป็นอย่างมากในกรณีของการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

(3) ความร่วมมือในการจัดงานแสดงสินค้า ในระดับประเทศ และต่างประเทศ ทำให้มีโอกาสในการ หาดตลาดได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threat)

(1) ด้านกฎหมายของภาครัฐ มีความล่าช้า และการดำเนินกิจกรรมของภาครัฐ อาทิ ในเรื่องของ กฎหมาย พ.ร.บ.ป่าไม้ พ.ศ. 2484 ยังมีการล่าช้ามาก ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการผลิตของผู้ประกอบการ

(2) นโยบายของภาครัฐ ทำให้ธุรกิจต้องประสบ ปัญหาในการแข่งขันสูง อาทิ การมีต้นทุนที่สูงขึ้นจาก ค่าแรงงาน อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบต่าง ๆ เป็นต้น

(3) ระบบการเงินการธนาคาร ไม่เอื้อการลงทุน ด้านป่าไม้และไม่ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง กับไม้

(4) งบประมาณ หรือการช่วยเหลือจากภาค รัฐในบางกรณียังไม่เพียงพอ อาทิ งบประมาณ สำหรับช่วยเหลือเกษตรกรในการปลูกป่า สำหรับกลุ่ม อุตสาหกรรมต้นน้ำ เป็นต้น

6. ข้อเสนอแนะในเชิงแผนกลยุทธ์ต่อการ ส่งเสริมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เนื่องจากสถานการณ์อุตสาหกรรมของกลุ่ม ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่เข้าสู่ช่วงเวลาเปลี่ยน ผ่านการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปลายปี 2558 รวมทั้งการเผชิญหน้ากับการ ผันผวนของเศรษฐกิจโลก ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจึงต้องมีการปรับตัวภายใต้ แผนกลยุทธ์ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อรับและรุกในสภาพของการแข่งขันทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต

ข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ไม้ยางพาราผ่านความร่วมมือภายในเครือข่ายกลุ่ม ธุรกิจ ซึ่งได้จากการศึกษาทั้งหมด นำเสนอภายใต้ กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

(1) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือกันระหว่าง อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างเป็น รูปธรรม

(2) กลยุทธ์การส่งเสริมและมุ่งเน้นการสร้าง ความรู้ให้กับสมาชิกในแต่ละสมาคม

(3) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมที่สนับสนุนให้ แข็งแกร่ง

โดยแสดงรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างเป็นรูปธรรม		
แผนงานระยะสั้น	แผนงานระยะกลาง	แผนงานระยะยาว
<ul style="list-style-type: none"> • การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมเป็นสมาชิกและทำการรวบรวมฐานข้อมูลผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมให้ได้มากที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดประชุมสมาชิกของสมาคมของแต่ละอุตสาหกรรมให้เห็นความสำคัญของการสร้างเครือข่าย 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดตั้งสมาพันธ์พัฒนาอุตสาหกรรมไม้ประเทศไทยให้เกิดอย่างเป็นรูปธรรม
กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมและมุ่งเน้นการสร้างความรู้ ให้แก่สมาชิกในแต่ละสมาคม		
แผนงานระยะสั้น	แผนงานระยะกลาง	
<ul style="list-style-type: none"> • การจัดการอบรม สัมมนา การให้ความรู้ทั้งด้านการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ รวมทั้งการให้ความรู้ด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับสมาชิกในแต่ละอุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • การศึกษา ดูงาน ต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ประสบความสำเร็จทางการสร้างเครือข่ายหรือระบบคลัสเตอร์ 	
กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมที่สนับสนุนให้แข็งแกร่ง		
แผนงานระยะสั้น	แผนงานระยะกลาง	แผนงานระยะยาว
<ul style="list-style-type: none"> • การร่วมมือกับภาครัฐในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • การร่วมมือในการทำวิจัย การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ทั้งทางด้านเทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบ เพื่อให้มีศักยภาพสามารถที่จะแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • การดูงาน อบรมที่ต่างประเทศ เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ และความรู้เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการผลิตให้ดียิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

บรรณานุกรม

Department of International Trade Promotion. (2016). Exports of furniture and furniture

parts, January-December 2016. Retrieved March 6, 2017, from http://www.ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename=contents_attach/161663/161663.doc&title=161663 (In Thai).

Heemmuden, P. (2016). Rubberwood...a new star industry of Thai. Retrieved March 6, 2017, from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2985> (In Thai).

Preedakorn, P., & Laudhitirut, S. (2013). Developing a clothing business through business networking. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 33(0), 109-124. (in Thai).

Ratnasingam, J., Ioras, F., & MacPherson, T.H. (2007). Success factors of rubberwood as a furniture stock in South East Asia.

Journal of the Institute of Wood Science, 17(6), 327-332.

University of the Thai Chamber of Commerce, School of Economics. (2012). *Creating trade association networks of rubberwood furniture business*. Bangkok, Thailand: Department of Business Development, Ministry of Commerce. (in Thai).