

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเป็นอันดับ 4 รองจากอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องจักรสำนักงาน และอุตสาหกรรมยานยนต์ ตามลำดับ คิดเป็นมูลค่า 245 พันล้านบาท หรือ ร้อยละ 2.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ⁽¹⁾ โดยมูลค่า GDP ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ระหว่างปี 2550-2554 มีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเฉลี่ยประมาณ 150,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูง

ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 8,356.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยร้อยละ 60 เป็นการส่งออกสิ่งทอ รวมมูลค่า 5,047.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอีกร้อยละ 40 เป็นการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม รวมมูลค่า 3,308.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5⁽²⁾ โดยเฉพาะสิ่งทอที่มีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก⁽³⁾ สินค้าที่ส่งออกมากที่สุดคือ ผ้าผืน และเส้นด้าย ส่วนเครื่องนุ่งห่มส่งออกชะลอตัวเนื่องจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดเป้าหมายหลักของไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ

เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีสายห่วงโซ่อุปทานที่ยาวเชื่อมโยงหลายอุตสาหกรรมย่อย จึงก่อให้เกิดการจ้างงานสูงถึง 1,023,000 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของแรงงานในภาคการผลิต⁽⁴⁾ โดยแรงงานประมาณ 796,000 คน หรือ ร้อยละ 78 อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่ม อย่างไรก็ตามเนื่องจากปัญหาค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้อัตราการจ้างงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเริ่มมีแนวโน้มลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1.7 ต่อปี

Footnote:

⁽¹⁾ปี 2554 GDP ของทั้งประเทศเท่ากับ 10,540 พันล้านบาท โดยเป็น GDP ของภาคการผลิต 4,965 พันล้านบาท ซึ่งรวมมูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเอาไว้ 245 พันล้านบาท รายละเอียดแสดงในรูปที่ 2.2 (ที่มา: สถาบันพัฒนาสิ่งทอ, 2555)

⁽²⁾Actual Export 2011,ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2554, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

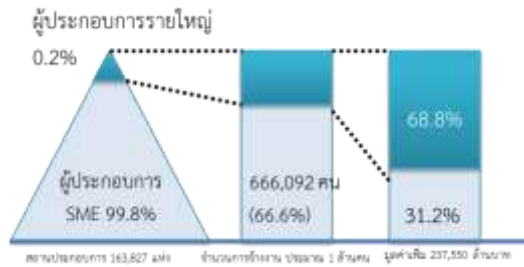
⁽³⁾Source WTO, Compiled by Thailand Textile Institute, Thai Textile Statistics 2011/2012

⁽⁴⁾ปี 2554 แรงงานในประเทศไทยมีจำนวน 39.23 ล้านคน เป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรม 5.5 ล้านคน ส่วนแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมี 1,023,000 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม หรือ ร้อยละ 2.6 แรงงานทั้งประเทศ รายละเอียดแสดงในรูปที่ 2.6 และ 2.7 (ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย 2553-2554 สถาบันพัฒนาสิ่งทอ และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2554)

บทบาทของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีอยู่ประมาณ 163,827 รายทั่วประเทศ โดยมีสัดส่วนของผู้ประกอบการในระดับ SME มากถึง 163,500 ราย หรือคิดเป็น ร้อยละ 99.8 ก่อให้เกิดปริมาณการจ้างงานสูงถึง 666,092 คน หรือ คิดเป็น ร้อยละ 66.6 แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เพียงร้อยละ 31.2 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 7.8 หมื่นล้านบาท ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งมีเพียง 327 ราย หรือเพียงร้อยละ 0.2 กลับสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้กว่า 1.6 แสนล้านบาท ดังนั้นประเด็นที่สำคัญคือการพยายามพัฒนาศักยภาพของ SME ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม

รูปที่ 1 สัดส่วนสถานประกอบการและการจ้างงาน



ที่มา: OIE ที่มา: ข้อมูลโครงสร้างและการจ้างงาน สสว. 2554, ข้อมูลมูลค่าเพิ่ม สศช. 2554

