

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มการจัดการองค์กร ของ บริษัท ไทยโปรดัก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารองค์กร พนักงานของ บริษัท ไทยโปรดัก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้บริโภคสินค้า และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการจัดการองค์กรด้านต่าง ๆ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาความ ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปโดยเรียงลำดับตามขอบเขตเนื้อหา ดังนี้

1. แนวโน้มด้านการจัดการ
2. แนวโน้มด้านการพัฒนานวัตกรรม
3. แนวโน้มด้านการจัดการองค์กร

แนวโน้มด้านการจัดการ

จากการศึกษาพบว่า ในอนาคต ปี 2545-2549 บริษัทไทยโปรดักอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จะใช้ระบบรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2000 มาใช้เป็นตัวควบคุมระบบการจัดการองค์กรทั้งหมด โดยที่ผู้บริหารองค์กร และพนักงานมีความมุ่งหวังที่จะทำให้เป็นการจัดการครอบคลุมในเรื่องของการบริหารทั้งหมด ในขณะที่เกี่ยวกับการยึดถือระบบอาวุโสก็仍将นำมาใช้น้าง นอกจากนี้ยังต้องการที่จะเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากลด้านอื่น ๆ อาทิเช่น ISO 14000 และ SA 8000 เป็นต้น

ความเป็นไปได้สำหรับการจัดการมีสูง เนื่องจากภาครัฐและเอกชนองค์กรต่าง ๆ หลายแห่งก็ได้ให้ความสนใจสนับสนุน โดยรัฐบาลได้มีนโยบายที่จะส่งเสริมในเรื่องการเข้าสู่ระบบรับรองคุณภาพมาตรฐานสากลต่าง ๆ อยู่ในขณะปัจจุบันและอนาคต และองค์กรเอกชนก็ให้ความสนใจสนับสนุน และส่งเสริมทางการจัดหาผู้มีความสามารถที่จะจัดอบรมต่าง ๆ

แนวโน้มด้านการพัฒนาบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า แนวโน้มด้านการพัฒนาบุคลากร ของบริษัทไทยโปรดักอินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด ถือว่าเรื่องสำคัญที่สุดขององค์กร การสร้างให้พนักงานมีความรักองค์กร และ เกิดการเรียนรู้เป็นทีม ซึ่งจะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างแท้จริงนั้น ทุกคนในองค์กรจะต้อง ให้ความร่วมมือ อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรในอนาคตนั้น ทางผู้บริหารยังได้มีการส่งเสริมบุคลากร ให้ไปศึกษาอบรมเพิ่มเติม ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การสร้างขวัญและกำลังใจ รวมทั้งการเปิด โอกาสให้พนักงานทุกคนมีความกล้าในการแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จะมีมากขึ้น และระบบ การคัดเลือกบุคลากรจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยพิจารณาจากหลาย ๆ องค์ประกอบเข้า ด้วยกัน

แนวโน้มการจัดการองค์กร

จากการศึกษาพบว่า แนวโน้มด้านการจัดการองค์กรนั้น ได้แยกออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประการที่ 1 แนวโน้มการจัดการทางการค้า จากการศึกษาพบว่า บริษัท ไทยโปรดัก อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการค้า โดยมีการศึกษาคู่แข่งทางการค้า และพันธมิตรทางการค้าเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนในการค้า ข้อได้เปรียบขององค์กรเอง ในขณะที่ เดียวกัน การสร้าง Supply Chain ให้เกิดขึ้น โดยมี บริษัทฯ เป็นศูนย์กลาง และมีผู้ผลิตสินค้า วัตถุดิบเข้าร่วม

ประการที่ 2 แนวโน้มทางด้านการตลาด จากการศึกษาพบว่า บริษัท ไทยโปรดัก อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด มีแนวโน้มในการที่จะเปิดตลาดการค้าใหม่ ๆ คือ ตลาดภายในประเทศ และ ตลาดภายนอกประเทศ เช่น ออสเตรเลีย จีน อินเดีย รัสเซีย เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันการรักษา คุณภาพและบริการ ให้กับลูกค้ารายประจำก็จะต้องทำอยู่ แต่จะต้องเพิ่มในเรื่องของ มี Quick Response ในขณะเดียวกันทางภาครัฐบาลก็มีส่วนในการจะเปิดโอกาสการค้าใหม่ ๆ ได้ การเก็บภาษีจะต้องเหมาะสม และให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ด้วยเช่นกัน

