

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การดำเนินงานในธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงาน ในธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ในธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษครั้งนี้ ได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการประกอบการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายชื่ออยู่ในกรมทะเบียนการค้าต่างประเทศ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 ราย ค่าสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ส่วนใหญ่ดำเนินการในลักษณะบริษัทจำกัด และได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 6-10 ปี โดยมีจำนวนพนักงานทั้งหมด ต่ำกว่า 500 คน ผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวน 6 ราย ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากรัฐบาลในการดำเนินงาน ครบทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการจัดการ ด้านการพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยี

ด้านการตลาด และด้านการเงิน ส่วนผู้ประกอบการที่เหลือนั้น ส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากรัฐบาลเป็นเพียงบางด้านเท่านั้น

การศึกษาการดำเนินงานในธุรกิจผลิตและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลได้ดังนี้

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าในระยะปานกลาง โดยจะพิจารณาถึงปัจจัยภายใน คือ ความพร้อมด้านการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอก คือ ลูกค้า และมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มกำไร และยอดขาย ผู้ประกอบการธุรกิจจัดโครงสร้างองค์การโดยการแบ่งตามหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยแบ่งสายการบังคับบัญชาเป็น 4 ระดับ คือ การบังคับบัญชาระดับสูง ได้แก่ เจ้าของกิจการ ประธานบริษัท การบังคับบัญชาระดับกลาง ได้แก่ ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการฝ่าย การบังคับบัญชาระดับล่าง ได้แก่ หัวหน้างาน หัวหน้าแผนก และการบังคับบัญชาระดับปฏิบัติงาน ได้แก่ พนักงาน คนงาน ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนมากให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ ในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน นอกจากนี้ความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงาน ยังมีผลต่อการกำหนดอัตราค่าจ้าง ในด้านการควบคุม ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนมาก จัดให้มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานทุกวันทำการ โดยใช้มาตรฐานด้านคุณภาพเป็นตัวควบคุม

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนมากผลิตตามคำสั่ง โดยใช้วัตถุดิบในการตัดเย็บจากผู้ขายวัตถุดิบภายในประเทศ กรรมวิธีการผลิตส่วนใหญ่เป็นการตัดเย็บด้วยเครื่องจักรโดยลูกจ้างของกิจการเองและบางรายอาจจ้างบุคคลภายนอกด้วย ซึ่งจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น ผู้ประกอบการธุรกิจมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้า โดยการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ผลิตเสร็จ

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับในส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งแบบแฟชั่นและแบบพื้นเมือง โดยผลิตตามแบบที่ลูกค้าต้องการ แต่ไม่มีการประทับตราหรือสินค้าของตนเอง การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับ ต้นทุนของสินค้า แต่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยส่วนใหญ่กำหนดราคาขายเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าอยู่ในประเทศญี่ปุ่น และในการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจนิยมการออกงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และการให้ส่วนลดแก่คนกลางเพื่อส่งเสริมการขาย

ด้านการเงินและการบัญชี ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก ตั้งแต่ 500,001 – 1,000,000 บาท และมีเงินทุนหมุนเวียนในแต่ละเดือน เฉลี่ย 100,001 – 500,000 บาท ซึ่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากเจ้าของกิจการ หากมีการกู้ยืมจะก้ำกึ่งสถาบันการเงินทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยใช้สินทรัพย์ค้ำประกัน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนมากคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ ในส่วนของการชำระเงินนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจใช้วิธีเปิด เช็คเดออร์ ออฟ เครดิต และผู้ประกอบการทุกรายมีการจัดทำบัญชี

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านทุนการผลิตที่สูงเป็นอันดับหนึ่ง ปัญหาพนักงานหยุดงานบ่อยในช่วงเทศกาล ปัญหาค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสูง และปัญหาค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง และไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันตามกำหนดตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ประกอบการก็ยังประสบปัญหาจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก คือ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าอยู่ในช่วงชะลอตัว

This independent study, The Operation of the Garment Export Business in Chiang Mai Province, has the following objectives:

1. To study the operation of Garment Export Business in Chiang Mai Province.
2. To study the problems and obstacles in the operation of Garment Export Business in Chiang Mai Province.

This study was done by gathering data, based on questionnaires concerning the operation of garment exporters in Chiang Mai Province, whose names appeared in the Foreign Commerce Registration Department, Chiang Mai Province. Altogether there were 22 cases. The statistical factors used for analysis include frequency, percentages, and arithmetic means.

The results indicated that most of the garment exporting business in the form of limited companies and had been running for 6 – 10 years. The average number of total staff was less than 500. There were 6 entrepreneurs that were given support by the government, covering 4 aspects including management, human resources and technological development, marketing, and finance. Most of the remaining entrepreneurs, were given only partial support.

This study about the operation of the garment exporting business in Chiang Mai Province had the following conclusions. With regard to management, most entrepreneurs had

planned in advance the medium term, by considering internal factors such as their readiness for manufacture and external factors such as their customers. They also had the goal of increasing profits and sales. The garment exporters organized the structure of their organizations by classifying duties and responsibilities. There were 4 levels of command fields. These were the high level command including the owner and the chairman, the medium level command including the factory manager and the department manager, the lower level command including the head and the department head, and the operation level command including staff and laborers. Most of the garment exporters put the emphasis on experience when selecting their staff. Moreover, the abilities and work experience of the staff affected the wage scale. In terms of control, the garment exporters required an operation report every business day by using the quality standard as the controller.

In terms of manufacture, most garment exporters manufactured in response to orders, by using raw materials from the domestic raw material sellers. Most manufacturing processes were based on sewing by machine, by employees and external employees who were paid according to the number of pieces they made. The garment exporter controlled the quality of products by examining and checking each product.

In terms of marketing, most garment exporters mainly considered the following marketing components; products, price, distribution, and promotion, respectively. Most garment exporters manufactured both fashionable and local garments based on the patterns the customers preferred without their brand. The sales price was dependent on the product cost yet remained similar to the rates of competitors. The sales price was in US dollars. The garment exporters distributed their products through a middleman. Most of their customers were in Japan. In terms of promotion, they preferred to use product exhibitions for their public relations and offered a discount to the middleman to promote their products.

In terms of finance and accounting, most garment exporters spent an initial capital of 500,001 – 1,000,000 baht. The remaining capital required each month was 100,001 – 500,000 baht on average. Most of the capital was from the owners. They obtained loans from financial institutes both in the non-governmental and governmental sectors, by using their assets as a guarantee and according to the interest rates offered. Most operating expenses were for the raw materials. Their preferred method of payment was the Letter of Credit. All entrepreneurs also prepared the company's accounts.

With regard to their problems and obstacles, most garment exporters placed the high manufacturing capital required as their number one problem, followed by staff absences during festivals, costly sales and administration expenses and the untimely handing over of products, respectively. Besides this, they also faced the external problem of slowing economic conditions in relevant trading countries.