

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	I
Executive Summary	III
คำนำ	V
คณะที่ปรึกษา	VI
สารบัญ	VII
สารบัญตาราง	X
สารบัญภาพ	XI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขต	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในประเทศ	8
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป	8
2.2 การวิเคราะห์ด้านการเมือง กฎหมาย ข้อบังคับ และผลกระทบ	11
2.3 การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ และผลกระทบ	16
2.4 การวิเคราะห์ด้านสังคม และผลกระทบ	28
2.5 การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี และผลกระทบ	30
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเจาะจงระดับ	37
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและภาพรวม	37
3.1.1 การวิเคราะห์ขนาดของอุตสาหกรรม	38
3.1.2 การวิเคราะห์ขั้นของวงจรชีวิตของอุตสาหกรรม	39
3.2 การวิเคราะห์ทางการตลาดและ BCG (ตำแหน่งของอุตสาหกรรม)	40
3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	45

สารบัญ (ต่อ)

3.4	การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม	48
3.4.1	การวิเคราะห์ผู้รับเหมาช่วงและผู้สนับสนุนวัตถุดิบ	49
3.4.2	การวิเคราะห์ผู้ซื้อ	50
3.4.3	การวิเคราะห์การแข่งขัน	53
3.4.4	การวิเคราะห์ผู้แข่งขันที่เข้ามาใหม่	54
3.4.5	การวิเคราะห์สินค้าและบริการทดแทน	55
3.5	การวิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม	56
บทที่ 4	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรม	61
4.1	การวิเคราะห์วิสัยทัศน์และพันธกิจ	61
4.2	การวิเคราะห์ประวัติความเป็นมา	65
4.3	การวิเคราะห์ทักษะและทรัพยากร	69
4.3.1	การวิเคราะห์ระบบและรูปแบบของการจัดการ	69
4.3.2	การวิเคราะห์โครงสร้างองค์กร	71
4.3.3	การวิเคราะห์ระบบและรูปแบบของการวางแผน	73
4.3.4	การวิเคราะห์ปัญหาหลักในการบริหารจัดการ	75
4.4	การวิเคราะห์การบริหารจัดการตามลักษณะงาน	76
4.4.1	การจัดการการตลาด	76
4.4.2	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	77
4.4.3	การจัดการเทคโนโลยีและสารสนเทศ	78
4.4.4	การจัดการการดำเนินงานและการผลิต	78
4.4.5	การจัดการการเงิน	86
บทที่ 5	การวิเคราะห์และเสนอแนะจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT)	88
5.1	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)	88
5.2	ข้อเสนอแนะต่อสสว.	89

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	91

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ประเภทอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกส่งเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	2
ตารางที่ 2.1 สรุปสิทธิประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน/เอสเอ็มอี จากมาตรการด้านที่ 2	15
ตารางที่ 2.2 เครื่องชี้สถานะทางเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2542-2549	17
ตารางที่ 2.3 GDP และ GNP ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต รายไตรมาส	18
ตารางที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ที่ราคาคงที่ (GDP) ปี พ.ศ. 2546-2550	19
ตารางที่ 2.5 การบริโภคของภาคเอกชน: เฟอร์นิเจอร์ ปี พ.ศ. 2546-2550	20
ตารางที่ 2.6 ราคาน้ำมันขายปลีก ณ สถานีบริการ ในเขต กทม.	22
ตารางที่ 2.7 เปรียบเทียบ GDP กับ GNP ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ราคาคงที่	23
ตารางที่ 2.8 อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงิน ดอลลาร์ สหรัฐฯ ปี พ.ศ. 2546-2550	24
ตารางที่ 2.9 ยอดขายเดือนพฤษภาคม 2550 (บาท)	25
ตารางที่ 2.10 ปริมาณการขายเดือนพฤษภาคม 2550 (ลบ.ฟ.)	26
ตารางที่ 2.11 ต้นทุนโลจิสติกส์รวมของร้านค้าเดือนพฤษภาคม 2550	26
ตารางที่ 2.12 ต้นทุนโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์บ้านประดู่ไม้ต่อ 1 บ้าน	27
ตารางที่ 2.13 ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อยอดขายสินค้า	28
ตารางที่ 2.14 สถิติจำนวนประชากรและบ้านทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2546-2550	29
ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ประกอบการค้าส่งเครื่องเรือนและเครื่องตกแต่งบ้านทั่วประเทศ	38
ตารางที่ 3.2 จำนวนผู้ประกอบการค้าปลีกเครื่องเรือนและเครื่องตกแต่งบ้านทั่วประเทศ ปี 2547-2551	39
ตารางที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนปี 2547-2550 (ม.ก.-พ.ย.)	52
ตารางที่ 4.1 Swimlane การผลิตบ้านประดู่ไม้	84
ตารางที่ 4.2 Swimlane การซื้อขายบ้านประดู่ไม้	85
ตารางที่ 4.3 Gantt Chart ของผลิตภัณฑ์บ้านประดู่ไม้	86
ตารางที่ 4.4 งบการเงินเฉลี่ยของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ปี 2541	86