อภิปรายผล

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศปี ละหลายล้านบาท หากแต่ว่านับวันโอกาสและอุปสรรคในการตลาดก็มีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การยกเลิกระบบ โควตา ทั่วโลกในปี 2547 ก็ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันกันอย่างเสรี ทั้งราคา คุณภาพ แล้วสถานการณ์อีกเรื่องหนึ่งคือการที่ประเทศจีน ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของ WTO ก็ยัง

ทำให้ประเทศจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย เนื่องจากค่าแรงที่ถูก กำลังการผลิตมหาศาล ก็จะทำให้สถานะการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันยิ่งเลวร้ายลง และจากสถานการณ์การก่อเหตุวินาศกรรมที่ประเทศสหรัฐอเมริกา วันที่ 11 กันยายน 2544 ก็ยิ่งส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกทรุดหนักลงไปด้วย

ดังนั้น รัฐบาลและองค์กรเอกชนต่าง ๆ จะต้องเร่งรัดหามาตรการทั้งระยะสั้น และระยะยาว มาใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การให้แหล่งข้อมูลข่าวสารต่อการดำเนินธุรกิจการส่งออก การปรับโครงสร้างทางอุตสาหกรรมโดยรวมก็จะกระตุ้นและพยุ่งสถานการณ์ไว้ได้

ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะต้องใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ ๆ เช่นการมี e-commerce การมี Brand name สินค้าของตน และการศึกษาทางการตลาดก็จะทำให้เปลี่ยนวิกฤตที่เกิดขึ้นเป็นโอกาสได้ การพัฒนาบุคลากรในองค์กรจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้องค์กรพัฒนาตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

บริษัท ไทยโปรคัก อินเตอร์เนชันแนล จำกัด : สำหรับในส่วนของ บริษัท ไทยโปรคัก อินเตอร์ เนชันแนล จำกัด นั้น การลดต้นทุนการผลิต แต่เพิ่มปริมาณการผลิต และยังคงรักษาคุณภาพสินค้าไว้ได้ เป็นเรื่องที่จำเป็น เพราะค่าแรงของไทยจะยังคงแพงกว่าที่อื่น ๆ อีกทั้งการผลิตสินค้าที่ออกแบบเอง และมี Brand name เป็นของตนเอง จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น ตลอดจนการใช้กลยุทธ์การตลาดทั้งเชิงรุก และรับ ในการดำเนินธุรกิจจะส่งผลมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

ภาครัฐบาล : ภาครัฐบาลควรจะใช้การสนับสนุนในเรื่องของการลงทุน สิทธิพิเศษ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การจัดรายการส่งเสริมการขาย (Promotion), การประชาสัมพันธ์, การเปิดตลาดใหม่ ๆ รวมถึงการให้ความคุ้มครองกับผู้ประกอบการด้วย การเจรจาโยกย้ายการค้ากับต่างประเทศ รัฐบาลควรจะต้องผลักดันในเรื่องของ ภาษีการนำเข้าที่ควรจะเหมาะสม ให้เอื้อต่อการส่งออกของไทย นอกจากนี้การส่งเสริมทางด้านต่าง ๆ ควรมีความเป็นรูปธรรม และเห็นผลชัดเจน เช่น จัดทำโครงการสำหรับผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉพาะ เป็นต้น และรัฐบาลควรจะร่วมมือกับภาคเอกชนอย่างจริงจัง ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ภาคเอกชน : ภาคเอกชนนั้นถือว่ามีความบทบาทมากต่อการส่งออกธุรกิจ เพราะจะมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการมาก ดังนั้น ในภาคเอกชนเองจึงควรจะช่วยประสานงานระหว่างภาครัฐ และผู้ประกอบการ เป็นสื่อกลางที่จะช่วยผู้ประกอบการเจรจากับทางภาครัฐในเรื่องต่าง ๆ เช่น การปรับโครงสร้างภาษี การให้ความสนับสนุนในเรื่องของเงินทุนต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

จากการค้นพบแนวโน้มการจัดการองค์กร ของบริษัทไทยโปรดักอินเตอร์เนชันแนล จำกัด โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน ทำให้มีประเด็นที่น่าสนใจจะศึกษาต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ในการเกิด Supply Chain ขององค์กรกับผู้ผลิตสินค้าวัตถุดิบ
2. กระบวนการเกิดองค์การการเรียนรู้ในองค์กรว่าเป็นอย่างไร และบทบาทของผู้บริหารต่อการเกิดองค์การการเรียนรู้
3. การศึกษาแนวทางในการเปิดตลาดในประเทศ และต่างประเทศ ปัจจัยและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น