



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม :

กรณีศึกษาบริษัทบุตติกนิวัติ จำกัด (มหาชน)

นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา

นางสาวเกศทิพย์ กรี่เงิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑาทิพ รัตนะนราพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา จาตกานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัทธา แข่งเพ็ญแข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณี วิศิษฐ์วงศ์กร

นางสาวสรณีย์ เต็มเปี่ยม

งบประมาณผลประโยชน์ประจำปี 2552

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม :
กรณีศึกษาบริษัทบุญตึกนิวซี้ดี จำกัด (มหาชน)

นางสาวอจรรววรรณ ณ สงขลา

นางสาวเกศทิพย์ กรี่เงิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑาทิพ รัตนะนราพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขณา จาตกานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัทธา แข่งเพ็ญแข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณี วิศิษฐ์วงศ์

นางสาวสรณีย์ เต็มเปี่ยม

งบประมาณผลประโยชน์ประจำปี 2552

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัท
บุญคินิวชิดี จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัย : นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา, นางสาวเกศทิพย์ กรี่เงิน, ผศ.ลักขณา จาตกานนท์
ผศ. จุฑาทิพ รัตนะนราพันธ์, ผศ.ศรัทธา แข่งเพ็ญแข, นางสาวสรรรณีย์ เต็มเปี่ยม
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น
ผศ.พรณิ วิศิษฎ์วงศ์กร สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พ.ศ. : 2552

บทคัดย่อ

การศึกษากิจกรรมการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทบุญคินิวชิดี จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้สอนในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม และเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ศึกษากระบวนการทำงานจากสถานที่จริง และทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง วิเคราะห์เนื้อหา และถอดเทปบทสัมภาษณ์ นำมาเรียบเรียงข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

บริษัทบุญคินิวชิดี จำกัด (มหาชน) มีสินค้าประเภทเสื้อผ้าที่อยู่ในความดูแลของบริษัทมีหลายตราสินค้า โดยมีรูปแบบของสินค้าและกลุ่มเป้าหมายต่างกัน ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายยังร้านของบริษัทเองที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าต่าง ๆ โดยมีการจัดรูปแบบร้านที่แตกต่างกันตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยกระบวนการหลักขององค์กรตามผังการไหลของงานและกระบวนการย่อยในแต่ละงาน ได้แก่ กระบวนการตัด กระบวนการเย็บ กระบวนการตกแต่ง กระบวนการจัดส่ง และกระบวนการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การทำงานมักยึดตามเอกสารเป็นสำคัญ การบริหารงานนำแนวความคิดมาจากประเทศฝรั่งเศส ทุกคนในบริษัทต้องติดตามด้านการตลาดด้วย เพราะบริษัทไม่มีทีมวิจัยตลาด สินค้าแต่ละตราสินค้าจะมีทีมบริหารจัดการสินค้า 4 คน

บริษัทเป็นผู้บริหารระบบการขาย โดยการรับข้อมูลจาก 140 แห่งขาย มีระบบสมาชิกทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคจากระบบขายของบริษัท ลวดลายผ้าที่บริษัทใช้มีที่มา 2 แหล่ง คือ การออกแบบเอง และการซื้อลวดลายผ้าจากต่างประเทศ ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งข้อดีของการซื้อลวดลายจากต่างประเทศคือการได้ลิขสิทธิ์ลายมาด้วย

Title : Study of Work Process in Garment Factory : Case Study of Boutique Newcity Public Company Limited

Researcher : Acharawan Na Songkhla, Katethip Kringern, Lakhana Chatakananda, Jutatip Rattananarapan, Sattha Khaengpenkhae, Sansanee Tempiam Pannee Wisitwongsakorn, Faculty of Home Economics Technology, RMUTP

Year : 2009

ABSTRACT

This research provides the understanding of fashion industry production. Aims of this research are to develop teaching ability of lecturers and to develop and apply into related subject areas in order to increase the quality. This research and taken by quality-oriented education. Collecting data through documents and related websites, explore the working process in garment industry include non-formal interview.

The research found that

Boutique New City has owned and provides a large number of license brands in order to support several targets. Most is sold in company's own stores which located in famous and modern shopping department stores. Each store has been set its display to attract and promote new arrival to the customer.

Production process consists of flow chart of organization's working process and sub-process. For examples, cutting, sewing, decorating, delivery and storage process. However, working mainly depends on documents while management and main concept have been received from France. There is no marketing research department in Boutique New City Company Limited. This makes employees are able to understand marketing but there are 4 products managers for each brand.

There are sources from 140 selling points have been evaluated by marketing management system in head office. Organization also provides member subscription in order to understand customer behavior. The patterns of fabrics are designed by in-house graphic company or purchased license design from other countries through trade fair.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัท บุตคินิวชิตี จำกัด (มหาชน) ของสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากคุณปณิธาน ปวโรฬารวิทยา กรรมการผู้จัดการบริษัท บุตคินิวชิตี จำกัด (มหาชน) และพนักงานบริษัท บุตคินิวชิตี จำกัด (มหาชน) ทุกคนที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่อนุมัติเงินงบประมาณผลประโยชน์คณะฯ ในการวิจัยเรื่องนี้

คณะผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย

5 สิงหาคม 2552



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
ABSTRACT	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(ง)
สารบัญภาพ	(ฉ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 กรอบแนวความคิดของการวิจัย	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการ	4
2.2 การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	8
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท บุญคณินวิษฐ์ จำกัด (มหาชน)	18
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	22
3.1 ประชากร	22
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	22
3.3 การรวบรวมข้อมูล	22
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์	23
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	34
4.3 สรุปผลการเข้าศึกษาข้อมูลในสถานที่จริง	39
4.4 สรุปผลการสัมภาษณ์	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	49
5.1 สรุปผล	49
5.2 ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	55



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วงจรการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	9
2	โครงสร้างการจัดการโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป	13
3	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Guy Laroche	24
4	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า C&D	25
5	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า LOF•FI•CIAL	26
6	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Jousse	27
7	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Louis Féraud	28
8	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า GSP	30
9	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Flip	31
10	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Switch	32
11	ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Pepsi Jeans	33
12	กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (บริษัทภูเพชร)	37
13	กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	38
14	ตัวอย่างเอกสารใบวางแผนโรงงาน	42
15	ตัวอย่างเอกสารบันทึกการผลิต	43
16	ตัวอย่างเอกสารรายงานส่งสินค้าขายประจำเดือน	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างแรงงานค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีสถานประกอบการเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการในภาคอุตสาหกรรม รวมถึงบุคลากรในด้านแรงงานที่มีฝีมือ มีคุณภาพสูง แต่เนื่องจากการขาดสภาพคล่องในด้านบุคลากรและแรงงานดังกล่าวที่ผู้ประกอบการมักประสบปัญหาด้านบุคลากรที่รับเข้าทำงานมีความรู้แต่ขาดประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับจากสถานศึกษามักไม่ตรงกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการต้องส่งงานใหม่ไปพร้อมกับการเร่งพัฒนางานทั้งด้านการออกแบบสินค้าและการลดระยะเวลาในการทำงาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นคณะหนึ่งในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีการกำหนดภารกิจหลักของอาจารย์ไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ด้านวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการทางวิชาการแก่สังคม ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และตอบสนองนโยบายของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติสู่โลกอาชีพ โดยมีการจัดการศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ หลากหลายสาขาวิชา ซึ่งสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่นมีการจัดการศึกษาและผลิตบัณฑิตที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินค้าแฟชั่นเพื่อรองรับความต้องการบุคลากรภาคอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการศึกษาดังกล่าว จึงมีความสนใจที่จะศึกษากระบวนการทำงานในระบบอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม โดยเลือกศึกษาบริษัทบูติกนิวซี้ดี จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับความนิยมเชื่อถือมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 ดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปภายใต้ตราสินค้า Louis Féraud, Guy laroche, C&D, LOF•FI•CIAL, Jousse และ Flip เป็นต้น โดยจุดมุ่งหมายสำคัญของบริษัทคือ การหยิบยื่นความสวยงามและความทันสมัยให้กับผู้หญิงทุกคน ผู้ซึ่งเต็มไปด้วยความรู้ ความสามารถ และสถานะทางสังคมเพื่อให้ดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นใจ และมีความสุขตามความต้องการของลูกค้า โดยมีแนวโน้มการผลิตที่ดีในขณะนี้ ซึ่งการศึกษานี้จะนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงแนวทางการจัดการเรียนการสอนของสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชชมงคลพระนครให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภาคอุตสาหกรรม และรองรับนโยบายในการผลิตบัณฑิตสู่โลกอาชีพอย่างแท้จริง

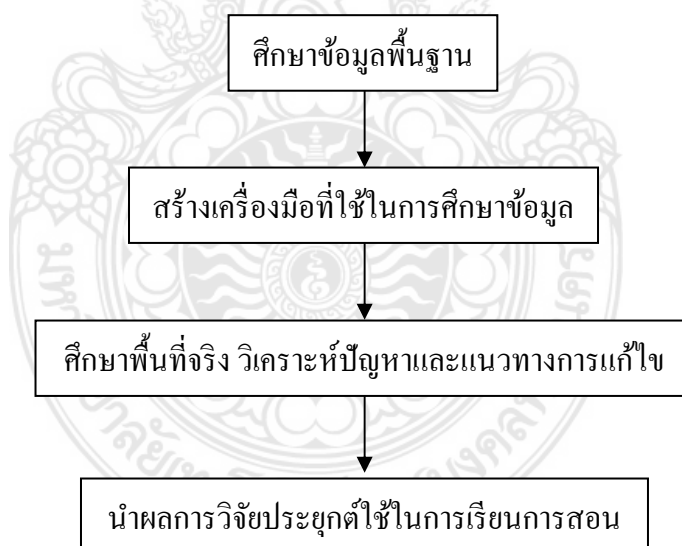
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้า
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้สอนในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม
- 1.2.3 เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษากระบวนการทำงานของบริษัทบูติกนิวซิตี จำกัด (มหาชน) ในด้านการจัดแบ่งหน้าที่ และกระบวนการทำงาน

1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 นักศึกษา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้า นำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน
- 1.5.2 สถานศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเตรียมผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถ สอดคล้องกับการดำเนินงานของสถานประกอบการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัท นูติก นิวซี้ จำกัด (มหาชน) ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการ

- 2.1.1 การผลิตสินค้าและบริการ
- 2.1.2 ปัจจัยการผลิต
- 2.1.3 การบริหารการผลิต
- 2.1.4 การควบคุมการผลิต
- 2.1.5 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

2.2. การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

- 2.2.1 การจัดแบ่งประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 2.2.2 วงจรการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 2.2.3 ระดับราคาสินค้า
- 2.2.4 ประเภทของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 2.2.5 โครงสร้างการจัดการโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 2.2.6 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
- 2.2.7 การส่งเสริมจากภาครัฐ

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท นูติกนิวซี้

- 2.3.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทนูติกนิวซี้
- 2.3.2 จุดมุ่งหมายของบริษัท
- 2.3.3. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน
- 2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้า

2.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการ

2.1.1 การผลิตสินค้าและบริการ

คณิต พูนผล (2547: 86) กล่าวว่า การผลิต คือ การเอาวัตถุดิบที่มีอยู่มาแปรรูป เปลี่ยนที่ หรือ เปลี่ยนเวลา เพื่อให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการสำหรับผู้บริโภค ทั้งภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม

การผลิตสินค้าและบริการจัดเป็นกระบวนการหนึ่งในการประกอบธุรกิจ ฌัญญพันธ์ เจริญนันท์ (2542: 2-5) กล่าวว่า การผลิตสินค้าเป็นกิจกรรมที่สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม ส่วนการบริการจะเกี่ยวข้องกับการสร้างผลลัพธ์ที่ไม่เป็นรูปธรรม ตามปกติการผลิตสินค้าและบริการประกอบด้วยการทำให้ปัจจัยนำเข้า (inputs) เช่น แรงงาน วัตถุดิบ และพลังงาน ให้กลายเป็นผลลัพธ์ (outputs) ในรูปของสินค้า (goods) หรือบริการ (service) สำหรับลูกค้า โดยได้รับค่าตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้และผลกำไร คุณสมบัติของธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการ มีดังนี้

1) คุณสมบัติของธุรกิจการผลิตสินค้า

- 1.1) จับต้องได้และทนทาน สามารถใช้งานติดต่อกันได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
- 1.2) ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บ หรือการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง
- 1.3) ติดต่อกับลูกค้าบ่อย เนื่องจากแบ่งหน้าที่การทำงานออกจากฝ่ายการตลาด
- 1.4) ครอบคลุมการตลาดกว้าง ผลิตสินค้าในปริมาณมาก (mass production) เพื่อให้ได้การประหยัดโดยขนาด (economy of scale) โดยจัดเก็บสินค้าไว้ในโกดัง (warehouse)
- 1.5) ใช้พื้นที่มากสำหรับการวางเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต รวมถึงโกดังในการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง
- 1.6) ใช้เงินลงทุนสูงทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ที่ดิน เครื่องจักร วัตถุดิบ แรงงาน และลิขสิทธิ์ เป็นต้น
- 1.7) ตรวจสอบคุณภาพได้อย่างชัดเจนโดยผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดมาตรฐานและวิธีการตรวจสอบอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

2) คุณสมบัติของธุรกิจบริการ

- 2.1) จับต้องไม่ได้และไม่ทนทาน เนื่องจากมีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้แต่สัมผัสได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความสะดวก ความสวยงาม
- 2.2) ไม่สามารถจัดเก็บได้ จะหมดไปเมื่อสิ้นสุดช่วงเวลาของการบริการ
- 2.3) ติดต่อกับลูกค้ามาก บางโอกาสผู้ให้บริการจึงเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- 2.4) ระยะเวลาในการตอบสนองสั้น สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของลูกค้า

- 2.5) ดำเนินงานเฉพาะพื้นที่ เพื่อให้เข้าถึงและติดต่อกับลูกค้าได้ตามความเหมาะสมและลักษณะของธุรกิจ
- 2.6) ใช้แรงงานมาก เนื่องจากการบริการเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนจึงต้องใช้บุคลากรจำนวนมากเพื่อให้บริการและติดต่อกับลูกค้า
- 2.7) การประเมินคุณภาพทำได้ยาก เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับความรู้สึกจึงยากต่อการกำหนดมาตรฐานและวิธีการประเมิน

จากคุณสมบัติของการผลิตสินค้าและบริการดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจบางประเภทจะมีทั้งการผลิตสินค้าและการบริการหลังการขาย ธุรกิจบางประเภทมีการขายผลิตภัณฑ์และการบริการร่วมกัน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการผลิตสินค้าและการบริการเป็นเรื่องที่ควรรู้ศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้พร้อมกัน

2.1.2 ปัจจัยการผลิต

ฉนิต พูนผล (2547: 86) กล่าวว่า การผลิตสินค้าหรือบริการนั้น สิ่งสำคัญก็คือปัจจัยการผลิต ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมีสินค้าและบริการ ซึ่งปัจจัยสำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ

- 1) ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง ที่ดิน ป่าไม้ แร่ธาตุ รวมถึงน้ำและอากาศด้วย
- 2) แรงงาน หมายถึง ความสามารถของมนุษย์ที่นำมาใช้ในการผลิต เพื่อทำให้เกิดมีสินค้าหรือบริการขึ้นมา แรงงานถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด
- 3) เงินทุน หมายถึง เงินที่นำมาใช้ในการดำเนินการ ซึ่งเงินทุนนี้ไม่ได้หมายถึงแค่เงินเท่านั้น แต่รวมถึงเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตด้วย
- 4) ผู้ประกอบการ เป็นผู้ริเริ่มดำเนินการเป็นผู้ลงทุน บริหารงาน และรับผิดชอบกิจการ โดยผู้ประกอบการหวังให้เกิดมีสินค้าและบริการขึ้น เพื่อการซื้อขาย แลกเปลี่ยน และเพื่อผลกำไรจากการผลิตนั้น

2.1.3 การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตเป็นการประสานงานและควบคุมกิจการต่าง ๆ ทั้งหมดที่จะทำให้เกิดผลผลิต เป็นกระบวนการที่เริ่มก่อนที่จะมีการผลิตเกิดขึ้นโดยมีการประชุมฝ่ายต่าง ๆ ของหน่วยงานว่าจะผลิตสินค้าอะไรและจะผลิตอย่างไร โดยพิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภค ผู้จัดการผลิตที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องสามารถประสานงานเรื่องคน เงิน เครื่องจักร และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เข้ากัน

ได้อย่างประหยัด เพื่อให้เกิดผลผลิตตามที่ตลาดต้องการ องค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารการผลิตมีดังนี้ (คณิต พูนผล, 2547: 86-88)

1) โรงงาน เป็นสถานที่สำหรับการผลิตสินค้า โดยปัจจัยสำคัญที่จะใช้ในการตัดสินใจตั้งโรงงานขึ้นมี 3 ประการ คือ

- 1.1) ความใกล้ หมายถึง ใกล้ลูกค้า ใกล้วัตถุดิบ ใกล้แหล่งบริการด้านการขนส่ง
- 1.2) ปัจจัยเกี่ยวกับคน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ทักษะฝีมือของท้องถิ่น กฎหมายภาษีคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนนั้น ๆ
- 1.3) ปัจจัยด้านกายภาพและพลังงาน ได้แก่ พลังงานที่มีใช้ในท้องถิ่นนั้น ๆ ไฟฟ้า น้ำประปา น้ำมัน รวมถึงความสะดวกในการกำจัดขยะและของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตด้วย

