

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวเข้าสู่ศตวรรษใหม่ คงไม่มีใครปฏิเสธว่าการทำธุรกิจในยุคนี้เป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง องค์กรทางธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและรวมถึงจะต้องมีการบริหารที่เป็นระบบ มีนโยบายต่างๆที่จะสามารถนำองค์กรไปสู่การพัฒนามีศักยภาพและมีประสิทธิภาพ โดยภาพลักษณ์มิติใหม่ของปี 2000 และทศวรรษหน้า ธุรกิจไทยจะเข้าสู่การปรับตัวขนาดใหญ่เพื่อรองรับโลกาภิวัตน์ และโลกไร้พรมแดนตลอดจนการทำลายจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ และปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในทิศทางหนึ่งก็คือการขยายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่แข่งขันกับธุรกิจโลก กับอีกทิศทางหนึ่งก็คือ ธุรกิจประเภท “จิ้งจอกตัวจิ๋ว” อันหมายถึงธุรกิจที่พึ่งพาจุดแข็งในด้าน “ความแตกต่าง (Product Differentiation)” หรือ ธุรกิจที่เข้าไปจับในส่วนที่ยังเป็นช่องว่าง (Niche Market) ที่ธุรกิจขนาดใหญ่เข้าไม่ถึง ธุรกิจที่ไม่มีทิศทางจะเป็นธุรกิจที่ถูกกลืน หรือล้มหายในที่สุด (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2543)

ขณะเดียวกันนักเศรษฐศาสตร์ของ GATT ได้เคยประมาณการผลของการเจรจารอบอุรุกวัยไว้ว่า การค้าโลกจะขยายตัวถึงปีละ 755 พันล้านเหรียญดอลลาร์ ใน ค.ศ. 2002 และจะทำให้ผลผลิตของโลกเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 235 ล้านเหรียญสหรัฐ การเพิ่มขึ้นของรายได้ของโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลนี้ เป็นผลมาจากการลดภาษีนำเข้าและการเปิดตลาดการค้า ผลกระทบทางเศรษฐกิจดังกล่าว เป็นเพียงผลในระยะสั้นเท่านั้น ในระยะยาว เมื่อมีการเปิดการค้าเสรีในภาคบริการ และเมื่อแต่ละประเทศปรับตัวให้อยู่ในสถานะการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น จะทำให้ผลผลิตและรายได้ของแต่ละประเทศเพิ่มอีก เนื่องจากการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อแข่งขันกับสินค้าออกของประเทศคู่แข่ง และผู้ผลิตในประเทศจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพสูงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าที่จะมีราคาถูกลง ภายหลังจากกำแพงภาษีปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ถูกทำลายลงแล้ว (ภานุพงศ์ นิธิประภา, 2539, หน้า 1)

ถึงแม้ว่าจะมีการคาดการณ์ถึงเศรษฐกิจในอนาคต แต่ในขณะเดียวกันที่เศรษฐกิจของประเทศตกอยู่ในสภาวะการณ์ที่ผันผวนในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมาทำให้การดำเนินธุรกิจทุกประเภทได้หยุดชะงักลง โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะพบว่ามี การปิดตัวของโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปหลายแห่ง มีทั้งขนาดใหญ่ กลางและเล็ก การที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมประเภทนี้ต้องเผชิญหน้าอยู่ในภาวะวิกฤติ สาเหตุประการหนึ่ง มาจากการปิดกิจการของสถาบันทางการเงินในประเทศ ที่สามารถให้การกู้ยืมเงิน และอีกประการหนึ่งคือ การที่องค์กรขาดการวางแผนระบบงาน การจัดสรรทรัพยากรบุคคล และการวางแผนการล่วงหน้าหรือการศึกษาแนวโน้มทางการตลาดที่อาจจะเกิดขึ้น และประการสำคัญคือการทำไทยต้องประสบกับปัญหาในเรื่องการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในการทำธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีมากขึ้น เช่น ประเทศจีนฮ่องกง ไต้หวัน อินเดีย และอินโดนีเซีย โดยเฉพาะประเทศจีนได้ทำการเปิดประเทศการค้าเสรีและกำลังมีบทบาทอย่างมากกับองค์การการค้าโลก (WTO) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการค้าของจีนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่จีนมีอัตราค่าแรงและราคาของวัตถุดิบที่ต่ำกว่าประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งทางการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในอัตราการแข่งขันที่สูงกว่าที่เป็นมา ประกอบกับการทำธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยอยู่ในทิศทางที่ลดลง