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โซ่อุปทานของการค้าปลีก-ค้าส่งเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน	9
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์	10
ภาพที่ 2.3 การบริโภคของภาคเอกชน: เฟอร์นิเจอร์ ปี พ.ศ. 2546-2550	20
ภาพที่ 2.4 สัดส่วนต้นทุนการผลิตของเฟอร์นิเจอร์ในปี 2543	25
ภาพที่ 2.5 แผนวงจรควบคุมอุณหภูมิและความชื้นในการอบไม้	32
ภาพที่ 2.6 อุปกรณ์ควบคุมอุณหภูมิและความชื้นในการอบไม้เมื่อประกอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว	33
ภาพที่ 2.7 หลอด LED บอกลักษณะการทำงานของห้องอบไม้	33
ภาพที่ 2.8 หน้าจอแสดงสถานะการทำงานของห้องอบไม้	34
ภาพที่ 2.9 หน้าจอแสดงกราฟอุณหภูมิและความชื้นภายในห้องอบไม้	34
ภาพที่ 2.10 การควบคุมการทำงานของห้องอบไม้ผ่านคอมพิวเตอร์	35
ภาพที่ 3.1 สัดส่วนผู้ประกอบการค้าปลีก-ค้าส่งเฟอร์นิเจอร์	38
ภาพที่ 3.2 วงจรชีวิตสินค้า/อุตสาหกรรม (A typical product life cycle pattern)	40
ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งของอุตสาหกรรมโดย BCG Matrix	42
ภาพที่ 3.4 ตำแหน่งของอุตสาหกรรมส่งออกเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ปี พ.ศ. 2549-2550 โดย BCG Matrix	44
ภาพที่ 3.5 สัดส่วนยอดขาย “อินเด็กซ์” ปี 50	45
ภาพที่ 3.6 แบบจำลองวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (Porter’s five forces model)	48
ภาพที่ 3.7 สัดส่วนต้นทุนของเฟอร์นิเจอร์	49
ภาพที่ 3.8 สัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปยังประเทศต่างๆ ในปี 2550	51
ภาพที่ 3.9 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนปี 2545-2550 (ม.ค.-ค.ค.)	52
ภาพที่ 3.10 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา ปี 2547-2550 (ก.ย.)	54
ภาพที่ 3.11 ขั้นตอนพัฒนาการของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย	56
ภาพที่ 3.12 หลักการห่วงโซ่มูลค่า (The concept of the value chain)	58

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์กร หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	71
ภาพที่ 4.2 โครงสร้างองค์กร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	72
ภาพที่ 4.3 โครงสร้างโซ่อุปทานห้างหุ้นส่วนจำกัด ตัวอย่าง	79
ภาพที่ 4.4 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ (A0)	79
ภาพที่ 4.5 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ (A1-A6)	80
ภาพที่ 4.6 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ของกิจกรรม A1	81
ภาพที่ 4.7 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ของกิจกรรม A2	82
ภาพที่ 4.8 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ของกิจกรรม A3	82
ภาพที่ 4.9 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ของกิจกรรม A5	83
ภาพที่ 4.10 IDEF0 การผลิตบานประตูไม้ของกิจกรรม A6	83