2) การควบคุมวัสดุในการผลิต มีความเกี่ยวเนื่องกับเรื่องต่อไปนี้

- 2.1) การจัดซื้อ การจัดซื้อคือมีอยู่สองประเภทใหญ่ ๆ ก็คือ การจัดซื้อมาเพื่อขายต่อ และการซื้อมาเพื่อใช้หรือเปลี่ยนสภาพ การจัดซื้อต้องคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตว่าต้องการผลิตอะไร ใช้สิ่งใดเป็นส่วนประกอบ จะจัดซื้อวัสดุหรือส่วนประกอบจากแหล่งใด รวมถึงควรมีการประสานงานระหว่างฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายขายอย่างใกล้ชิด เพื่อคาดการณ์ยอดขายและกำหนดปริมาณการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากการจัดซื้อจะมีผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิต ในขั้นตอนการจัดซื้อควรกำหนดความต้องการให้แน่นอน กำหนดรายละเอียดคุณสมบัติสิ่งที่จะซื้อให้รัดกุม จัดการเอกสารเกี่ยวกับการจัดซื้อ การเจรจากับแหล่งขาย การประมูล การวิเคราะห์ การเลือกผู้ขาย และการวางใบสั่งซื้อ การติดตามเรื่อง การตรวจใบเสร็จรับเงิน การรับหรือตรวจสินค้าที่ซื้อ การรวบรวมและการเก็บเอกสารที่ดำเนินการแล้ว
- 2.2) การกำหนดปริมาณสินค้าคงเหลือ การที่หน่วยงานสามารถกำหนดปริมาณสินค้าคงเหลือให้น้อยที่สุดได้จะทำให้สามารถลดต้นทุนได้ การกำหนดปริมาณสินค้าคงเหลือ มีปัจจัยหลายอย่างที่จะต้องพิจารณา เช่น การกำหนดระดับสินค้าคงเหลือไว้เพื่อความปลอดภัย ระดับที่กำหนดจุดต้องการสั่งซื้อ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมและประหยัด รวมถึงระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อทำการสั่งซื้อ
- 2.3) การเก็บรักษาวัสดุ สินค้า และวัสดุที่ได้มา จะต้องมีการเก็บรักษาให้อยู่ในสภาพและปริมาณที่เหมาะสมอยู่เสมอ จะต้องไม่เสียหายหรือสูญหาย

2.1.4 การควบคุมการผลิต

การควบคุมการผลิตเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งเพราะเป็นการประสานกันของคน วัสดุ เครื่องจักร เพื่อให้ได้ผลผลิตในปริมาณที่ต้องการ ในการควบคุมการผลิตมี 6 ขั้นตอนประกอบด้วย (คณิต พูนผล, 2547: 89)

- 1) การวางแผน เป็นการวางแผนว่าในการผลิตจะต้องใช้วัสดุอะไร เครื่องจักรตัวไหน มีกระบวนการผลิตอย่างไร ใช้เวลาเท่าไรในการผลิต การกำหนดจำนวนพนักงานที่ใช้ในการผลิต โดยกระบวนการทั้งหมดนี้ ผู้วางแผนการผลิตจะเป็นผู้ควบคุมดูแล
- 2) การจัดสายการผลิต เป็นขั้นตอนของการควบคุมการผลิตที่จะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่องในแต่ละขั้นตอนการผลิต
- 3) การกำหนดระยะเวลาการผลิต เป็นการควบคุมการผลิตที่จะต้องจัดแบ่งเวลาสำหรับการปฏิบัติงานในสายการผลิต
- 4) การแจกจ่ายงาน หลังจากที่มีการวางแผนการผลิตแล้ว ผู้บริหารการผลิตก็ต้องแจกจ่ายงานไปสู่หน่วยการผลิต และต้องควบคุมให้เป็นไปตามแผนการที่กำหนดไว้
- 5) การติดตามงาน เป็นการควบคุมความก้าวหน้าของการผลิตแต่ละขั้นตอนตามสายการผลิต อีกทั้งยังคอยให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาในจุดที่บกพร่องด้วย
- 6) การควบคุมคุณภาพ เรียกได้ว่าเป็นขั้นตอนของการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่ผลิตออกมาให้ได้มาตรฐาน

2.1.5 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

การดำเนินงานทางธุรกิจควรมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานดังนี้ (ณัฐพันธ์ เจริญนันทน์, 2542: 36)

- 1) อุปสงค์ของสภาพแวดล้อม ธุรกิจควรดำเนินการอย่างไรในสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี เป็นต้น รวมถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้า คู่แข่งขัน และชุมชน เป็นต้น
- 2) อุปสงค์ของการแข่งขัน ธุรกิจควรพิจารณาจุดอ่อน จุดแข็งของคู่แข่งเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) การกิจและกลยุทธ์ขององค์กร ธุรกิจควรมองภาพรวมขององค์กรในปัจจุบันและอนาคตเพื่อส่งเสริมให้บรรลุถึงเป้าหมายตามต้องการ
- 4) วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ปกติแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ ช่วงเริ่มต้น ช่วงเจริญเติบโต ช่วงเติบโตเต็มที่ และช่วงถดถอย การเข้าใจวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะทำให้วางแผนการผลิตได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้

2.2. การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมายถึง เสื้อผ้าที่เย็บเสร็จแล้ว มีหลายขนาด หลายแบบ สำหรับบุรุษ สตรี และเด็ก มีจำหน่ายในสถานที่ต่างๆ เช่น ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าเฉพาะอย่าง เป็นต้น

2.2.1 การจัดแบ่งประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การแบ่งประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปอาจจัดแบ่งได้หลายวิธี เช่น ตามประเภทของผู้ใช้หรือตามประเภทของสินค้า Diamond and Diamond (1994: 14) จัดแบ่งประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามประเภทของผู้ใช้ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) เสื้อผ้าบุรุษ (men's wear) เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับบุรุษ โดยเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีการผลิตเพื่อจำหน่ายในปัจจุบัน เช่น เสื้อสูท เสื้อแจ็กเก็ต เสื้อเชิ้ต เนคไท เป็นต้น
- 2) เสื้อผ้าสตรี (women's wear) เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับสตรี ที่ผลิตจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน เช่น กระโปรง เสื้อ ชุดคลุมท้อง เป็นต้น
- 3) เสื้อผ้าเด็ก (children's wear) เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับเด็ก เช่น เสื้อกันหนาว ชุดกีฬา เป็นต้น

นิพนธ์ สิมะกรัย (2539: 61-62) ได้อธิบายการจัดแบ่งกลุ่มของเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามประเภทของสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

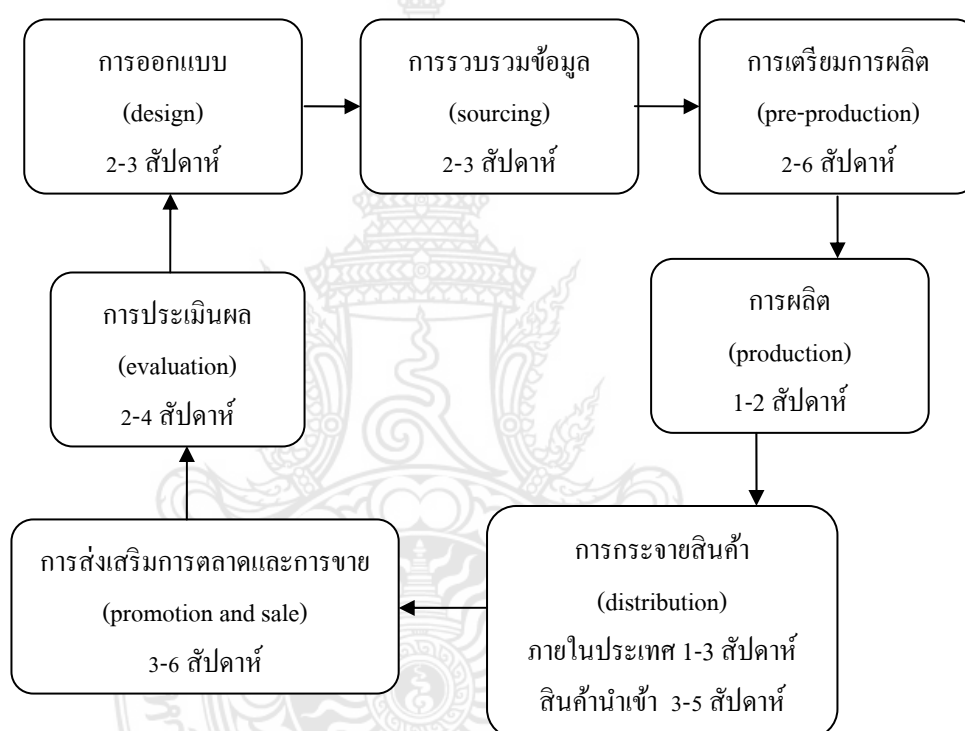
- 1) staple product หรือผลิตภัณฑ์หลักที่แทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงแบบแต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงชนิดของผ้าหรือสี เช่น ชุดที่ใช้ในคลังสินค้า (warehouse coats) เป็นต้น
- 2) semi – styled product หรือผลิตภัณฑ์แบบกึ่งสไตล์ เป็นแบบมาตรฐานที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเล็กน้อย แต่เปลี่ยนแปลงชนิดของผ้าหรือสีค่อนข้างบ่อย เช่น เสื้อเชิ้ตผู้ชาย เป็นต้น
- 3) style product หรือผลิตภัณฑ์แบบสไตล์ เป็นแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยในลักษณะการออกแบบ ส่วนชนิดของผ้าและสีจะเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบ เช่น กระโปรงสำหรับสตรี เป็นต้น
- 4) fashion product หรือผลิตภัณฑ์แฟชั่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในรูปแบบและวัสดุ

นอกจากนี้ นิพนธ์ สิมะกรัย (2539: 62) ยังกล่าวว่า ความต่างในรูปแบบ การออกแบบ ชนิดของผ้าและการทำสำเร็จ (style variation) และความถี่ในการเปลี่ยนแปลง เช่น สัปดาห์ละ 2 ครั้ง หรือ

ปีละ 2 ครั้ง (frequency variation) ยังมีผลต่อการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.2.2 วงจรการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

Brown and Rice (2000: 76) กล่าวว่า การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะมีระยะเวลาในการทำงานจนครบวงจรประมาณ 3-6 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์และฤดูกาลที่วางจำหน่าย ดังแสดงวงจรการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป (apparel production cycle) ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 วงจรการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ที่มา: Brown and Rice (2000:76)

1) การออกแบบ ใช้ระยะเวลา 2-3 สัปดาห์ ประกอบด้วย การพัฒนารูปแบบสินค้า หรือคอลเลกชัน การวิจัยและพัฒนาผ้า การทำแบบตัดและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทำอาร์ตเวิร์คสำหรับการพิมพ์ ปัก หรือสกรีน การพัฒนาการตกแต่งสำเร็จ เป็นต้น

2) การรวบรวมข้อมูล ใช้ระยะเวลา 2-3 สัปดาห์ ประกอบด้วย การประมาณการต้นทุนการผลิต การจัดหาผ้าตามลักษณะที่ต้องการ การกำหนดขนาด การตกลงเรื่องสีของวัตถุดิบจากห้องปฏิบัติการ การกำหนดงานพิมพ์ต้นแบบ การกำหนดปริมาณการผลิต การเจรจาเกี่ยวกับราคา การ

จัดหาสถานที่จำหน่ายเป็นต้น ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 234-235) กล่าวถึงต้นทุนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประกอบด้วยค่าผ้า 60 เปอร์เซ็นต์ ค่าโสหุ้ย 15 เปอร์เซ็นต์ ค่าแรงงาน 20 เปอร์เซ็นต์ และค่าวัสดุประกอบ 5 เปอร์เซ็นต์ จากต้นทุนดังกล่าวหากต้องการทำการลดต้นทุนการผลิตที่ค่าผ้า โดยการวางแผนตัดให้ประหยัดมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า MU (material utilization) ของการวางแผนตัดในแต่ละครั้ง

3) การเตรียมการผลิต ใช้ระยะเวลาประมาณ 2-6 สัปดาห์ ประกอบด้วย การทดสอบและรับรองเกี่ยวกับผ้า วัสดุประกอบ การตกแต่งสำเร็จ สีและความต่างของสี ป้ายการดูแลรักษาเสื้อผ้า การแบ่งระดับลูกค้า การทำแบบตัดเพื่อใช้ในการผลิตจริง การปรับขยายแบบตัด การวางรูปแบบการผลิต เป็นต้น

4) การผลิต ใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ ประกอบด้วย การรับผ้าที่จะใช้ในการผลิตเข้าสู่โรงงาน การตรวจสอบผ้าผืน การปูผ้า การตัดผ้า การจัดหาผู้รับช่วงการผลิต เช่น การปัก การพิมพ์ การเย็บเสื้อผ้าอย่าง การตกแต่งสำเร็จรูป การรีดสำเร็จ การตรวจสอบคุณภาพการผลิตขั้นสุดท้าย

5) การกระจายสินค้า ใช้ระยะเวลาประมาณ 1-3 สัปดาห์ สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายภายในประเทศ และประมาณ 3-5 สัปดาห์สำหรับสินค้าที่นำเข้า ประกอบด้วย เรื่องของการขนส่งเอกสารเกี่ยวกับศุลกากร การกระจายสินค้าไปยังผู้จำหน่าย ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 235) อธิบายว่า การจัดจำหน่ายต้องมีการทำคลังสินค้า (stock) ในการจัดเก็บ เพื่อความคล่องตัวในการจำหน่าย

6) การส่งเสริมการตลาดและการขาย ระยะเวลาประมาณ 3-6 สัปดาห์ ประกอบด้วย การจัดแสดงหรือตกแต่งหน้าร้านขายปลีก การโฆษณา การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด การทบทวนการสั่งซื้อ การจัดศูนย์รายละเอียดข้อมูล

7) การประเมินผล ใช้เวลา 2-4 สัปดาห์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์การจำหน่ายในฤดูกาลที่ผ่านมา การวิเคราะห์การยอมรับของลูกค้า การศึกษาคู่แข่ง การวิจัยตลาด การวิเคราะห์แนวโน้มผลิตภัณฑ์ การพัฒนาแผนการดำเนินงานเพื่อรองรับฤดูกาลที่จะมาถึง

2.2.3 ระดับราคาสินค้า

Glock and Kunz (2005: 6-7) แบ่งการจัดระดับราคาของสินค้าเสื้อผ้าออกเป็น 3 กลุ่ม โดยมีช่วงราคาเป็นตัวแบ่งระดับ ประกอบด้วย

1) low-end และ budget price classification มีประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ของสินค้าที่วางจำหน่าย การตั้งราคาจำหน่ายที่ต่ำนี้จัดเป็นจุดที่ใช้ในการแข่งขันทางการตลาด นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการควบคุมวัตถุดิบและการผลิตได้ด้วย

2) moderate price classification ลูกค้าจะเกิดการซื้อสินค้าในราคาดังกล่าว เนื่องจาก

การลดราคาสินค้าหรือเป็นเสื้อผ้าสำหรับโอกาสพิเศษ และเกิดการยอมรับในเรื่องราคา และคุณภาพของสินค้า ปัจจุบันสินค้าเสื้อผ้าของหลายๆ ประเทศได้พัฒนาคุณภาพและจำหน่ายให้มีราคาสูงกว่าหรือต่ำกว่า moderate price เล็กน้อย

3) better, bridge and designer price classification เป็นสินค้าที่มีกลุ่มเล็กๆ ในส่วนแบ่งทางการตลาด เน้นเรื่องตราสินค้า คุณภาพ รูปแบบ ความพอดีตัว การใช้วัตถุดิบและวัสดุตกแต่งที่มีลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงการใช้เทคนิควิธีการตัดเย็บที่หลากหลายรวมกัน

ข้อมูลจาก <http://www.btnc.co.th> ระบุถึงปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่น ควรประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

- 1) ความเข้าใจในผู้บริโภคและจิตวิทยามวลชน ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นจะต้องมีความเข้าใจในกระแสสังคม รสนิยม รวมถึงการใช้ชีวิตของผู้บริโภคเป็นอย่างดีเพื่อที่จะนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของตลาดให้กับผู้บริโภคอย่างผิดพลาดน้อยที่สุด
- 2) คุณภาพและราคาสินค้า ในตลาดของสินค้าแฟชั่นระดับสูงคุณภาพของสินค้าจะต้องมีคุณภาพในระดับที่ไม่มีความผิดพลาด ในขณะที่จำหน่ายในราคาที่เหมาะสม
- 3) ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และประชาสัมพันธ์ สินค้าแฟชั่นเป็นสินค้าที่มีความใหม่เสมอ ดังนั้นจะต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจนให้กับผู้บริโภคตลอดเวลา โดยสารที่ใช้สื่อสารนั้นจะต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์หลักของสินค้าเพื่อสร้างให้เกิดตลาดในระยะยาว
- 4) การเข้าถึงผู้บริโภค ในปัจจุบันจากการที่มีรูปแบบการค้าใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายทำให้การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป การสรรหาช่องทางใหม่ๆ ในการจัดจำหน่ายจึงเป็นโอกาสที่สำคัญของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม
- 5) ระบบงาน เนื่องจากกลุ่มสินค้าแฟชั่นเป็นกลุ่มสินค้าที่เปลี่ยนแปลงเร็ว ระบบงานจึงต้องมีความยืดหยุ่นสูง ขณะเดียวกันจะต้องคงไว้ซึ่งความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