อย่างไรก็ตามธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปก็ยังมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยและดุลการค้าระหว่างประเทศ โดยมีสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงเป็นอันดับ 1 (อ้างในรุ่งทิพย์ พรหมภาสิต, 2543, หน้า 3) ดังนั้นความต้องการที่จะรักษาสถานะของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป องค์กรจึงควรมีการจัดการองค์กรและการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

การจัดการองค์กรในยุคปัจจุบันถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการที่จะพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากองค์กรจะดำเนินไปได้ในทิศทางใดจะต้องอาศัยการจัดการเป็นวิถีทางสู่จุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำธุรกิจนั้น การจัดการองค์กรอย่างมีระบบ รูปแบบ และวิธีที่นำสมัยของผู้บริหารจะถือว่ามีความได้เปรียบมากขึ้น ในหลักการของการจัดการองค์กรโดยทั่วไปให้ความสำคัญกับหลักการบริหารงานพื้นฐาน คือ 4Ms คน (man) เงิน (money) อุปกรณ์เครื่องมือ (material) และวิธีการจัดการ (management) ซึ่งทั้งหมดจะต้องมีระบบการจัดการที่ควบคุมกันไป (พยอม วงศ์สารศรี, 2538, หน้า 151) รวมทั้งการที่องค์กรจะต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยภายนอกต่างๆ อันจะเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ และการที่องค์กรสามารถที่จะคาดการณ์ถึงสถานการณ์และแนวโน้มของการตลาดและการค้าอย่างแม่นยำ จึงจะสามารถทำให้องค์กรยืนหยัดอย่างมั่นคง

ดังนั้นการที่บริษัทไทยโปรดัก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นองค์กรธุรกิจประเภทการ

ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมานานกว่า 25 ปี มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการที่สามารถผ่านวิกฤตการณ์และสวนกระแสปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำอยู่ในปัจจุบัน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในขณะที่สถานประกอบการประเภทเดียวกันหลายแห่งไม่สามารถที่จะดำเนินกิจการได้ จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาการจัดการองค์กรและแนวโน้มทางการค้าในอุตสาหกรรมการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในอนาคต

บริษัท ไทย โปรดัค อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (Thai Product International Co.,Ltd) ก่อตั้งขึ้นโดย ดร. สันติ พงษ์พันธ์เดชา ในปี พ.ศ. 2525 ที่เขตนครบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีทุนจดทะเบียนในครั้งแรก 1 ล้านบาท และมีพนักงานทั้งหมด 120 คน ในระยะเวลา 4 ปีต่อมาได้มีการเพิ่มทุนเป็นจำนวน 10 ล้านบาทโดยมีการเพิ่มโรงงานการผลิตมาที่ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มี จำนวนพนักงานทั้งสิ้น 400 คน

ในปี พ.ศ. 2532 ได้ขยายโรงงานแห่งที่ 3 ที่กรุงเทพมหานคร และมีพนักงานเพิ่มเป็นจำนวนถึง 600กว่าคน และในปี 2535 ได้ขยายโรงงานแห่งที่ 4 ที่กรุงเทพมหานครและโรงงานแห่งที่ 5 ที่อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2536 โดยมีจำนวนพนักงานรวมทั้งหมด 1000 คน

หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2542-2543 ได้ยุบรวม โรงงานแห่งที่ 1, 2 และ 3 เข้าด้วยกันเพื่อสะดวกแก่การควบคุมการทำงาน และลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในกรุงเทพ รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายให้ควบคุมอยู่ในสถานที่เดียวเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุผลเนื่องจากการแข่งขันในระดับสากลมีสูงมากและต้นทุนการผลิตสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากที่สุดชนิดหนึ่ง ราคาของต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานจึงมีอัตรา 20-25% ของสินค้า ในขณะที่เดียวกันแรงงานของประเทศคู่แข่งถูกกว่าเป็นอัตราถึง 2-3 เท่าครึ่ง เช่น อินเดีย, ปากีสถาน, เวียดนาม, จีน และ ศรีลังกา เป็นต้น ซึ่งเป็นความจำเป็นที่บริษัทจะต้องลดต้นทุนแรงงานโดยไม่มีการลดคุณภาพ จึงได้มีการนำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและนำสมัยมาใช้ โดยไม่ลดจำนวนพนักงาน ในขณะนี้ บริษัท ไทยโปรดัค อินเตอร์เนชันแนล จำกัด มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,700 คน