2.2.4 ประเภทของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

Brown and Rice (2000: 3-4) แบ่งประเภทของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าในปัจจุบัน ประกอบด้วย

- 1) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับเส้นใย เส้นด้าย ผืนผ้า การย้อมสี การตกแต่งผ้าและการจัดหาวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับการผลิต
- 2) อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป การตกแต่งสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังมีความหมายครอบคลุมถึงผู้แทนจำหน่ายและผู้ค้าปลีกในลักษณะของห้างสรรพสินค้า ร้านค้าเฉพาะอย่าง หรือห้องเสื้อ เป็นต้น

มันทนา พลอาสา (2540: 15) จำแนกประเภทของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามลักษณะการปฏิบัติงานออกเป็น 6 ประเภท ประกอบด้วย

- 1) ผู้ผลิตและผู้ขายส่ง (manufactures) มักเป็นผู้ผลิตขนาดกลาง ทำหน้าที่ผลิตสินค้าเพื่อส่งจำหน่ายในประเทศเป็นส่วนใหญ่
- 2) ผู้วานจ้าง (jobbers) เป็นผู้ดำเนินงานด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีตลาดจำหน่ายสินค้าแต่ไม่มีโรงงานผลิต จึงต้องหาโรงงานให้ผลิตสินค้าตามที่ตนเองต้องการ
- 3) ผู้รับช่วงการผลิต (contractors) เป็นโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่จำหน่ายในประเทศหรือต่างประเทศตามที่บริษัทผู้ส่งออกจัดหาวัตถุดิบมาให้
- 4) ผู้ผลิตและจำหน่ายโดยตรง (manufactures distributor) เป็นโรงงานขนาดกลางขึ้นไปที่มีตลาดขายเป็นของตนเอง ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายในประเทศหรือต่างประเทศ มักมีราคาสินค้าของตนเองและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- 5) ผู้ผลิตรายใหญ่และผู้ขายส่ง (vertical manufactures and distributors) มักเป็นโรงงานขนาดใหญ่ขึ้นไป ทำการผลิตเสื้อผ้าเพื่อการส่งออก

การทำงานของโรงงานผู้ผลิต (manufacturers) จะประกอบด้วยความรับผิดชอบด้านการออกแบบ การจัดหาผ้าและวัสดุตกแต่ง การผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จแก่ผู้แทนจำหน่าย ซึ่งผลกำไรของบริษัทจะมาจากผลต่างของราคาค้นทุนการผลิต และราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการทำงานจะมีความก้าวหน้าเพียงใด ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายย่อย รวมถึงปัญหาด้านการสื่อสาร หากผู้ผลิตรายย่อยใช้ภาษาพูดที่ต่างกัน การควบคุมกระบวนการและคุณภาพการผลิต การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง การจัดบุคลากรให้ปฏิบัติหน้าที่ตรงกับความสามารถ และการจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงาน (Brown and Rice, 2000: 4-6)

ผู้รับช่วงการผลิต (contractors) มีทั้งผู้รับช่วงการผลิตแบบอิสระที่ทำกรออกแบบและทำแบบตัดเอง หรือผู้รับช่วงการผลิตที่ทำเฉพาะอย่าง บริษัทที่ใช้บริการของผู้รับช่วงการผลิตอิสระมักมีความยืดหยุ่นในการทำงานเพราะไม่ต้องลงทุนด้านเครื่องมือและโรงงาน มีปัญหาด้านบุคลากรน้อย ต้องการการอบรมพนักงานน้อย ไม่ต้องจ่ายค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและโรงงาน และผู้รับช่วงการผลิตยังสามารถผลิตงานได้ตามที่บริษัทต้องการ (Brown and Rice, 2000: 4-6)

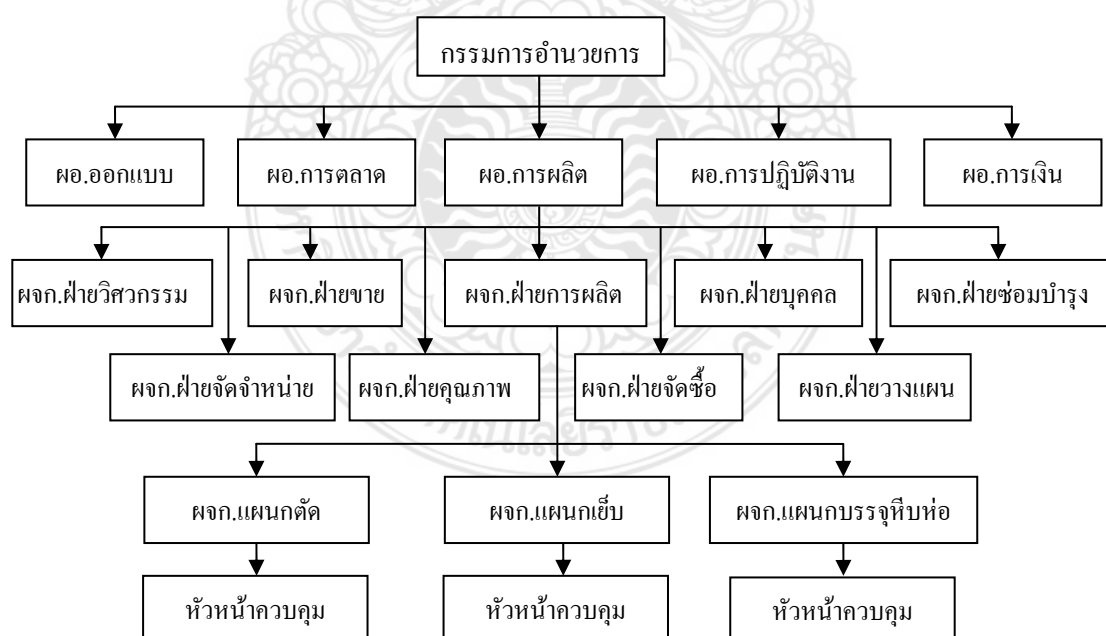
ผู้แทนจำหน่าย (wholesaler representative) เป็นตัวแทนของบริษัทผู้ผลิต ที่จำหน่ายเสื้อผ้าที่ตัดเย็บแล้วแก่ผู้ค้าปลีก ผลกำไรที่ได้ มาจากการทำสัญญาขายสินค้าแก่ผู้ค้าปลีก (Brown and Rice, 2000: 4-6)

ผู้ค้าปลีก (retailer) เป็นผู้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งอาจซื้อสินค้ามาจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศ หรือนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง เพื่อขายให้แก่ผู้บริโภค ผลกำไรที่ได้ มาจากราคาที่แตกต่างกัน ระหว่างต้นทุนที่ซื้อมา กับราคาจำหน่ายให้ผู้บริโภค (Brown and Rice, 2000: 4-6)

Glock and Kunz (2005: 4) กล่าวว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเป็นระบบการทำงานที่มีความหลากหลายเกี่ยวกับการจัดการสินค้า การตลาด การผลิต และการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจดังกล่าวจะประสบผลสำเร็จได้ย่อมมาจากความต้องการซื้อของลูกค้า ทั้งนี้คุณภาพของสินค้าเสื้อผ้าควรมีความเหมาะสมกับราคา มาตรฐานการผลิต และกำไรที่ต้องการ

2.2.5 โครงสร้างการจัดการโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 42) อธิบายถึงการจัดโครงสร้างการจัดการโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะพบว่ากรรมการผู้จัดการมักมีหุ้นส่วนในบริษัท และมีหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของบริษัท รวมถึงมีความรับผิดชอบในการตัดสินใจขององค์กรการผลิต ทั้งนี้โครงสร้างการจัดการโรงงานอาจมีความแตกต่างกันตามลักษณะการบริหารและการผลิตของแต่ละบริษัท ตัวอย่างการแบ่งสายงานดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างการจัดการโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ที่มา : ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 42)

2.2.6 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การจัดการโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้ประสบผลสำเร็จ ควรมีการวางแผนที่ดี และเหมาะสมกับลักษณะงาน ในการวางแผนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีการจัดแบ่งหน้าที่ดังนี้

1) การออกแบบ (design) ผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะกำหนดแบบเสื้อผ้าเพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันบางบริษัทจะมีการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

อารี เมฆกลม และคณะ (อ้างถึงใน ศรีกาญจนา พลอาสา, 2544: 11) อธิบายแนวทางในการออกแบบสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคควรมีขั้นตอนดังนี้

1.1) การวิเคราะห์โอกาสในการสวมใส่ เช่น แบบเสื้อนั้นใช้ในโอกาสอะไร

ต้องการความเป็นพิธีการหรือความสบายในการสวมใส่ เป็นต้น

1.2) ข้อมูลทางการตลาด โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการตลาดในด้านต่างๆ เกี่ยวกับเสื้อผ้า เช่น แนวโน้มของวัตถุดิบ สี รสนิยมของผู้บริโภค รายละเอียดของสินค้า ราคาสินค้าเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาการออกแบบ

1.3) แนวความคิดในการทำสินค้า ประกอบด้วยการวิเคราะห์โอกาสในการสวมใส่ กลุ่มอายุผู้สวมใส่ และรสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น

1.4) การนำเสนอผลงานเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบ แนวโน้มของสี เนื้อผ้า รวมทั้งเครื่องประกอบการแต่งกายต่างๆ

Buabusya, Testard and Testard (2005: 5-6) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือการทำคอลเลกชัน คือ การรวบรวมชุดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมานำเสนอต่อลูกค้าสำหรับฤดูกาลที่เฉพาะเจาะจง คอลเลกชันหนึ่งอาจมีเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 100-150 ชุดด้วยกัน นอกจากนี้คอลเลกชันหนึ่งจะประกอบด้วยเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายหนึ่งกลุ่มใหญ่ หรืออาจแบ่งเป็นหลายกลุ่มย่อย เช่น แบ่งกลุ่มตามสไตล์ ตามจุดประสงค์การใช้งาน หรือแบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการแบ่งกลุ่มคอลเลกชันนี้จะแตกต่างกันในแต่ละบริษัท ตามปกตินักออกแบบจะทำงานร่วมกับผู้จัดการสินค้าในการวางแผนคอลเลกชัน เช่น โทนสี เนื้อผ้า สไตล์ของเครื่องแต่งกาย รวมทั้งในส่วนของความต้องการของตลาด การผลิตงานในคอลเลกชันหนึ่ง จะเหลื่อมล้ำกับขั้นตอนการผลิตของคอลเลกชันก่อนหน้าเสมอ

2) การทำแบบตัด (pattern making) เป็นการทำให้แบบตัดตามแบบเสื้อที่ได้รับคำสั่งในการผลิต ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 241) อธิบายถึงการทำแบบตัด สามารถทำได้ 3 วิธี คือ

2.1) การทำแบบตัดบนหุ่นที่มีขนาดตัวเท่าแบบตัดที่จะทำการเย็บเสื้อตัวอย่าง นิยมทำแบบตัดที่ต้องการรูปทรงพอดีตัว

2.2) การทำแบบตัดบนกระดาษ มักใช้กับแบบเสื้อตัวหลวมหรือเสื้อที่ไม่ต้องการการเข้ารูปมากนัก

2.3) การทำสำเนาแบบตัด เป็นการกรอขแบบตัดจากเสื้อตัวอย่าง

การทำแบบตัดในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปนิยมทำแบบตัดจากกระดาษมากกว่าการทำจากหุ่น เพราะสะดวกและรวดเร็วกว่า แบบตัดที่สร้างขึ้นจะใช้สัดส่วนมาตรฐานของกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งแต่ละบริษัทอาจใช้สัดส่วนมาตรฐานหรือสัดส่วนที่บริษัทได้ทำการศึกษาวิจัยมาแล้วก็ได้ โดยจะเห็นได้จากการวิจัยเรื่องสัดส่วนของบุคคลในแต่ละภูมิภาค เนื่องจากบุคคลในแต่ละภูมิภาคย่อมมีโครงสร้างร่างกายแตกต่างกัน ในการทำแบบตัดจะมีการเย็บเสื้อตัวอย่างไปพร้อมกัน เพื่อทำการปรับแบบตัดให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตและเครื่องจักรที่บริษัทมีอยู่ จนเมื่อแบบตัดมีความสมบูรณ์แล้วจึงนำไปทำการปรับลดหรือขยายแบบตัดตามที่ลูกค้าต้องการด้วยมือหรือด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการวางแบบตัดต่อไป

ในปัจจุบันโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่มักใช้การปรับลดหรือขยายแบบตัดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วกว่าการทำด้วยมือและสามารถจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในโอกาสต่อไปได้อีกด้วย

ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 44) กล่าวว่า การทำแบบตัดและตัดเย็บเสื้อตัวอย่างจะต้องทำทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อ นอกจากคำสั่งซื้อนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงวัสดุ (ผ้า) เลยจึงใช้แบบตัดเดิมได้ เนื่องจากการใช้วัสดุต่างชนิดหรือต่างโครงสร้างกันจะส่งผลต่อการยืดตัวหรือหดตัวของวัสดุ ดังนั้นการทำแบบตัดจึงควรมีการเผื่อการยืดตัวหรือการหดตัวของวัสดุด้วย

การทำเสื้อตัวอย่างในปัจจุบันมี 2 ประเภท คือ การทำเสื้อตัวอย่างจากภาพวาดหรือภาพถ่าย และการทำเสื้อตัวอย่างจากเสื้อตัวอย่างที่ลูกค้านำมาให้ (ศรีกาญจนา พลอาสา, 2546: 244)

3) การวางแบบตัด (marker) ในการวางแบบตัดสิ่งสำคัญที่สุดคือการวางแบบตัดให้ประหยัดผ้ามากที่สุดและวางได้ครบทุกจำนวนชิ้นของแบบตัดด้วย ในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องมีการปรับแบบตัดอีกเล็กน้อยเพื่อให้เกิดความประหยัดต้นทุนและลดปริมาณการใช้ผ้า ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวางแบบตัดควรมีการคำนวณปริมาณผ้าที่ต้องการใช้เพื่อให้เกิดการสูญเสียวัตถุดิบน้อยที่สุด การวางแบบตัดที่ดีและประหยัดต้องเกิดช่องว่างน้อยที่สุดและเมื่อวางแบบตัดสำเร็จแล้วแบบตัดจะต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า

4) การตัดผ้า (cutting) หลังการวางแบบตัดแล้วเมื่อจะทำการปูผ้าเพื่อวางแบบตัดและตัดผ้า ศรีกาญจนา พลอาสา (2546: 45) กล่าวว่า ควรตรวจสอบความถูกต้องของผ้าและคุณภาพของผ้า รวมถึงจำนวนชิ้นของการปูผ้า เพราะการตัดผ้าทางอุตสาหกรรมจะตัดครั้งละหลายร้อยตัว หากเกิดความผิดพลาดจะทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ผลิตได้ ดังนั้นจึงจัดเป็นหัวใจของการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป หากวางแผนการตัดไม่รอบคอบจะเกิดการสูญเสียวัตถุดิบมากขึ้น

หลังการตัดผ้าตามแบบแล้วจะทำการแยกมัดชิ้นส่วนที่จะนำมาเย็บประกอบกันเพื่อส่งไปยังแผนกเย็บต่อไป ในขั้นตอนนี้ควรมีการคิดป้ายระบุจำนวนชิ้นส่วน ขนาด และรูปแบบของสินค้าที่จะทำการผลิตเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเย็บประกอบ

5) การเย็บ (sewing) มีหน้าที่เย็บตามแบบและขนาดที่ถูกกำหนด ในขั้นตอนนี้ควรมีการศึกษาวิธีการเย็บและขั้นตอนการเย็บของผลิตภัณฑ์แต่ละแบบ เพื่อการควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต และควรมีการศึกษาเวลามาตรฐานที่ใช้ในการเย็บแต่ละชิ้นงานเพื่อให้สามารถผลิตได้ทันตามระยะเวลาที่กำหนด ปกติในขั้นตอนการเย็บพนักงานเย็บจะมีความชำนาญในการเย็บส่วนประกอบต่างกัน หรือเป็นการจ้างให้ผู้รับช่วงรายย่อยเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นสินค้าที่ผลิตออกมาจึงใช้พนักงานหลายคนในการเย็บประกอบชิ้นส่วนจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานเดียวกัน

6) การตรวจสอบ (inspection) ตามปกติขั้นตอนของการตรวจสอบจะมีความหมายครอบคลุมถึงการตรวจวัตถุดิบ การตรวจระหว่างกระบวนการผลิต และการตรวจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

การตรวจวัตถุดิบ เป็นกิจกรรมเบื้องต้นในการควบคุมมาตรฐานวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น ผ้าผืน และวัสดุประกอบ เป็นต้น โดยเฉพาะผ้าผืนที่ผลิตจากการทอและการถักกิตจะพบว่าผ้าถักกิตมีปัญหาในการตรวจสอบมากกว่าผ้าทอ ในมาตรฐานการตรวจมีคำเฉพาะ 2 คำ คือ คำหิ (defect) เป็นการขาดหายไปของคุณลักษณะคุณภาพจากระดับที่ตั้งไว้ ซึ่งทำให้มีผลต่อการใช้งาน ส่วนคำว่าข้อบกพร่อง (nonconformity) เป็นการขาดหายไปของคุณลักษณะคุณภาพจากระดับที่ตั้งไว้ เป็นสาเหตุให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามรายละเอียด (specification) ตามที่ระบุไว้ (ศรีกาญจนา พลอาสา, 2546: 272)

การตรวจระหว่างกระบวนการผลิต โดยเฉพาะขณะทำการเย็บชิ้นส่วนควรทำการตรวจการเย็บชิ้นส่วนเหล่านั้นด้วยเพื่อป้องกันความผิดพลาดหลังการประกอบเป็นตัวเสื้อแล้ว (ศรีกาญจนา พลอาสา, 2546: 274)

การตรวจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เป็นการตรวจสอบในขั้นสุดท้ายของการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ในขั้นตอนนี้จะทำการตัดเศษผ้าและตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายก่อนนำไปผ่านการรีด การพับ เพื่อรอการบรรจุหีบห่อต่อไป

7) การบรรจุหีบห่อ (packaging) เป็นการทำให้ผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและมีคุณภาพ โดยการบรรจุผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าหรือผู้ว่าจ้างระบุไว้ในสัญญาการผลิต

2.2.7 การส่งเสริมจากภาครัฐ

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยส่วนใหญ่ประกอบกิจการในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) ให้กับผู้ว่าจ้างซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตชั้นนำของโลก มีเพียงส่วนน้อยที่มีการออกแบบและมีตราสินค้าเป็นของตนเอง ปัจจุบันระบบการค้าเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นภูมิภาคโดยการส่งเสริมการสร้างตราสินค้า พัฒนาการออกแบบ ปรับกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกซึ่งเป็นแนวทางสำคัญให้เกิดการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าแฟชั่น ซึ่งความจำเป็นในการเพิ่มศักยภาพหรือขีดความสามารถนี้นำไปสู่ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในนามของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ที่ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2546 (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2550: 6) นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายและสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนา และเพิ่มมูลค่าให้เกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายในปี ค.ศ. 2012 ประเทศไทยจะต้องเป็นผู้นำด้านแฟชั่นและมีการผลิตที่ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงเป็นผู้นำทางการตลาด (http://www.fashionroom.com/source/bus-feat_2548.html)

สำนักงานโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น กระทรวงอุตสาหกรรม (2550: 37) ให้ความหมายของอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเส้นใย เส้นด้าย โรงงานทอผ้า โรงงานถักผ้า โรงงานพิมพ์ โรงงานย้อมวัสดุ ด้าย กระดุม เป็นต้น รวมถึงร้านค้าส่งวัตถุดิบสิ่งทอ (ลำเพ็ง)

อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า เสื้อถัก เช่น โรงงานตัดเย็บเสื้อเชิ้ต โรงงานตัดเย็บเสื้อแจ็กเก็ต โรงงานตัดเย็บชุดกีฬา โรงงานตัดเย็บกางเกง โรงงานตัดเย็บชุดชั้นใน โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าเด็ก เป็นต้น

อุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ กลุ่มของเจ้าของตราสินค้า ร้านค้าส่งในห้าง百貨หรือ百貨ร้านค้าปลีกขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจัดซื้อหรือผู้นำเข้าในประเทศ Licensing การจัดจำหน่าย e-commerce ผู้บริโภค ช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ ห้างสรรพสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ สำนักงานโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น กระทรวงอุตสาหกรรม (2550: 9) ระบุถึงวัตถุประสงค์ของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองแฟชั่น พัฒนาให้กรุงเทพฯ เป็นผู้นำแฟชั่นและศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นของภูมิภาค สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าแฟชั่นของไทยทั้งในการผลิตและการตลาดที่ครบวงจรภายใต้ตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับในภูมิภาคและทั่วโลก พัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแฟชั่น และขยายตัวสูงในการส่งออก สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการของแต่ละอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และ

ปลายน้ำ และพัฒนารูปแบบของสินค้าทั้งสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจแฟชั่นและยกระดับบุคลากรที่มีคุณภาพสูงสู่อุตสาหกรรมแฟชั่น

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท บุติคนิวซิตี จำกัด (มหาชน)

2.3.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทบุติคนิวซิตี

จากการสืบค้นประวัติของบริษัทบุติคนิวซิตียังเว็บไซต์ <http://www.btmc.co.th> ระบุว่า บริษัทบุติคนิวซิตี จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2527 โดยถือกำเนิดขึ้นจากแนวความคิดของนักศึกษาจบใหม่จากประเทศอังกฤษคือ คุณศิรินา โชควัฒนา ปวโรฬารวิทยา ผู้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ของความสวยงามและการแต่งกายแก่ผู้หญิงไทยโดยการก่อตั้งร้านบุติคนิวซิตี จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับสตรีขึ้นโดยนำเสนอเสื้อผ้ารูปแบบทันสมัย มีความเป็นสากล และใช้ระบบขนาดมาตรฐานจากประเทศอังกฤษ ทำให้ผู้หญิงไทยไม่ต้องรอกที่จะสวยด้วยเสื้อผ้าสั่งตัดเท่านั้นอีกต่อไป

พ.ศ. 2513 ก่อตั้ง บริษัทบุติคนิวซิตี จำกัด โดยคุณศิรินา โชควัฒนา ปวโรฬารวิทยา ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสตรีแห่งแรกของประเทศไทย และจำหน่ายในนามร้าน Boutique Newcity ด้วยระบบ chain boutique

พ.ศ. 2514 เปิดร้าน Mother's Boutique จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับแม่และเด็ก

พ.ศ. 2515 กำเนิดนิตยสารนิวซิตี ซึ่งเป็น Fashion Magazine ฉบับแรกของประเทศไทย

พ.ศ. 2520 เปิดร้าน Boutique Newcity สาขา Hong Kong ที่ศูนย์การค้า Ocean Terminal

พ.ศ. 2521 เปิดห้าง Newcity Department Store บนถนนสุขุมวิท

พ.ศ. 2524 ย้ายบริษัทมายัง อาคารบุติคนิวซิตี ศูนย์การค้าพระโขนง

พ.ศ. 2525 ผลิตและจำหน่ายสินค้า Guy Laroche ภายใต้อิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส

พ.ศ. 2530 จัดทะเบียนเป็นบริษัทรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท

พ.ศ. 2534 ผลิตและจำหน่ายสินค้า Jousse ภายใต้อิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส

พ.ศ. 2537 เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 20 ล้าน เป็น 120 ล้านบาท และเปลี่ยนเป็นบริษัท บุติคนิวซิตี จำกัด (มหาชน)

พ.ศ. 2538 ผลิตและจำหน่ายสินค้า Louis Féraud ภายใต้อิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส

พ.ศ. 2545 บริการ uniform specializer รับออกแบบและตัดเย็บเครื่องแบบให้แก่องค์กรรัฐ และเอกชน

พ.ศ. 2548 คุณศิรินา โชควัฒนา ปวโรฬารวิทยา ประธานกรรมการบริหาร บริษัท บุติคนิวซิตี จำกัด (มหาชน) ได้รับการยกย่องเป็น Boss of the Year จากสมาคมเลขานุการแห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2549 ผลิตและจำหน่ายสินค้าตราสินค้า Flip พร้อมนวัตกรรมใหม่ของการสวมเสื้อสองด้าน รวมถึงการกำเนิดนิตยสาร Trend Society ซึ่งเป็น direct magazine สำหรับสมาชิก trendy member ของบริษัท บุติคนิวัติ จำกัด (มหาชน)

จาก 1 สาขาในวันนั้น ขณะนี้บริษัท บุติคนิวัติ จำกัด ได้รับความเชื่อมั่นและขยายการดำเนินงานและการลงทุนเป็นบริษัทบุติคนิวัติ จำกัด (มหาชน) พร้อมสาขาและจุดขายมากกว่า 100 จุดขาย ภายใต้อตราสินค้ามากมาย อาทิเช่น Louis Feraud, Guy laroche, C&D, LOF•FI•CIAL, Jousse และ Flip เป็นต้น

2.3.2 จุดมุ่งหมายของบริษัท

จุดมุ่งหมายสำคัญของ บริษัทบุติคนิวัติ จำกัด (มหาชน) คือการหยิบยื่นความสวยงามและทันสมัยให้กับผู้หญิงทุกคน ผู้ซึ่งเต็มไปด้วยความรู้ ความสามารถ และสถานะทางสังคม เพื่อให้ทุกท่านดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นใจและมีความสุข ด้วยพนักงานมากกว่า 1,000 คน ที่มีความมุ่งมั่นในการเลือกเฟ้นสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดใน และพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเป็นเลิศ เพียงเพื่อความพึงพอใจที่สุดของลูกค้าทุกคน (<http://www.btnc.co.th>)

2.3.3. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท (ข้อมูลจาก <http://www.btnc.co.th>)

1) ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท บุติคนิวัติ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องนุ่งห่ม โดยสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องนุ่งห่มที่ได้รับลิขสิทธิ์ในการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าภายใต้ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียงคือ LOF•FI•CIAL, C&D (Classic and Difference) GUY LAROCHE, GEORGES RECH, SYNONYME, JOUSSE, LOUIS FERAUD และ FLIP โดยจัดอยู่ในตลาดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีระดับสูงของประเทศไทย ซึ่งมีการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามแหล่งที่มาดังนี้

- 1.1) กลุ่มสินค้าแฟชั่นนำเข้า
- 1.2) กลุ่มสินค้าแฟชั่นที่ผลิตภายใต้ลิขสิทธิ์
- 1.3) กลุ่มสินค้าแฟชั่นที่ออกแบบในประเทศ

2) การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย มีช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ช่องทางคือ

- 2.1) การค้าปลีก บริษัทฯ มีสาขาทั้งสิ้น 35 แห่ง ทั่วประเทศกรุงเทพฯ
- 2.2) การค้าส่ง ให้กับห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และบริษัทฯ ในเครือฯ

- 2.3) การให้บริการรูปแบบเฉพาะกิจ จำหน่ายให้กับหน่วยงานของรัฐและเอกชน

3) สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่ บริษัทบุญตศินวิษฐ์ จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ 1112/53-75 ซอย
สุขุมวิท 48 ถนนสุขุมวิท พระโขนง คลองเตย กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10110

โทรศัพท์ 0-2391-3320, 0-2391-3311

โทรสาร 0-2381-1656

เว็บไซต์ <http://www.btnc.co.th>

4) บริษัทในเครือ ประกอบด้วย

4.1) บริษัทภูเพชร จำกัด

4.2) บริษัทโชคธานี จำกัด

4.3) บริษัทภูมิกาญจน์ จำกัด

4.3) ห้างหุ้นส่วนสุขหทัย จำกัด

4.4) บริษัทบ้านประจวบจำกัด

4.5) บริษัทศิริชัยเกียรติ จำกัด

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

พรรณิกา เลิศรุ่งอรุณรัตน์ (2538: บทคัดย่อ) วิเคราะห์การดำเนินงานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมขนาดย่อมและครอบครัวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะการบริหารงานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วน รถจักรยานยนต์มีการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ มีการแบ่งงานเป็นแผนกตามลักษณะของงาน การบริหารการเงินมักทำโดยผู้ประกอบการหรือบุคคลในครอบครัว แต่ในส่วนของการบริหารการผลิตไม่มีการวางแผนการผลิต

วสันต์ วงศ์น้อย (2538: บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของบริษัทสัมพันธชิปปิ้ง จำกัด ที่ให้บริการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าไปต่างประเทศพบว่า ลำดับปัญหาในการดำเนินงานของบริษัทสัมพันธชิปปิ้ง จำกัด ประกอบด้วยปัญหาด้านประสานงานกรมศุลกากร ปัญหาด้านการตรวจปล่อยสินค้า ปัญหาทางด้านการบัญชีและปัญหาด้านธุรการ โดยมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาด้านการประสานงานกรมศุลกากรควรมีการวางแผนการทำงานให้สอดคล้องกับหน่วยงานอื่น และจัดวางกฎระเบียบการทำงานโดยให้หัวหน้าแผนกควบคุมการทำงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ด้านการตรวจปล่อยสินค้าควรปรับปรุงในการประสานงานอย่างเป็นระบบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนปรับปรุงระบบการจัดส่งสินค้าให้ได้ดีขึ้น ด้านการเงินควรปรับปรุงหามาตรการ

ไม่ให้ค่าใช้จ่ายในบริษัทสูงขึ้น ควรมีมาตรการควบคุมป้องกันการทุจริตต่างๆไม่ให้ มีโอกาสเกิดขึ้น และด้านธุรการควรมีการปรับปรุงนโยบายรับพนักงานใหม่และมีการรับสมัครพนักงานเสริมในส่วนที่ขาดแคลนจัดให้มีการประเมินผลการทำงานในระยะเวลาที่กำหนด

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้า

พนิดา สุจริตกุลธร (2538: บทคัดย่อ) ศึกษาการปรับตัวของแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอจากการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยี : ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมปั่นด้าย-ทอผ้า และอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ มีการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในระดับปานกลาง การวิเคราะห์ในองค์ประกอบของการปรับตัวพบว่า การปรับตัวเชิงการรับรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบการ ความพอใจในงาน และความสนใจในข่าวสารด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนประสิทธิภาพการทำงานเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

วนิดา อุดรา (2539: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาภาวะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปัจจุบันภายในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลสถิติจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และรายงานสถิติจากกรณีศึกษาต่าง ๆ เนื่องจากธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีการแข่งขันกันสูง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคแต่ละระดับของตลาดอย่างละเอียดในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่โครงสร้างของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในอดีตและปัจจุบันเพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงวัตถุดิบ อัตราค่าจ้างแรงงาน ต้นทุนการผลิต จำนวนโรงงาน และคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด

ธีราณา รุ่งเจริญพัฒนกิจ (2545: บทคัดย่อ) ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย เพื่อศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ในส่วนของอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรืออุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นส่วนสุดท้ายของอุตสาหกรรมสิ่งทอพบว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยมีจุดแข็งในเรื่องของ กำลังการผลิต มีแรงงานพอเพียง ตลาดในประเทศมีขนาดใหญ่เป็นต้น จุดอ่อนคือ ค่าแรงงานสูง ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ขาดผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ และ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเก่าล้าสมัย การวิเคราะห์สถานการณ์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแง่ของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย เทคโนโลยี ทรัพยากรบุคคล ตราสินค้า การสนับสนุนด้านการเงิน ภาษีนำเข้า และวัตถุดิบ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทบุญตึกนิวชิตี จำกัด (มหาชน) ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คุณปณิธาน ปวโรฬารวิทยา กรรมการผู้จัดการ บริษัทบุญตึกนิวชิตี จำกัด (มหาชน)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง ซึ่งคณะผู้วิจัยเป็นผู้กำหนดข้อความที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3.3 การรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทบุญตึกนิวชิตี จำกัด (มหาชน) จากเว็บไซต์

3.3.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.3 ประชุมระดมความคิดของคณะผู้วิจัยในการกำหนดข้อความในการสัมภาษณ์และข้อควรสังเกตในการเข้าศึกษาสถานที่จริง

3.3.4 ประสานงานในการเข้าศึกษาสถานที่จริง และการขอสัมภาษณ์

3.3.5 คณะผู้วิจัยเข้าศึกษาสถานที่จริง สอบถามการทำงาน และรับฟังการบรรยายสรุปการดำเนินงานของบริษัท และทำการสัมภาษณ์ตามหัวข้อที่กำหนดไว้

3.3.6 ประชุมสรุปผลการเข้าศึกษาสถานที่จริง

3.3.7 ถอดเทปการบรรยายและการสัมภาษณ์คุณปณิธาน ปวโรฬารวิทยา

3.3.8 สรุปผล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา การถอดเทปบทสัมภาษณ์ นำมาเรียบเรียงข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาระบบการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทบูติกนิวชิตี้ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้สอนในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม และเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์

จากการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ <http://www.btnc.co.th> ของบริษัทบูติกนิวชิตี้ จำกัด (มหาชน) พบว่าสินค้าประเภทเสื้อผ้าที่อยู่ในความดูแลของบริษัทมีหลายตราสินค้า โดยมีรูปแบบของสินค้าและกลุ่มเป้าหมายต่างกัน ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายยังร้านของบริษัทเองที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าต่างๆ โดยมีการจัดรูปแบบร้านค้าที่แตกต่างกันตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย รายละเอียดสินค้าที่ทำการผลิต ได้แก่

4.1.1 ตราสินค้า Guy Laroche

1) เอกลักษณ์ การใช้สีที่สดใส และรูปทรงของเสื้อผ้าที่เน้นการสวมใส่สบายคล่องตัว เป็นเครื่องแต่งกายสำหรับสตรีที่ชื่นชอบกับมาตรฐานการใช้ชีวิตที่เหนือใคร มีรสนิยม และรู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตนเอง ทุกคอลเลกชันออกแบบด้วยจินตนาการที่หรรษา คัดสรรเนื้อผ้าที่มีคุณภาพดีไซน์เพื่อสร้างความโดดเด่น สง่างาม โคร่งเสื้อสามารถทำให้ผู้สวมใส่มีบุคลิกที่ดี สร้างความมั่นใจ และมีความสุขจากภายในออกมาสู่ภายนอก แบ่งออกเป็น 4 สไตล์ตามวาระและโอกาสในการสวมใส่ประกอบด้วย

- 1.1) Sport เสื้อผ้าสปอร์ตแวร์ เหมาะกับการเดินทางที่ต้องการความคล่องตัว
- 1.2) Casual เป็นเสื้อผ้าใส่สบายในวันหยุดพักผ่อน
- 1.3) Business เสื้อผ้าสำหรับวันทำงาน ทำให้ผู้สวมใส่แลดูภูมิฐาน สง่างาม
- 1.4) Elegance เสื้อผ้าสำหรับไปงานเลี้ยงรับรอง สังสรรค์

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) อาคารอลซีชั้นเพลส ชั้น 1
- 2.2) เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 2