ปัจจุบันบริษัท ไทยโปรดัคอินเตอร์เนชันแนล จำกัด สามารถเป็นผู้นำในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยเฉพาะในชุดนอนสตรี และชุดนอนเด็ก ซึ่งมีตลาดการค้าอยู่ในสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และ ไอร์แลนด์ ซึ่งมีมูลค่าการค้ารวมมากกว่า 300 ล้านบาทต่อปี (ดร. สันติ พงษ์พันธ์เดชา, 2543, บทสัมภาษณ์)

สำหรับระบบการทำงานนั้น ในอดีตเมื่อเริ่มก่อตั้ง จะเป็นการทำงานในระบบครอบครัว เนื่องจากมีพนักงานจำนวนไม่มากนักทุกคนจึงต้องช่วยกันทำงานทุกอย่าง หลังจากที่มีการขยาย

โรงงานออกหลายแห่งจึงมีการพัฒนารูปแบบมาเป็นโรงงานที่มีการดำเนินการเป็นระบบสากลและมีการแบ่งสายงานอย่างชัดเจน เช่น ฝ่ายขาย, ส่วนจัดซื้อ, ฝ่ายปฏิบัติและวางแผน และฝ่ายสโตร์ เป็นต้น และผลจากการพัฒนาทั้งทางด้านการระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด สามารถที่จะยืนหยัดอยู่ในสถานะทางธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้อย่างมั่นคง อีกทั้งการที่ฝ่ายบริหารเป็นผู้ที่มีการวางแผนในการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้ผ่านวิกฤติทางเศรษฐกิจของไทย ในหลายปีที่ผ่านมา และการที่บริษัทต้องพบกับคู่แข่งทางการค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศอยู่ในปัจจุบัน จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่าบริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จะมีการจัดการในอนาคตอย่างไร และมีแนวโน้มทางการค้าอยู่ในทิศทางใด โดยการศึกษาจากปัจจัยต่างๆทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวโน้มการจัดการองค์กรของบริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตครอบคลุมดังต่อไปนี้

1. ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้คือ

1.1 ผู้บริหารระดับสูง พนักงานระดับหัวหน้าแผนก และเอกสารของบริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (สำนักงานใหญ่) 126/40-42 ซอยร่วมใจ ถนนวุฒากาศ แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพฯ

1.2 ประชากรจากบุคคลภายนอก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการส่งออกอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

2. เนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบข่ายมุ่งศึกษา ดังนี้

2.1 แนวโน้มการจัดการองค์กรของบริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้แก่ การจัดการระบบ และการพัฒนาบุคลากร

2.2 การศึกษาแนวโน้มทางการค้าของบริษัทไทยโปรดัคอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในภายหน้า ในระยะเวลา 5 ปี ได้แก่ การศึกษาถึงมาตรการการค้าระหว่างประเทศ, การวางแผนการพัฒนาระบบ และการวางแผนทางการค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการองค์กร หมายถึง กระบวนการที่ทำหน้าที่รับผิดชอบต่อการดำเนินการขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้

แนวโน้ม หมายถึง การคาดการณ์ในสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นหรือน่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะต้องมีหลักวิชาเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

บริษัท ไทย โปรคัก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด หมายถึง องค์กรทางธุรกิจที่ดำเนินกิจการโดยเอกชน ในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปอุตสาหกรรม ตั้งอยู่ที่ 126/40-42 ซอยร่วมใจ ถนนพหลโยธิน แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพฯ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงแนวโน้มการจัดการองค์กรของบริษัทไทยโปรคัก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และเพื่อเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้กับการจัดการองค์กรในองค์กรธุรกิจอื่นๆ
2. ผลของการวิจัยใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาด้านการจัดการบริหารองค์กรธุรกิจอื่นๆ