- 2.3) เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า ชั้น 1
- 2.4) อมรินทร์พลาซ่า ชั้น 2
- 2.5) สยามแสควร์ ซอย 5
- 2.6) เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ ชั้น 1
- 2.7) เซ็นทรัลพลาซ่าพระราม 3 ชั้น 1
- 2.8) แฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1
- 2.9) เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ชั้น 1
- 2.10) เซ็นทรัลพลาซ่าแจ้งวัฒนะ ชั้น 2



ภาพที่ 3 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Guy Laroche

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.2) ตราสินค้า C&D Classic and Difference

1) เอกลักษณ์ คือ เครื่องแต่งกายแนวคลาสสิกในรูปแบบที่เรียบสบาย มีรายละเอียดที่สร้างเสน่ห์ให้แก่ผู้สวมใส่ โทนสีอ่อนนุ่มสบายตา เนื้อผ้าใส่สบาย ทำจากใยธรรมชาติ สื่อความเป็นผู้หญิงที่รักและหลงใหลในธรรมชาติ ผสมผสานระหว่างศิลปะตะวันออกและตะวันตก

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) อมรินทร์พลาซ่า ชั้น 2
- 2.2) เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนาธิเบศร์ ชั้น 1
- 2.3) แฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1
- 2.4) ซีคอนสแควร์ ชั้น 2



ภาพที่ 4 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า C&D

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.3 ตราสินค้า LOF•FI•CIAL

1) เอกลักษณ์ แนวคิดเครื่องแต่งกายสำหรับผู้พิถีพิถันและต้องการสร้างบุคลิกที่โดดเด่น ภูมิฐาน ด้วยรูปลักษณะของชุดที่เน้นการสวมใส่ มอบความมั่นใจและให้ความรู้สึกที่สง่างามกับผู้สวมใส่ รูปแบบเสื้อผ้าแลดูสง่า เป็นสากล พิถีพิถันในรายละเอียด เหมาะสำหรับการเข้าสังคมที่เป็นพิธีการ สร้างเอกลักษณ์ของผู้นำได้อย่างชัดเจน

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) อมรินทร์พลาซ่า ชั้น 2
- 2.2) สยามแสควร์ ซอย 5
- 2.3) เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนธิเบศร์ ชั้น 1
- 2.4) แฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1
- 2.5) ซิคอนแสควร์ ชั้น 2



ภาพที่ 5 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า LOF•FI•CIAL

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.4 ตราสินค้า Jousse

1) เอกลักษณ์ รูปแบบเสื้อผ้าสำหรับหญิงสาวที่เต็มไปด้วยรอยยิ้ม และมั่นใจ ในการดำเนินชีวิตระดับ Young Executive เลือกที่จะสุภาพและคล่องแคล่วทันสมัยตามแฟชั่น รักอิสระ เชื่อมั่นในตนเอง ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานทุกๆ วัน แฟชั่นจากฝรั่งเศส ที่มาพร้อมกับดีไซน์แปลกใหม่ เน้นสีสด และเนื้อผ้าอินเทรนด์ แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

- 1.1) Jousse Executive เป็นชุดทำงานที่เรียบ แลดูโก้
- 1.2) Jousse Society เป็นชุดสำหรับไปงานที่หวาน เรียบ ทันสมัย
- 1.3) Jousse Sport เป็นชุดสำหรับใส่สบาย แบบ Street Wear ด้วยเสื้อเชิ้ต เสื้อยืด และกางเกงยีนส์ตัวเก่ง

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) เซ็นทรัลพลาซ่ารามอินทรา ชั้น 1
- 2.2) เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ชั้น 1
- 2.3) เซ็นทรัลพลาซ่าแจ้งวัฒนะ ชั้น 2
- 2.4) เซ็นทรัลพลาซ่าบางนา ชั้น 2
- 2.5) แฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1
- 2.6) สยามแอสควร์ หอย 5



ภาพที่ 6 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Jousse

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.5 ตราสินค้า Louis Féraud

1) เอกลักษณ์ เป็นรูปแบบเสื้อผ้าชั้นสูงจากประเทศฝรั่งเศส การออกแบบจึงเน้นความสวยงามของผู้หญิงพร้อมความหรูหรา ด้วยรายละเอียดอย่างประณีตและสวยงาม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้คุณจดจำเห็นชื่อใครในสังคม

2) สถานที่จำหน่าย

2.1) โรงแรมดุสิตธานี

2.2) เพนนินซูล่า ฟลาซ่า ชั้น 2

2.3) เอ็มโพเรียม ชั้น 2



ภาพที่ 7 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Louis Féraud

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.6 ตราสินค้า GSP

1) เอกลักษณ์ แบ่งรูปแบบของเสื้อผ้าเป็น 3 รูปแบบ สำหรับการสวมใส่ในโอกาสที่แตกต่างกัน

1.1) GSP Gorgeous เสื้อผ้าสำหรับไปงานสังคมที่เพิ่มความหรูหราให้แก่ผู้สวมใส่

1.2) GSP Professional เสื้อผ้าสำหรับสวมใส่ทำงาน ที่สามารถปรับใส่ได้ทุกโอกาส สนุกสนานไปกับจินตนาการ mix and match

1.3) GSP Sport เสื้อผ้าแบบสปอร์ตที่ใส่สบาย แฝงความหรูหราด้วยลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์

2) สถานที่จำหน่าย

2.1) สยามแสควร์ ซอย 2

2.2) เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ชั้น 1

2.3) แฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1

2.4) เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 2

2.5) เซ็นทรัลพลาซ่า รัตนวิเบศร์ ชั้น 1

2.6) เอ็มโพเรียม ชั้น 2

2.7) สยามคอมเพล็กซ์ ชั้น 2

2.8) อมรินทร์พลาซ่า ชั้น 3

2.9) ไทม์แสควร์ ชั้น 1



ภาพที่ 8 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า GSP

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.7 ตราสินค้า Flip

1) เอกลักษณ์ เป็นการแต่งกาย 2 บุคลิกของผู้หญิงที่มีประสิทธิภาพ รู้คุณค่าของเวลา และทรัพยากร เหมาะกับผู้หญิงที่มีแผนการชีวิต มีวินัย สร้างสรรค์ สามารถเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จัดเป็นนวัตกรรมใหม่ของเสื้อผ้าสไตล์ลาลอง ที่สามารถสวมใส่ได้สองด้าน ด้วยดีไซน์ที่นำสองความแตกต่างมาอยู่ในหนึ่งเดียว แค่เพียงพลิกเดียวสามารถเปลี่ยนบุคลิก และอารมณ์ของผู้สวมใส่ เหมาะสำหรับสาวยุคใหม่ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง และนักเดินทางที่ไม่เคยหยุดนิ่ง เน้นการแต่งกายในสไตล์ mix and match ที่ทำให้การแต่งตัวเป็นเรื่องสนุกมากขึ้น

2) สถานที่จำหน่าย (วางในร้านสาขาที่จำหน่ายตราสินค้า จูส)

- 2.1) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่ารามอินทรา ชั้น 1
- 2.2) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ชั้น 1
- 2.3) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าแจ้งวัฒนะ ชั้น 2
- 2.4) จูส สาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1
- 2.5) จูส สาขาสยามแสควร์ชอย 5
- 2.6) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าบางนา ชั้น 2



ภาพที่ 9 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Flip

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.8 ตราสินค้า Stephanie

1) เอกลักษณ์ เสื้อผ้าสำหรับผู้ที่ต้องการความท้าทาย ความมั่นใจในการสวมใส่ทุกโอกาส และง่ายในการดูแลรักษา

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) เซ็นทรัล บางนา ชั้น 2
- 2.2) เซ็นทรัล พระราม 2 ชั้น 1
- 2.3) อิมพีเรียล ลาดพร้าว ชั้น 2
- 2.4) โลตัส บางกะปิ ชั้น 1

4.1.9 ตราสินค้า Switch

1) เอกลักษณ์ เสื้อผ้าสำหรับผู้รักความเป็นอิสระ เปลี่ยนแปลง สนุกสนาน ทันสมัย ไร้ขีดจำกัดในการดำรงชีวิตที่มุ่งมั่นไปสู่ความสำเร็จ ด้วยเอกลักษณ์ส่วนตัว

2) สถานที่จำหน่าย (วางในร้านสาขาที่จำหน่ายตราสินค้า จูส)

- 2.1) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่ารามอินทรา ชั้น 1
- 2.2) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ชั้น 1

2.3) จูส สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าแจ้งวัฒนะ ชั้น 2

2.4) จูส สาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 1

2.5) จูส สาขาสยามแสควร์ซอย 5



ภาพที่ 10 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Switch

ที่มา : http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

4.1.10 ตราสินค้า Pepsi Jeans

1) เอกลักษณ์ เป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์ของ Pepsi Co. (สหรัฐอเมริกา) ซึ่งเป็นเสื้อผ้าแนวสตรีทแวร์ (เสื้อยืดและกางเกงยีนส์) สำหรับคนรุ่นใหม่ทั้งชายหญิง ที่เน้นเรื่องราวของดนตรี และกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับ Pepsi และสอดคล้องกับโลกแห่งแฟชั่น ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมวัยรุ่น ที่ต้องการจะแสวงหาสิ่งใหม่ และเปี่ยมด้วยพลัง รูปแบบเสื้อที่ทันสมัย ผสมผสานกับความเป็นวินเทจ ด้วยเทคนิคการฟอก พิมพ์ และเย็บปะ สะท้อนถึงอารมณ์ของวัยรุ่น ที่ชอบลอง ชอบลุย และค้นหาสิ่งใหม่ๆ ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2) สถานที่จำหน่าย

- 2.1) สยามเซ็นเตอร์ ชั้น 3
- 2.2) เซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยาบีช ชั้น 3
- 2.3) เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ชั้น 2



ภาพที่ 11 ตัวอย่างเสื้อผ้า ตราสินค้า Pepsi Jeans

ที่มา : http://women.mthai.com/views_Catwalk-Show_3_9_20385_1.women

4.1.11 ตราสินค้า Uniform Specializer

1) เอกลักษณ์ เสื้อผ้าเพื่อการสื่อสาร เอกลักษณ์ขององค์กร รวมความหมายเป็นหนึ่งเดียว โดยจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อดูแลการออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายสำหรับองค์กร ซึ่งมีการให้บริการใน 2 ลักษณะ คือ การบริการการออกแบบ และการบริการผลิต

การบริการการออกแบบ โดยบริษัทจะทำการศึกษาภาพลักษณ์ วัตถุประสงค์หลัก การดำเนินงานและวิสัยทัศน์ขององค์กร รวมถึงการศึกษาสถานที่ให้บริการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาวิเคราะห์และนำเสนอกลุ่มสี ลายผ้า เอกลักษณ์ รูปแบบและเนื้อผ้า รวมถึงเครื่องแต่งกายอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ เนคไท เข็มขัด และกระเป๋ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสัญลักษณ์ขององค์กร ทั้งนี้การออกแบบจะเน้นการส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ ขณะเดียวกันก็จะช่วยส่งเสริมบรรยากาศการ

ทำงานและการให้บริการขององค์กร เพื่อสร้างการจดจำและความรู้สึกที่ดีต่อพนักงานในองค์กรและบุคคลภายนอกที่มาติดต่อกับองค์กร

การบริการผลิต บริษัทจะให้บริการตัดเย็บที่เน้นรูปทรงและการสวมใส่ที่สบายตัว โดยการจัดเตรียมกลุ่มขนาดเสื้อที่พอเพียงแก่องค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกขนาดให้เหมาะสมกับการสวมใส่ และจัดทำระยะเวลาการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐานของบริษัทให้ประสบความสำเร็จในคุณภาพที่ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

2) องค์กรที่ให้บริการ เช่น

- 2.1) ธนาคารกสิกรไทย
- 2.2) ธนาคารกรุงไทย
- 2.3) ธนาคารกรุงเทพ
- 2.4) บริษัทเครือปูนซีเมนต์ไทย

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำงานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากการศึกษากระบวนการทำงานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปของบริษัท นุดิณวิษฐ์ จำกัด (มหาชน) พบว่า มีการแบ่งการผลิตไปตามบริษัทต่างๆ ที่อยู่เครือ ประกอบด้วย บริษัทภูเพชร จำกัด บริษัทบ้านประจวบ จำกัด และบริษัทศิริชัยเกียรติ จำกัด

4.2.1 นโยบายเป้าหมายของงาน

ในการทำงานพนักงานทุกคนต้องศึกษานโยบายเป้าหมายของงานที่ได้รับมอบหมายมาให้เข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

1) การวางแผน เพื่อจะช่วยให้สามารถมองเห็นเหตุการณ์ข้างหน้า ว่าอะไรควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติ และควรเตรียมการไว้อย่างไรบ้าง เพื่อจะทำให้สามารถนำไปสู่จุดมุ่งหวังดังที่วางแผนไว้ และสามารถที่จะประหยัดในการปฏิบัติงานไม่สิ้นเปลือง

2) การจัดองค์กร คือการจัดงานและบุคคลให้อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยมีสายงาน ขั้นตอนการกระจายงานตามความรับผิดชอบ กำหนดงานว่าอะไรควรทำก่อนและหลัง แบ่งงานออกเป็นกลุ่ม มอบหมายส่วนบุคคลที่ปฏิบัติกำหนดตัวหัวหน้าให้รับผิดชอบงานนั้นๆ ให้มีการประสานงานกันเป็นทีม

2.1) การจัดงานบุคคล โดยการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมกับงาน พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ รับผิดชอบงานนั้น ก็ต้องรู้และเข้าใจ สามารถทำได้และเชี่ยวชาญในสายงานที่รับผิดชอบ

2.2) การบัญชาการ ให้งานบรรลุตามเป้าหมาย โดยดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้

- 2.3) การควบคุม ติดตามงานว่าแผนงานที่วางไว้นั้นบรรลุเป้าหมายหรือไม่ และมีอุปสรรคอะไรหรือไม่ เพื่อที่จะได้หาวิธีวางแผนงานใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

4.2.2 ความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องในการควบคุมกระบวนการ

- 1) กรรมการผู้จัดการ รับผิดชอบในการควบคุมให้มีการวางแผนการผลิต และควบคุมการประสานงานการผลิตทั้งภายในและภายนอกบริษัท
- 2) ผู้จัดการโรงงาน รับผิดชอบในการควบคุมกระบวนการผลิต และประสานงานการผลิตภายในบริษัท
- 3) หัวหน้าแผนกการตลาด รับผิดชอบในการประสานงานกับลูกค้าและภายในบริษัท
- 4) หัวหน้าแผนกวางแผน รับผิดชอบในการวางแผนการผลิตและแผนการจัดหาวัตถุดิบและปรับแผนการตามความจำเป็น
- 5) หัวหน้าแผนกจัดซื้อ รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอและทันกับความต้องการของกระบวนการผลิต
- 6) หัวหน้าแผนกโกดังวัตถุดิบ รับผิดชอบในการควบคุมการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ และควบคุมดูแลการเก็บรักษาวัตถุดิบ การทำงานในแผนกเริ่มตั้งแต่การนำวัตถุดิบและอุปกรณ์เข้าจัดเก็บในโกดัง การจ่ายวัตถุดิบ การตัดบัญชีวัตถุดิบและอุปกรณ์ (ตัด stock) การตรวจเช็ค และการจัดทำสรุปส่งเข้าสำนักงาน
- 7) หัวหน้าแผนกควบคุมคุณภาพ รับผิดชอบในการควบคุมการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ทั้งสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การทำงานในแผนกเริ่มจากการรับงานจากแผนกเย็บ ทำการแยกขนาดผลิตภัณฑ์ ตรวจเช็คตามรายละเอียด (specification) หากบกพร่องส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข หากไม่ต้องแก้ไขหรือแก้ไขเรียบร้อยแล้วก็จัดส่งเพื่อตรวจสอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายต่อไป ขั้นตอนในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายจะเริ่มจากการรับงาน ตรวจเช็คงานว่าได้ครบตามจำนวนหรือไม่ ทำการจ่ายงาน (เพื่อติดกระดุม เจาะรั้งคุม สอย ตัดค้าย) และจัดส่งต่อยังการตรวจสอบคุณภาพ โดยเมื่อแผนกตรวจสอบคุณภาพรับงาน จะทำการแยกขนาด ตรวจเช็คความเรียบร้อยเพื่อทำการแก้ไขและจัดส่งต่อไปยังแผนกจัดส่งต่อไป
- 8) หัวหน้าแผนกจัดส่ง รับผิดชอบในการควบคุมการบรรจุผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามแผนงานและมาตรฐานการปฏิบัติ การทำงานในแผนกเริ่มจากการรับงาน แยกขนาด ทำการตรวจเช็คติดราคา สวมถุง บรรจุกล่อง จัดส่งให้กับแผนกโกดังสำเร็จรูป

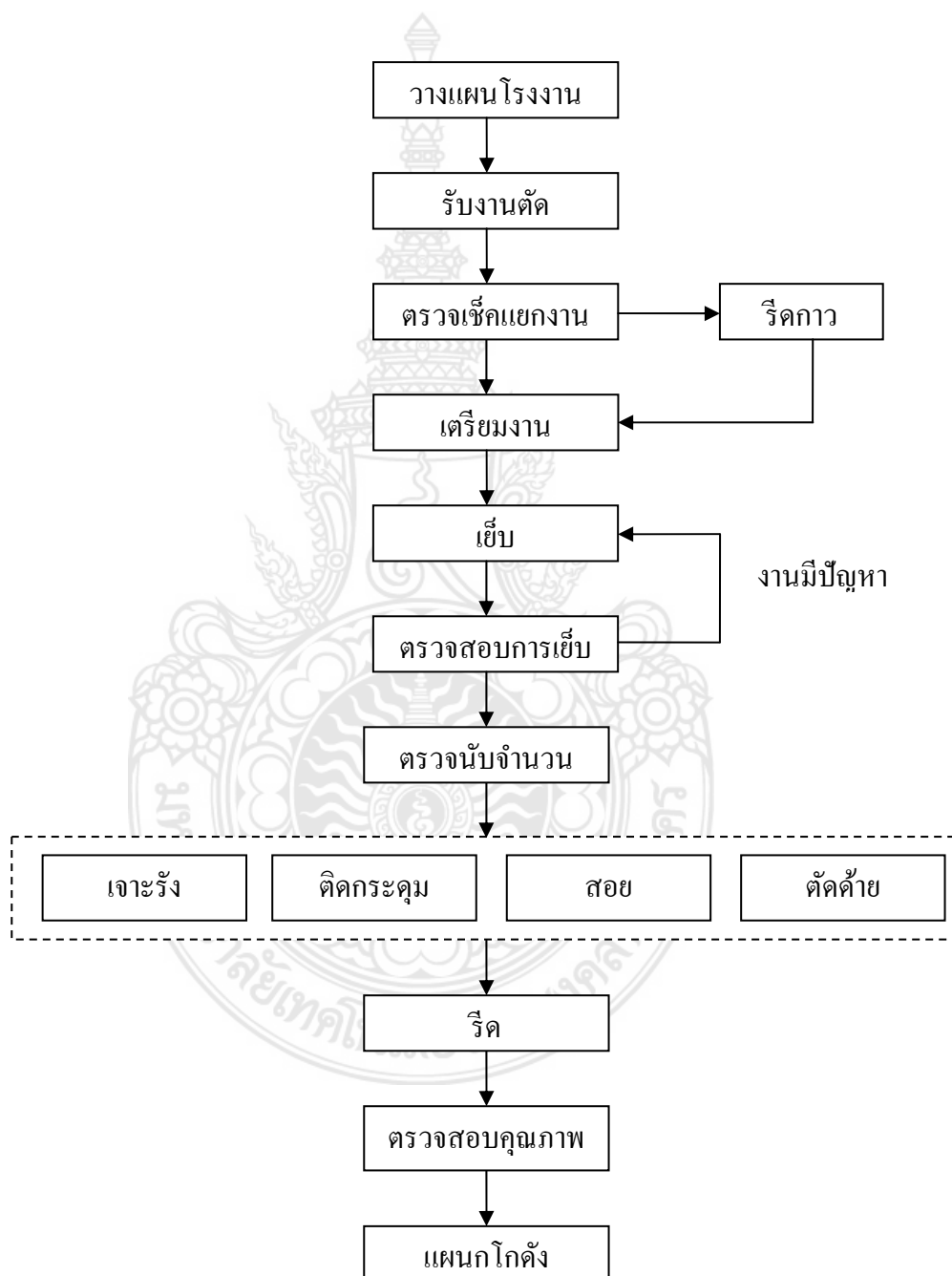
9) หัวหน้าแผนกโกดังสำเร็จรูป รับผิดชอบในการควบคุมดูแลกระบวนการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การทำงานในแผนกเริ่มจากการรับงาน ทำการตรวจเช็ค แยกขนาด จัดร้าน ตรวจเช็ค และจัดส่งหน้าร้าน

4.2.3 ขั้นตอนการทำงาน

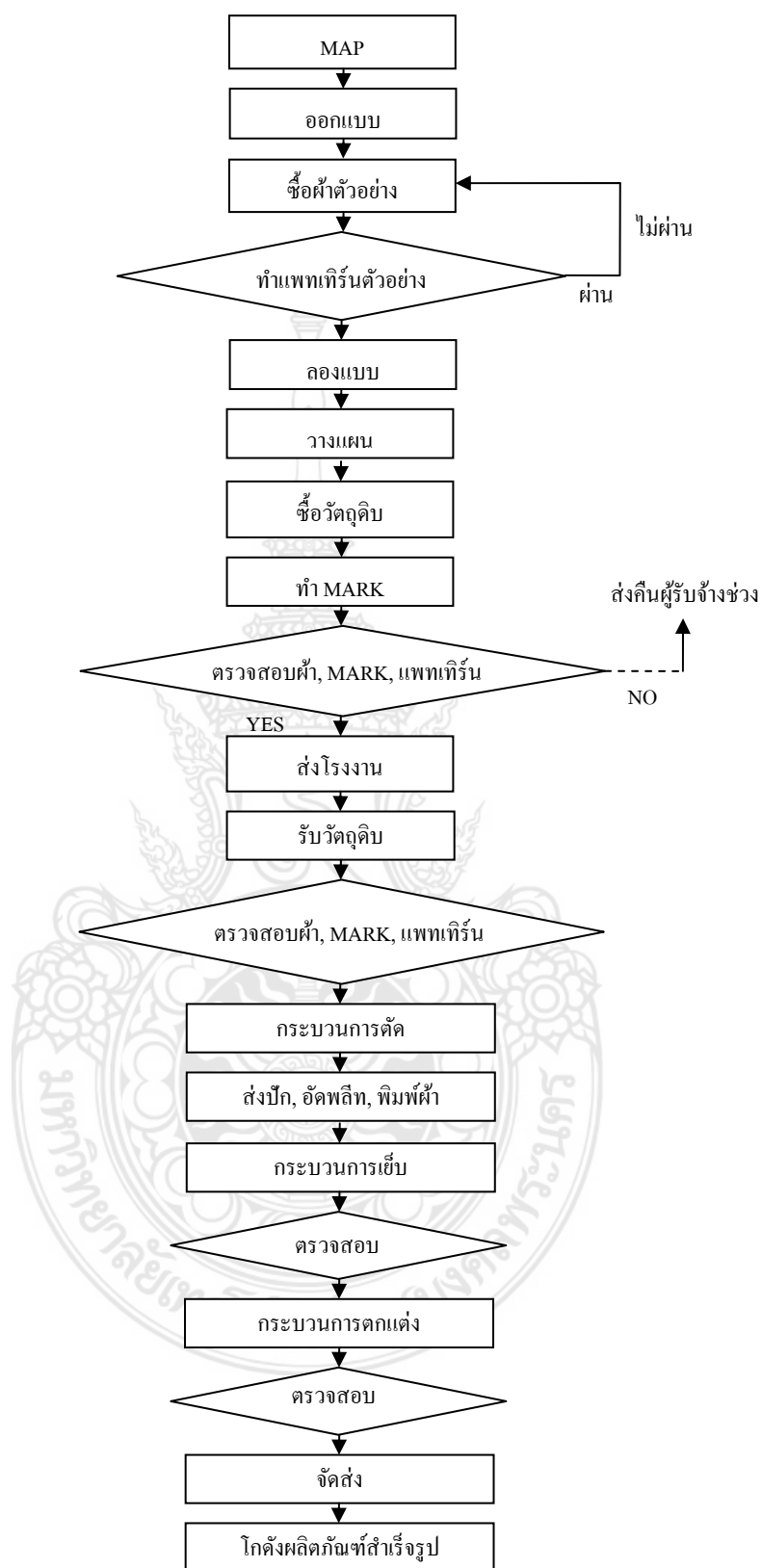
- 1) การประชุมประสานงานออกผลิตภัณฑ์ใหม่
 - 1.1) ประชุมร่วมกับลูกค้าในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (map) โดยมีแผนกการตลาด ออกแบบผลิตภัณฑ์แล้วนำเสนอให้ลูกค้าพิจารณาตกลงรับแบบของผลิตภัณฑ์
 - 1.2) แผนกจัดซื้อ จัดซื้อผ้าตัวอย่างมาเพื่อส่งให้บริษัทบ้านประจวบ จำกัด ทำแพทเทิร์นตัวอย่างและผลิตภัณฑ์ตัวอย่างและลองผลิตภัณฑ์ตัวอย่างนั้นร่วมกัน
- 2) การวางแผนและเตรียมงานก่อนทำการผลิต
 - 2.1) แผนกการตลาด รับคำสั่งผลิตจากลูกค้า
 - 2.2) แผนกวางแผน รับข้อมูลจากแผนกการตลาดนำมาใช้วางแผนการผลิตและคำนวณปริมาณความต้องการวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อเตรียมการสั่งซื้อวัตถุดิบ
 - 2.3) แผนกจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบตามแผนงานที่วางไว้ ตามเอกสารวิธีการจัดซื้อ
 - 2.4) บริษัทภูเพชร จำกัด จัดทำ Mark
 - 2.5) แผนกโกดังวัตถุดิบ รับวัตถุดิบที่แผนกจัดซื้อสั่งซื้อไว้ และทำการตรวจสอบและเก็บรักษาวัตถุดิบตามเอกสารวิธีการตรวจสอบวัตถุดิบ
- 3) การดำเนินการผลิต
 - 3.1) วัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจะถูกส่งไปยังส่วนของโรงงาน แล้วนำเข้ากระบวนการตัด โดยมีหัวหน้าแผนกตัดรับผิดชอบในการตรวจรับวัตถุดิบ และนำเข้ากระบวนการตัด บางครั้งอาจมีการส่งให้ผู้รับจ้างช่วงทำการปัก อัดพลีท พิมพ์ผ้าตามเอกสารวิธีการควบคุมกระบวนการตัด
 - 3.2) หัวหน้าแผนกเย็บ ควบคุมกระบวนการเย็บ ตามเอกสารวิธีการควบคุมกระบวนการเย็บ โดยเมื่อทำการรับงาน จะจ่ายงานให้แผนกเย็บ เย็บตามรูปแบบและใบสั่งผลิต จัดส่งต่อไปเพื่อการตรวจสอบคุณภาพ

4.2.4 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยกระบวนการหลักขององค์กรตามผังการไหลของงานและกระบวนการย่อยในแต่ละงาน ได้แก่ กระบวนการตัด กระบวนการเย็บ กระบวนการตกแต่ง กระบวนการจัดส่ง และกระบวนการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ตัวอย่างขั้นตอนกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (บริษัทภูเพชร) ดังแสดงในภาพที่ 12



ภาพที่ 12 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (บริษัทภูเพชร)



ภาพที่ 13 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

ตามปกติที่บริษัทแห่งนี้จะทำเองทุกกระบวนการ พนักงานทุกคนจะทำงานเฉพาะอย่าง แต่ต้องทราบทุกหน้าที่ที่อยู่ในงานของตนเพื่อให้สามารถหมุนเวียนการทำงานได้

การทำงานมักยึดตามเอกสารเป็นสำคัญ เช่น การปูผ้า พนักงานจะได้รับเอกสารการคำนวณผ้า เมื่อทำการเบิกผ้าตามจำนวนที่ต้องการใช้ก็สามารถทำการปูผ้าได้เลย เป็นการลดขั้นตอนการทำงาน ไม่เสียเวลาคิด และไม่ทำให้งานหยุดชะงักอีกด้วย

4.3 สรุปผลการเข้าศึกษาข้อมูลในสถานที่จริง

จากการเข้าศึกษาข้อมูลที่บริษัทบุตทิกนิวิซตี้ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2552 สรุปข้อมูลที่ได้นี้

4.3.1 การวางแผนการผลิต

เมื่อรับคำสั่งซื้อ (order) จากลูกค้า ฝ่าย IT จะเป็นผู้ประสานงาน วางแผนการทำงาน ระบุว่าต้องใช้ผ้า หรือวัสดุชนิดใดก่อนหรือหลัง ในการผลิตแต่ละครั้งจะดูว่ามีวัตถุดิบใดยูบ้าง และทำการผลิตจากวัตถุดิบที่มีอยู่เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในกระบวนการผลิต ดังนั้นผู้ทำหน้าที่ทำแบบตัดต้องประสานงานกับแผนกวัสดุหรือโกดังผ้าด้วย

การวางแผนการทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ จะมีผู้วางแผนมาให้ เช่น แบบตัดที่จะนำมาตัดในแต่ละครั้งจะถูกวางแผนแบบตัดด้วยคอมพิวเตอร์ก่อน ซึ่งอาจใช้พนักงานเพียง 2 คน ทำส่งมาให้ผู้ทำหน้าที่วางแผนตัดซึ่งแบบดังกล่าวสามารถนำไปวางแผนแบบตัดต่อได้ทันทีโดยที่ผู้ทำหน้าที่วางแผนแบบตัดไม่ต้องเสียเวลาในการคิดว่าจะต้องทำการวางแผนแบบตัดดังกล่าวอย่างไร

4.3.2 การทำแบบตัดและการตัดเย็บเสื้อตัวอย่าง

การทำแบบตัดจะทำโดยแยกแผนกออกไปต่างหาก ซึ่งแบบตัดที่ทำมีทั้งที่เป็น local brand และ uniform ในการทำงานควรทราบว่ามีผ้าชนิดใดยูบ้าง เมื่อทำแบบตัดแล้วจะทำการเย็บเสื้อตัวอย่าง (แยกออกจากแผนกทำแบบตัด) เพื่อลองแบบตัด และดูขนาด รูปทรงของเสื้อ หากเป็นที่พอใจแล้วก็จะทำการปรับขยายแบบตัด และวางมาร์ค ส่งต่อไปยังแผนกวางแผนแบบตัดต่อไป

4.3.3 การวางแผนแบบตัด

หลังการทำพล็อต (plot) แบบตัดลงบนกระดาษ ทำการตรวจสอบชิ้นส่วนของแบบตัดให้ครบทุกชิ้น ตรวจสอบรายละเอียดเทียบกับงานตัวอย่างว่าถูกต้องหรือไม่

ในการวางแผนตัดจะมีการให้รหัสแบบตัด ซึ่งตัวเลขในแบบตัดจะระบุถึง lot ที่ทำการผลิต รหัสแบบตัด ขนาด จำนวน นอกจากนี้อาจจะระบุถึงชนิดผ้าที่ใช้ ชิ้นส่วน รวมถึงจำนวนในแต่ละขนาด เพื่อที่จะต้องวางแผนตัดอย่างไรจึงจะเกิดความประหยัดผ้าและแรงงานในการทำงานมากที่สุด

ก่อนการวางแผนตัด จะมีข้อมูลเกี่ยวกับความกว้างของหน้าผ้าเพื่อป้องกันความเสียหายในการปูผ้าแต่ละชั้น เมื่อวางแผนตัดครบทุกชั้นจะมีการเขียนหมายเลขบนแบบตัดเพื่อใช้ในการตรวจสอบต่อไป ในบางครั้งการวางผ้าแต่ละครั้งจะดูจากขนาด (size) ที่ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อมากที่สุด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถตรวจสอบได้จากยอดจำหน่ายสินค้า ในการวางแผนตัดหากมีผ้าเหลือเป็นพื้นที่ว่างมากก็จะพิจารณาว่าจะเอาเสื้อขนาดใดมาวางแทรกในพื้นที่ว่างได้

การวางแผนตัดสำหรับผ้าตา ผ้าลายจะใช้กระดาษที่มีลักษณะตามลวดลายดังกล่าวก่อนนำไปวางบนผ้าจริงเพื่อป้องกันความผิดพลาด แต่แบบตัดบางชิ้นเมื่อวางแผนแล้วอาจเกิดความคลาดเคลื่อนก็จะใช้การตัดด้วยมือแทน หรือการตัดผ้าชีฟอง เมื่อปูผ้าแต่ละชั้นได้ตามความยาวที่ต้องการแล้วจะใช้การจิกแทนการตัด ดังนั้นริมของผ้าชีฟองอาจไม่เป็นเส้นตรง แต่เมื่อทำการวางแผนตัดต่อไปก็ต้องวางให้ตรงตามเกรนผ้า ซึ่งทำให้เกิดความสูญเสียผ้าค่อนข้างมากเพราะส่วนของริมผ้าที่ใช้การจิกแทนการตัดจะมีลักษณะเป็นเส้นเฉียงเกิดขึ้น

4.3.4 การปูผ้า

เมื่อได้รับเอกสารการคำนวณผ้าที่ต้องใช้ในการปูผ้า โดยระบุจำนวนชั้นและความยาวผ้าที่ต้องใช้ พนักงานจะทำการเบิกผ้าตามจำนวนที่ต้องการ ทำการปูผ้าโดยใช้โต๊ะกลมทำให้ผ้าไม่เกิดการเคลื่อนที่ขณะทำการตัดผ้า

ในการวางผ้าลายอาจพบปัญหาบ้าง เช่น คุณภาพการทอลายผ้าไม่ได้มาตรฐาน ลายไม่ตรงกัน การวางแผนจากเครื่องพล็อตหรือการปูผ้าหลายชั้นลายผ้าอาจเหลื่อมกันต้องแก้ปัญหาด้วยการวางแผนด้วยมืออีกครั้งหนึ่ง หรืออาจมีการเลื่อนแบบตัดให้ได้ลายที่ต้องการแต่จะสิ้นเปลืองผ้ามาก

4.3.5 การตัดผ้า

การตัดผ้าใช้เครื่องตัดแบบใช้เลเซอร์ที่ตัดได้แม่นยำ ความเร็วในการทำงานของเครื่องในการตัดแต่ละครั้งดูจากลักษณะของผ้าที่ทำการตัดว่ามีความลื่นมากน้อยเพียงใด จำนวนชั้นการปูผ้ามีความหนาหรือบาง ตามปกติเครื่องจะตัดได้ที่มีความหนาในการปูผ้าประมาณ 120 ชั้น ดังนั้นการรับคำสั่งในการผลิตแต่ละครั้งจะมากหรือน้อยก็ไม่ต่างกันนักเพราะมีต้นทุนการผลิตใกล้เคียงกัน จำนวนชั้นน้อยจะยังมีการแยกมัดชิ้นงานหรือ bundle มาก ซึ่งแต่ละมัดงานจะมีเอกสารกำกับเพื่อป้องกันเรื่องผ้าต่างสี หลังการตัดจะมีการส่งผ้าที่ตัดแล้วออกไปยังโรงงานภายนอกทุกวัน ซึ่งที่ห้องตัดแห่งนี้จะทำการตัดผ้าเพียงอย่างเดียวแล้วส่ง ไปยังโรงงานในเครือข่าย เช่น

- 1) โรงงานโซคราณี ตั้งอยู่แถวถนนสุวินทวงศ์ ผลิตเสื้อฝ้ายตราสินค้า Guy Laroche, Flip
- 2) ห้างหุ้นส่วนจำกัดศุภไทย ตั้งอยู่แถวถนนนวลจันทร์ และโรงงานภูมิกาญจน์ ตั้งอยู่ที่ จังหวัดกาญจนบุรี ผลิตสินค้าประเภทเครื่องแบบ (uniform)
- 3) บริษัทภูเพชร ตั้งอยู่แถวถนนมีนบุรี ผลิตเสื้อฝ้ายตราสินค้า GSP, Jousse

4.3.6 การพิมพ์ลวดลาย

งานพิมพ์ลวดลายผ้าจัดเป็นงานใหม่ที่ทางบริษัทเพิ่งเริ่มพิมพ์ลายเอง โดยเมื่อรับข้อมูลรูปแบบลวดลายจากฝ่ายข้อมูล จะทำการบันทึกข้อมูล และทำรีพีท (repeat) ของลายด้วยโปรแกรม Photoshop และ Illustrator แปลงไฟล์เป็นแบบ Jpeg ส่งเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการพิมพ์ตามลวดลายและขนาดที่ป้อนข้อมูลไว้ด้วยเครื่อง Textile Jet Tx3-1600 ที่สามารถพิมพ์ลวดลายได้หน้ากว้างถึง 60 นิ้ว และมีการพัฒนาให้ใช้กับสรีร์แอคทีฟได้เพื่อให้สามารถพิมพ์บนผ้าฝ้ายและผ้าไหมได้

สำหรับผ้าโพลีเอสเตอร์มักพิมพ์ด้วยสติกเกอร์ซึ่งต้องเสียเวลาในการล้างเครื่องหลังการพิมพ์ ส่วนกราฟิกที่ใช้ในการพิมพ์มี 3 แบบ คือ แบบรูปภาพ แบบกราฟิก และแบบเส้น

ในการเตรียมผ้าเพื่อทำการพิมพ์ลวดลายจะนำผ้ายืดมาทำการฟอก อบน้ำยาโดยการเคลือบ(pad) กาวเพื่อให้สีซึมได้ดีขึ้น นำไปพิมพ์ลวดลาย นำไปตกแต่ง (finishing) เพิ่มเติม ในการพิมพ์ตัวอย่างลวดลายทำโดยการพิมพ์โดยใช้ความเข้มของสีตามปกติและการพิมพ์แบบเพิ่มความเข้มของสี 20 เปอร์เซ็นต์ และลดความเข้มของสี 20 เปอร์เซ็นต์ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของสีหลังการนำไปตกแต่งเพิ่มเติม สำหรับผ้าที่พิมพ์ลวดลายแล้วหากยังไม่ได้ทำการตกแต่งเพิ่มเติมจะต้องใช้กระดาษห่อไว้เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงของสีจากแสงต่าง ๆ

4.3.7 ตัวอย่างเอกสารที่ใช้ในกระบวนการผลิต

1) ใบวางแผนที่ใช้ในโรงงาน เพื่อจะดูว่างานนั้นสามารถที่จะทำได้ทันหรือไม่ หากทำไม่ทันต้องลด จำนวนการผลิตหรือยกเลิกไปเลย ใบวางแผนนี้ช่วยลดขั้นตอนการทำงานได้มากเพราะมีรูป ตัวเลข รหัสงาน ให้ดูพร้อมกัน ซึ่งเมื่อก่อนต้องทำงานด้วยมือทั้งหมดทำให้เกิดความล่าช้า

ตัวเลขที่กำหนดในเอกสาร เช่น กำหนดเย็บเสร็จ 30/5 เลข 30 หมายถึงวันที่ เลข 5 หมายถึงเดือน สัญลักษณ์ * หมายถึง อยู่ระหว่างดำเนินการ ส่วน สัญลักษณ์ *✓ หมายถึง ดำเนินการแล้ว

2) ใบบันทึกการผลิต ระบุจำนวนการผลิตต่อวัน ชิ้นส่วนที่ทำการผลิต การเย็บ การตรวจสอบ ในแต่ละช่วงเวลาของแต่ละวัน สรุปเป้าหมายการผลิตแต่ละวัน

3) รายงานส่งสินค้าขายประจำเดือน ระบุตราสินค้า จำนวนตัว และจำนวนเงินของสินค้าแต่ละตราสินค้าที่ได้ส่งขายในแต่ละวัน

LEVEL : 41 GROUP : 4 LINE : Business

DELIVERY : X 09/06/08

รูป	No.S	รหัสสินค้า							ราคา	ประเภท	ตัวอักษร BTNC	หน้า ผ้า	ผ้าเข้า	P.T.	ขาย	MARK	ส่งโรงงาน			ส่งตรงวัน 09/06/08	ส่งครบ	หมายเหตุ
																	ตัดจริง	งานนอก/ปัก	เย็บเสร็จ			
	276	2J74900 CE0X94 0110 J61							1,790	NEW	60	30/5	✓	✓	✓	✓	*✓	30/5	*	4/6	127	
	Size	34	36	38	40	42	44	46	F	รวม												
	Ref.No.		20	30	20	10				80												
	1																					
	339	2J34N00 P00X37 093C 701							3,290	NEW	80		✓	✓	✓	✓	*✓	31/5	*	5/6	128	
	Size	34	36	38	40	42	44	46	F	รวม												
	Ref.No.		20	30	20	10				80												
	57																					
	398	2J14100 PE0X40 194G 000							2,790	NEW	55	32/4	✓	✓	✓	*✓	✓	*✓		✓	129	
	Size	34	36	38	40	42	44	46	F	รวม												
	Ref.No.		15	30	25	10				80												
	141																					
	399	2J40100 PE0X40 194G 000							1,790	PCC	51	n	✓	✓	✓	*✓	✓	*✓		✓	130	
	Size	34	36	38	40	42	44	46	F	รวม												
	Ref.No.		15	25	25	15				80												
	142																					
รวม		0	135	200	140	65	0	0	0	540												

ภาพที่ 14 ตัวอย่างเอกสารใบวางแผนโรงงาน

บันทึกการผลิต

วันที่/...../.....

เวลา	แขน				ขึ้นหน้า				ขึ้นหลัง				สาบ		ต่อไหล่ ต่อข้าง		เข้าแขน				ประกอบ ตัวนอก + ใน	
	ตัวนอก		ตัวนอก		จับใน		ตัวนอก		จับใน		ตัวนอก						ตัวนอก		จับใน			
	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.	เย็บ	Q.C.
400 ตัว / 1 วัน																						
08.00 - 10.00																						
10.00 - 12.00																						
13.00 - 15.00																						
15.00 - 17.00																						
17.00-																						
เป้าหมายวันนี้																						
ยอดขณะนี้																						
เป้าหมายรวม																						
ยอดสะสม																						
ยอดคงเหลือ																						

ภาพที่ 15 ตัวอย่างเอกสารบันทึกการผลิต

บริษัท ภูเพชร จำกัด

รายงานส่งสินค้าขายปลีกฯ ประจำเดือน.....พ.ศ.....

DATE ตราสินค้า	วันที่		วันที่		วันที่		TOTAL	
	จำนวนตัว	จำนวนเงิน (รวม VAT)	จำนวนตัว	จำนวนเงิน (รวม VAT)	จำนวนตัว	จำนวนเงิน (รวม VAT)	จำนวนตัว	จำนวนเงิน (รวม VAT)
GR								
SY								
JOUSSE J								
SWITCH								
GR SPORT								
Stephanie								
รวมทั้งหมด								

หมายเหตุ.....

.....

ภาพที่ 16 ตัวอย่างเอกสารรายงานส่งสินค้าขายประจำเดือน

4.4 สรุปผลการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์และรับฟังการบรรยายการดำเนินงานของบริษัทบุญคินิวซิติ จำกัด (มหาชน) จากคุณปณิธาน ปวโรฬารวิทยา กรรมการผู้จัดการ เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2552 นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงสรุปได้ดังนี้

4.4.1 การบริหารงาน

บริษัทบุญคินิวซิติเป็นบริษัทขาย มีร้านประมาณ 40 แห่ง และ corner อีก 100 แห่งกระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ รวมแล้วมีจุดขายหรือ position ประมาณ 140 แห่ง การบริหารงานเป็นแบบ push นำแนวความคิดมาจากประเทศฝรั่งเศส การทำ detail การมองตลาดจริง การประยุกต์ การพัฒนาจากการทำงาน ทุกคนในบริษัทต้องติดตามด้านการตลาดด้วย เพราะบริษัทไม่มีทีมวิจัยตลาด

สินค้าแต่ละตราสินค้าจะมีทีมบริหารจัดการสินค้า 4 คน ประกอบด้วย ช่างศิลป์ เจ้าหน้าที่จัด display ผู้ทำหน้าที่ merchandiser และเจ้าหน้าที่ทั่วไป

Merchandiser มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตและกลุ่มขาย แต่ที่บริษัทมีเฉพาะที่ฝ่ายขาย ในฝ่ายผลิตจะไม่มี Merchandiser อยู่ สำหรับผู้ทำหน้าที่ Merchandiser ในการวางแผนมีเพียง 1 คน เพื่อป้องกันความล่าช้าในการทำงาน ส่วน Merchandiser ด้านการขายจะทำหน้าที่ดูแลสินค้า ส่งข้อมูลแก่โรงงาน ช่วยดูแลงานของผู้จัดการ คิดว่าทำอะไรให้สินค้าขายได้ จะจัดโชว์สินค้า (Display) อย่างไร และต้องจำสินค้าที่ขายได้ในแต่ละวัน

ผู้จัดการมีหน้าที่ทำตลาด วิเคราะห์ตลาด ทำเอกสารที่มีสินค้าทุกตัว กรอกข้อมูลด้วยมือ เพื่อให้ทราบว่าสินค้าตัวใดขายได้หรือขายไม่ได้ การกรอกข้อมูลจะทำด้วยมือแทนการใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดการผ่านตาและการจำ ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์จะทำให้จำข้อมูลต่าง ๆ ได้น้อยกว่า

4.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่าย

บริษัทบุญคินิวซิติ เป็นผู้บริหารระบบการขาย โดยการรับข้อมูลจาก 140 แห่งขาย ซึ่งข้อมูลการขายมาจากยอดขายและตัวพนักงานขายเอง ซึ่งพนักงานขายทุกคนเป็นผู้ให้ข้อมูลการขายที่ดีที่สุด ทำให้ทราบว่าสินค้าแต่ละตัวมีความเป็นไปได้ในตลาดอย่างไร

ข้อมูลที่มาจากยอดขายบริษัทจะมีระบบสมาชิก ทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคจากระบบขายของบริษัท ทราบว่าลูกค้าคนไหนซื้อสินค้าอะไรบ้าง ซื้อวันไหน ซื้อตอนไหน ซื้อเวลาไหน ซื้อจำนวนกี่ชิ้น ซื้อไปฝากใคร หากอยู่ในระบบเทรนด์บริษัทจะทราบทั้งหมดเกี่ยวกับเรื่องของลูกค้า

เพราะฉะนั้นยอดขายจึงเป็นตัวหนึ่งในระบบเทรดรีเมมเบอร์ หากลูกค้าใช้มากเท่าไรบริษัทก็จะมีข้อมูลเฉพาะกลุ่มเพิ่มขึ้น

ส่วนข้อมูลอีกกลุ่มหนึ่งคือข้อมูลที่เกิดจากการขายจริงๆ จากสินค้าที่ขายออกไป กับผลตอบรับที่เกิดจากปากต่อปากของลูกค้า ซึ่งตรงนี้เรียกว่าเป็น consulting ที่ค่อนข้างสำคัญ

ข้อมูลที่เข้ามาจากแหล่งต่างๆ จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเวลาค่อนข้างมาก เทรนด์ที่เข้ามาก่อน 2 ปี กับข้อมูลที่ได้จากการขายจริงๆ แล้วเป็นคนละเรื่อง แต่ข้อมูลที่ได้จากลูกค้าทำให้บริษัทมั่นใจได้ว่าบริษัทมีสินค้าบางอย่างแท้จริงแล้วไม่มีเทรนด์ หรือว่ามีเทรนด์น้อย ยกตัวอย่างง่าย ๆ สินค้าประเภทกางเกงยีนส์ บริษัทไม่ได้ดูแลผลิตภัณฑ์ตัวนี้ในฐานะที่เป็นสินค้า product แต่ดูแลในฐานะที่เป็นสินค้าที่ขายได้เรื่อย ๆ

4.4.3 การผลิต

ปัจจุบันระบบตัดในโรงงานมีมูลค่าประมาณ 20 ล้านบาท ซึ่งสามารถแก้ปัญหาการสูญเสียผ้าได้มากขึ้น เมื่อก่อนทางบริษัทต้องส่งผ้าไปตัดยังโรงงานภายนอกซึ่งเป็นโรงงานเครือข่าย แม้จะทราบจำนวนผ้าทั้งหมดที่มีอยู่ แต่ไม่สามารถควบคุมปริมาณการใช้ผ้าและปริมาณผ้าที่เหลือจากการตัดผ้าได้ ทำให้เกิดปัญหาค่อนข้างมาก

หากต้นทุนของผ้าราคาหลาละ 300 – 500 บาท ในการปูผ้าต้องการใช้ผ้า 1,000 หลา ต้นทุนจะตกประมาณ 300,000 บาท ดังนั้นต้องมีการคิดว่าจะปูผ้าและวางแผนตัดอย่างไรให้เกิดความคุ้มค่าที่สุดหากสามารถใช้ผ้าได้มากถึง 90 เปอร์เซ็นต์ จะมีส่วนสูญเสียประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น หรือคิดเป็นต้นทุนที่ต้องเสียไปประมาณ 30,000 บาท ซึ่งจุดนี้ทางโรงงานที่เป็นผู้รับตัดผ้าอาจไม่ได้คำนึงถึง คิดเพียงตัดให้ครบจำนวนตาม order เท่านั้น เมื่อตัดผ้าได้แล้ว การใช้ส่วนตกแต่งส่วนประกอบ หรือ accessories ต่างๆ จะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก

บริษัทบูติกนิวซิดีเป็นผู้เลือกสินค้าที่จะขายได้ส่งต่อไปทาง ODM โดยเมื่อข้อมูลจากเทรนด์เข้ามา ทาง ODM จะต้องทราบจำนวนกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางบริษัทจะแบ่งว่าเป็นเสื้อประมาณกี่ตัว แพทเทิร์นประมาณนี้แต่ไม่บอกว่าแพทเทิร์นเป็นอย่างไร ต้องการกี่แบบ แบบหนึ่งประมาณกี่ตัว ทาง ODM ก็จะกลับไปคิดในรายละเอียดว่าตัวเองจะอย่างไรให้น่าสนใจ ดังนั้น ODM จะเป็นคนออกแบบตามโจทย์ที่บริษัทให้ หลังทำแบบตัดแล้วก็จะเสนอกลับมายังบริษัทเพื่อการตัดสินใจ

ODM หรือ Original Design Manufacturer หมายถึง ผู้ผลิตที่มีกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

OEM หรือ Original Equipment Manufacturer หมายถึง ผู้รับจ้างผลิตที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตเฉพาะทาง

OBM หรือ Original Brand Manufacturer หมายถึง ผู้ผลิตที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง

โรงงานที่เป็น ODM ของบริษัท คือ บริษัทโชคธานี ทำการผลิตเสื้อผ้าสตรีตราสินค้า Guy Laroach, Jousse, Flip และบริษัทสินชัยเกียรติทำการผลิตในปริมาณน้อย ประมาณ 50 ตัว และมีหน้าที่จัดทำตัวอย่างเสื้อผ้าของสินค้าทุกตราสินค้า สำหรับบริษัทบ้านประจวบ จะทำการผลิตเสื้อผ้าตราสินค้า GSP และ Jousse และจัดหาของทุกอย่างที่บริษัททำไม่ได้ แต่บริษัทโชคธานีกับบริษัทสินชัยเกียรติจะทำเอง

4.4.4 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น (trends)

สำหรับข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น (trends) จะเข้ามาล่วงหน้าประมาณ 2 ปี ซึ่งเรื่องของแฟชั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความต้องการแต่ทุกคนไม่ทราบว่าต้องการอะไรในอนาคต การพัฒนาระบบเทรนด์เป็นการชี้้นำให้คนในตลาดมีความเชื่อแบบเดียวกัน มีความต้องการซื้อของแบบเดียวกับคนที่ตนรู้จักหรือชื่นชอบ ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าสินค้าด้านแฟชั่นเป็นความต้องการด้านกายภาพ (physical need) เป็น order supply แบบหนึ่งที่ต้องสนองความรู้สึกทางอารมณ์มากกว่า

บริษัทจะรับข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลจากแนวโน้มแฟชั่น และจากพนักงานขาย โดยผู้จัดการสินค้าทำหน้าที่คิด กำหนดรูปแบบชนิดสินค้า และจำนวน ของสินค้าแต่ละตราสินค้า (brands) เพื่อให้ ODM ทำการผลิต

ส่วนนักออกแบบเมื่อทำการออกแบบแล้วแบบที่ออกมาอาจขายได้หรือไม่ก็ได้ก็ได้ ซึ่งแบบที่ทำการออกแบบมี 2 ประเภท คือ แบบที่ขายได้แต่ไม่น่าสนใจ กับแบบที่น่าสนใจแต่ขายไม่ได้ ซึ่งระบบแฟชั่นมักไม่สนใจเรื่องความสมบูรณ์แต่ให้ความสนใจเรื่องการขายได้ แนวความคิดในการออกแบบสินค้าแต่ละคอลเลกชันจะมีการแยกการทำงานในแต่ละฤดูกาลเพื่อดูความต่อเนื่องหรือความสัมพันธ์ของสินค้าที่ทำออกมา และมีการกำหนดชนิดของผ้า ลวดลาย และสีที่ต้องการแยกในแต่ละเทรนด์

สินค้าประเภทกางเกงยีนส์ เสื้อเชิ้ต จะอยู่ในสมัยนิยมมาก ซึ่งสินค้าต่าง ๆ จะอยู่ในตลาดได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความน่าสนใจของสินค้า บางครั้งการนำเสนอสินค้าผ่านทางเรื่องราวต่าง ๆ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเรื่องราวที่ต้องการเล่าหรือสื่อออกไป แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เราจะเล่าเรื่องนั้นอย่างไรให้ลูกค้าสนใจ

การสร้างคอลเลกชันต้องหาความน่าสนใจ เช่น ภาวะโลกร้อน อาจเป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจ แต่อย่างไรที่จะทำให้ความชัดเจน สื่อถึงเสื้อผ้าได้ ถ้าตัดความรู้สึกรักของเสื้อผ้าที่เป็นปัจจัยสื่อออกไปให้เหลือเรื่องอารมณ์อย่างเดียว ก็ต้องไปมองอารมณ์ให้มีความน่าสนใจ การที่เราซื้อเสื้อผ้าเพราะเราซื้อเรื่องราวของเสื้อผ้านั้น

ตัวอย่างคอลเลกชันเรื่อง forest โดยทำเสื้อเชิ้ต อย่างแรกโทนเสื้อต้องออกสีเขียว ลายผ้าต้องเป็นลายต้นไม้ หากเป็นลายใบไม้แห้งคงเป็นไปได้น่าเบื่อเพราะเริ่มไม่เป็น forest หากต้องการมีลายเสื้อเข้าไปอยู่ในลาย จะต้องเล่าเรื่องอย่างไรให้เกิดความน่าสนใจ เวลาทำเสื้อจากหุ่นอาจทำลวดลายต้นไม้เป็นกลุ่มอยู่ตรงบริเวณอกของเสื้อตัวแรก เสื้อตัวต่อไปทำเป็นลายเสื้อกำลังกระโดด ก็จะได้ภาพออกมาเป็นเรื่องราวของ forest เสร็จแล้วจะดูใจลูกค้าหรือไม่ เทรนด์จะเป็นตัววัด การทำงานต้องมองไปอีก 2 - 3 ปี ข้างหน้า จากที่ผ่านมาเมื่อจะมีโอลิมปิกที่ปักกิ่งทุกคนก็รู้ว่าเทรนด์จีนต้องมา ดังนั้นพอปี 2005 ก็จะเริ่มมีการพูดถึงเทรนด์จีน เนื่องจากมีแค่คนรอดูจีนนั่นเอง

การที่เทรนด์เป็นตัวชี้นำ แต่ระบบกับการผลิตมักใช้เวลานาน ไม่ใช่เพียง 2 - 3 วัน แต่นานเป็นปี แม้ว่าจริง ๆ แล้วสถานการณ์โลกจะเปลี่ยนไป แต่หากว่าทุกโรงงานผลิตแต่ผ้าสีก็ออกมาหลายร้อยล้านหลาแล้ว สีอื่นคงไม่มีโอกาสจะเป็นที่นิยมได้

4.4.5 ลวดลายผ้า

ในส่วนลวดลายผ้าที่บริษัทใช้มีที่มา 2 แหล่ง คือ การซื้อลวดลายผ้าจากต่างประเทศ ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งข้อดีของการซื้อลวดลายจากต่างประเทศคือการได้ลิขสิทธิ์ลายมาด้วย อีกแหล่งคือการออกแบบลวดลายเอง แต่ผ้าสำเร็จบริษัทจะใช้น้อยลงเพราะผ้าสำเร็จเหมาะกับแบรนด์เล็กๆ ที่เพิ่งเกิดเพราะเขาไม่มีทางเลือกมาก

เหตุผลที่ไม่นิยมใช้ผ้าสำเร็จ อย่างแรกเพราะถ้ามีผ้าสำเร็จแสดงว่าผ้านั้นเคยมีการใช้มาแล้ว ซึ่งเสี่ยงกับการโดนลิขสิทธิ์ ถ้าเป็นลิขสิทธิ์ของร้านค้าก็ไม่ค่อยมีปัญหา อีกประการคือไม่สามารถควบคุมปริมาณได้ นักออกแบบส่วนใหญ่ที่เริ่มต้นจากสำเนา จะทำงานใหญ่มากไม่ได้ เพราะหากมีคำสั่งซื้อมามากก็ทำไม่ได้ ทำให้ทุกคนหาความเป็นเอกลักษณ์ สิ่งพิมพ์เอกลักษณ์ เป็นของตัวเองเกิดขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาระบบการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทบูติกนิวซี้ดี จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้า เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้สอนในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม และเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น ใช้รูปแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ศึกษากระบวนการทำงานจากสถานที่จริง และทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง ซึ่งคณะผู้วิจัยเป็นผู้กำหนดข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนของสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิเคราะห์เนื้อหา และถอดเทปบทสัมภาษณ์ นำมาเรียบเรียงข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

บริษัทบูติกนิวซี้ดี จำกัด (มหาชน) มีสินค้าประเภทเสื้อผ้าที่อยู่ในความดูแลของบริษัทมีหลายตราสินค้า โดยมีรูปแบบของสินค้าและกลุ่มเป้าหมายต่างกัน ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายยังร้านของบริษัทเองที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าต่างๆ โดยมีการจัดรูปแบบร้านค้าที่แตกต่างกันตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สินค้าที่ทำการผลิต ได้แก่ Guy Laroche, C&D (Classic and Difference), LOF•FI•CIAL, Jousse, Louis Féraud, GSP, Flip, Stephanie, Switch, Pepsi Jeans และ Uniform Specializer

การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปของบริษัทบูติกนิวซี้ดี จำกัด (มหาชน) พบว่า มีการแบ่งการผลิตไปตามบริษัทต่างๆ ที่อยู่ในเครือ ประกอบด้วย บริษัทภูเพชร จำกัด บริษัทบ้านประจวบ จำกัด และบริษัทศิริชัยเกียรติ จำกัด

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยกระบวนการหลักขององค์กรตามผังการไหลของงานและกระบวนการย่อยในแต่ละงาน ได้แก่ กระบวนการตัด กระบวนการเย็บ กระบวนการตกแต่ง กระบวนการจัดส่ง และกระบวนการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ตามปกติที่บริษัทแห่งนี้จะทำเองทุกกระบวนการ พนักงานทุกคนจะทำงานเฉพาะอย่าง แต่ต้องทราบทุกหน้าที่ที่อยู่ในงานของตนเพื่อให้สามารถหมุนเวียนการทำงานได้ การทำงานมักยึดตามเอกสารเป็นสำคัญ เช่น การปูผ้า พนักงานจะ

ได้รับเอกสารการคำนวณผ้า เมื่อทำการเบิกผ้าตามจำนวนที่ต้องการใช้ก็สามารถทำการปูผ้าได้เลย เป็นการลดขั้นตอนการทำงาน ไม่เสียเวลาคิด และไม่ทำให้งานหยุดชะงัก

ผลการสัมภาษณ์และรับฟังการบรรยายการดำเนินงานของบริษัทบุญตึกนิวซิติ จำกัด (มหาชน) จากคุณปณิธาน ปวโรฬารวิทยา กรรมการผู้จัดการ พบว่า บริษัทบุญตึกนิวซิติเป็นบริษัทขาย มีร้านประมาณ 40 แห่ง และ corner อีก 100 แห่งกระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้า การบริหารงานนำแนวความคิดมาจากประเทศฝรั่งเศส ทุกคนในบริษัทต้องติดตามด้านการตลาดด้วย เพราะบริษัทไม่มีทีมวิจัยตลาด สินค้าแต่ละตราสินค้าจะมีทีมบริหารจัดการสินค้า 4 คน

บริษัทมี Merchandiser เฉพาะที่ฝ่ายขาย ผู้ทำหน้าที่ Merchandiser ในการวางแผนมีเพียง 1 คน เพื่อป้องกันความล่าช้าในการทำงาน ส่วน Merchandiser ด้านการขายจะทำหน้าที่ดูแลสินค้า ส่งข้อมูลแก่โรงงาน ช่วยดูแลงานของผู้จัดการ คิดว่าทำอย่างไรให้สินค้าขายได้

ผู้จัดการมีหน้าที่ทำตลาด วิเคราะห์ตลาด ทำข้อมูลเอกสารสินค้าทุกตัวด้วยมือเพื่อให้เกิดการผ่านตาและการจำ ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์จะทำให้จำข้อมูลต่าง ๆ ได้น้อยกว่า

บริษัทบุญตึกนิวซิติ เป็นผู้บริหารระบบการขาย โดยการรับข้อมูลจาก 140 แห่งขาย ซึ่งข้อมูลการขายมาจากยอดขายและตัวพนักงานขายเอง ซึ่งพนักงานขายทุกคนเป็นผู้ให้ข้อมูลการขายที่ดีที่สุด ทำให้ทราบว่าสินค้าแต่ละตัวมีความเป็นไปได้ในตลาดอย่างไร บริษัทจะมีระบบสมาชิกทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคจากระบบขายของบริษัท

บริษัทเป็นผู้เลือกสินค้าที่จะขายได้ส่งต่อให้ทาง ODM โรงงานที่เป็น ODM ของบริษัท คือ บริษัทโซคราณี ทำการผลิตเสื้อผ้าสตรีตราสินค้า Guy Laroach, Jousse, Flip และบริษัทสินชัยเกียรติ ทำการผลิตในปริมาณน้อย ประมาณ 50 ตัว และมีหน้าที่จัดทำตัวอย่างเสื้อผ้าของสินค้าทุกตราสินค้าสำหรับบริษัทบ้านประจวบ จะทำการผลิตเสื้อผ้าตราสินค้า GSP และ Jousse

ตลาดเสื้อผ้าที่บริษัทใช้มีที่มา 2 แหล่ง คือ การออกแบบเอง และ การซื้อตลาดเสื้อผ้าจากต่างประเทศ ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งข้อดีของการซื้อตลาดจากต่างประเทศคือการได้ลิขสิทธิ์ลายมาด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้มีการนำผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) การทำงานด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้า ต้องการผู้ที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะตัว

และความรับผิดชอบต่อนักเรียน เพราะมีผลกระทบต่อการทำงานทั้งระบบ ดังนั้นในการจัดการเรียนการสอนผู้สอนควรเน้นให้นักศึกษามีความรู้ ความสามารถเฉพาะตัว และความรับผิดชอบต่อนักเรียนที่เพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต

2) การจัดการเรียนการสอนด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการ ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องควรมีความรู้ที่ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มทางการตลาด ดังนั้นการเข้าร่วมประชุมสัมมนา จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การศึกษาดูงาน หรือการนำเสนอผลงานของผู้ที่ประสบความสำเร็จทางอุตสาหกรรมเสื้อผ้าจึงเป็นตัวอย่างเพื่อให้ได้แนวคิดในการนำไปประยุกต์ใช้

3) ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการและสถานศึกษา เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สอนได้มีการพัฒนาตนเองมากขึ้น และทำให้นักศึกษาได้พบประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพในอนาคต

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการทำงานในลักษณะเดียวกันของแต่ละสถานประกอบการมากยิ่งขึ้น

2) ศึกษาถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของสถานประกอบการด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่มีประสิทธิภาพหรือด้อยประสิทธิภาพ

3) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ปฏิบัติงานหน้าที่ตำแหน่งต่างๆ ในสถานประกอบการด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้า

บรรณานุกรม

กนกวรรณ คณานุรักษ์. 2546. นโยบายและผลิตภัณฑ์ราคา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทซีวีแอล จำกัด.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2550. รายงานผลการดำเนินงานโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น. กรุงเทพฯ: บม คลเลอร์ ไลน์ จำกัด.

คณิต พูนผล. 2547. คู่มือเจ้าของกิจการ. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ธีรธนา รุ่งเจริญพัฒน์กิจ. 2545. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางวิศวกรรม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิพนธ์ สิมะภักย์. 2539. รวมบทความทางวิชาการเครื่องนุ่งห่ม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย.

พนิดา สุจริตกุลธร. 2538. การปรับตัวของแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี : ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมปั่นด้าย-ทอผ้า และอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พรรณิภา เลิศรุ่งอรุณรัตน์. 2538. วิเคราะห์การดำเนินงานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ : ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมขนาดย่อมและครอบครัวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2540. การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์. กรุงเทพฯ: วิสคอม เซ็นเตอร์.

มันทนา พลอาสา. 2540. การตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเชิงอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: ต้นไทร
การพิมพ์.

วนิดา อุดรา. 2539. การศึกษาภาวะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปัจจุบันภายในประเทศและ
ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

วิมลชัย ดวงประทีป และคณะ. 2547. ทกต 205 ความรู้เกี่ยวกับสินค้า. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช
จำกัด.

วสันต์ วงศ์น้อย. 2538. การศึกษาปัญหาการดำเนินงานของบริษัทสัมพันธ์ซิปป์ จำกัด.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศรียาญนา พลอาสา. 2540. การตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเชิงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์
บุ๊คส์.

_____. 2544. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจทำแบบตัดเสื้อผ้าของโรงงานอุตสาหกรรม
เครื่องนุ่งห่มไทย. ปทุมธานี: คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.

_____. 2546. การจัดการสินค้าเสื้อผ้า. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด.

สำนักงานโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น กระทรวงอุตสาหกรรม. 2550. เรียนรู้จากประสบการณ์
สถานประกอบการ กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น. กรุงเทพฯ: บม คัลเลอร์ ไลน์ จำกัด.

Brown, P. and Rice, J. 2000. **Ready-To-Wear Apparel Analysis**. 3rd ed. New Jersey: Prentice
Hall.

Buabusya, K. , Testard, M. and Testard, J. 2005. การกำหนดแนวคิดและวิธีการจัดทำคอลเลกชัน
การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย ใน ชุดเอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง การศึกษาเรื่องแฟชั่น /
แฟชั่นเพื่อการศึกษา ค.ศ. 2005. กรุงเทพฯ: แชรส์แวกซ์เอนด์แอสโซซิเอทส์.

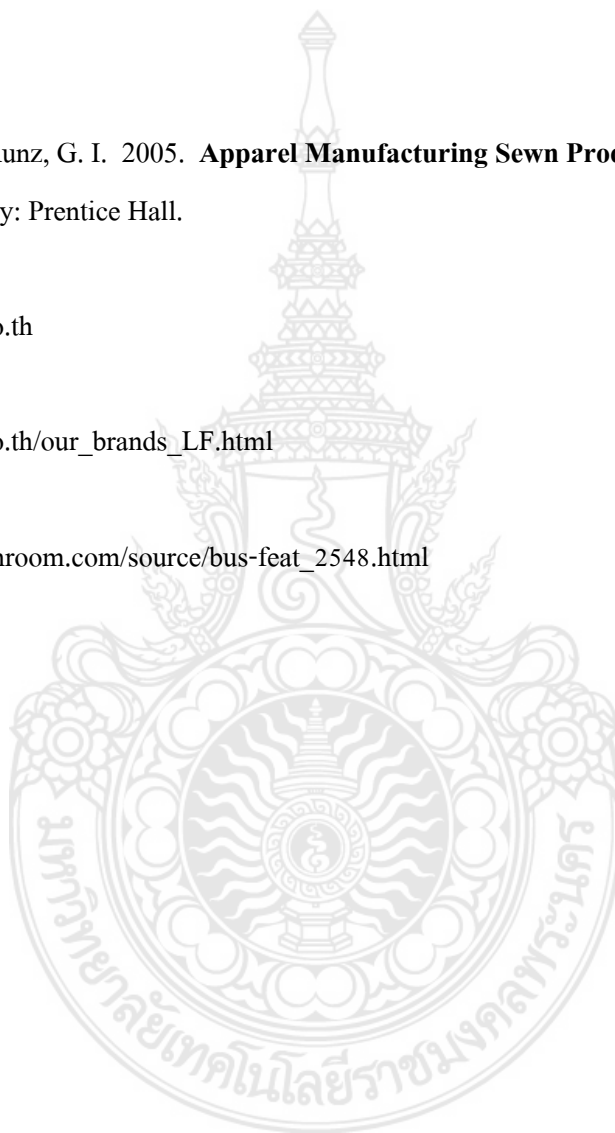
Diamond, J. and Diamond, E. 1994. **Fashion Apparel and Accessories**. New Jersey: Delmer
Publisher.

Glock, R. E. and Kunz, G. I. 2005. **Apparel Manufacturing Sewn Product Analysis**. 4th ed.
New Jersey: Prentice Hall.

<http://www.btnc.co.th>

http://www.btnc.co.th/our_brands_LF.html

http://www.fashionroom.com/source/bus-feat_2548.html



ภาคผนวก



ภาพประกอบการศึกษาข้อมูลของบริษัทบูตินิกซ์ จำกัด (มหาชน)