มูลค่าการส่งออกในตลาดโลกและตลาดอาเซียน

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการค้าของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภาพรวมในกลุ่มอาเซียน พบว่าในปี 2554 ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกและนำเข้ารายใหญ่เป็นอันดับ 2 ในอาเซียนรองจากอินโดนีเซีย การค้าของ SME ไทยภายในตลาดอาเซียนพบว่ามียุทธศาสตร์การส่งออกอยู่ราว 28,766.15 ล้านบาท และนำเข้าเป็นมูลค่า 8,400.43 ล้านบาท ประเทศไทยได้ดุลการค้าในตลาดอาเซียนจากสินค้ากลุ่มเส้นใยและผ้าฝ้ายที่ส่งไปยังประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย และสหภาพเมียนมาร์ ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าปลายน้ำ และการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังประเทศสิงคโปร์ สหภาพเมียนมาร์ มาเลเซียและกัมพูชา แสดงถึงศักยภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในการเป็นซัพพลายเออร์แก่ประเทศคู่ค้าในภูมิภาค

ศักยภาพของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- ทรัพยากรมนุษย์** บุคลากรในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นทรัพยากรที่ทักษะสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นที่ยอมรับจากตลาดทั่วโลก อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในปัจจุบันกำลังประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานทั้งในระดับผู้ปฏิบัติและระดับการจัดการ แนวโน้มของผลกระทบด้านแรงงานมีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากแรงงานไทยเปลี่ยนอาชีพ ค่านิยมของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องการทำงานในระดับผู้ปฏิบัติในอุตสาหกรรมแรงงาน พร้อมทั้งการขาดความเข้าใจถึงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทำให้ความสนใจในการทำงานในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง
- การจัดการวัตถุดิบ** อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาศัยวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลักตั้งแต่กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เนื่องจากแหล่งผลิตพืชเส้นใยในประเทศมีจำกัด และเส้นใยที่ผลิตได้มีความหลากหลายน้อย ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องรับภาระต้นทุนการผลิตสูงในการนำเข้าวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีความพร้อมด้านกายภาพที่สามารถเพิ่มศักยภาพวัตถุดิบแต่ยังขาดการสนับสนุนเชิงบูรณาการที่ต้องการการแก้ไขข้อจำกัดทั้งทางด้านกฎหมาย ระเบียบ และการวิจัยและพัฒนา
- การจัดการธุรกิจและการตลาด** ผู้ประกอบการขนาดเล็กส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจด้านการตลาดและไม่สามารถแยกย่อยข้อมูลทางการตลาดออกมาเป็นกลยุทธ์ได้ ดังนั้นจึงไม่มีการวางตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ (Strategic Positioning) ที่ชัดเจน เน้นผลิตสิ่งที่ชำนาญโดยไม่ให้ความสำคัญการศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเท่าที่ควร ส่งผลให้สินค้าขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สื่อสารไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เลือกช่องทางขายไม่เหมาะสม และแบรนด์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการอาจต้องเข้าสู่การแข่งขันด้านราคา นอกจากนี้การสนับสนุนด้านการตลาดของภาครัฐในลักษณะของการจัดงาน International Fair ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับผู้ผลิตในประเทศไทย ส่งผลให้การดำเนินงานด้านการตลาดของผู้ประกอบการนั้นขาดประสิทธิภาพ
- ระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมและการวิจัยพัฒนา** ในประเทศไทยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอหลายหน่วยงาน แต่ขาดการบูรณาการด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนี้ข้อมูลที่มีอยู่ไม่ได้รับการวิเคราะห์โดยให้ความสำคัญกับการนำไปใช้ประโยชน์ในมุมมองของผู้ประกอบการโดยเฉพาะข้อมูลด้านการตลาดที่มีความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้กับประเทศ

- การสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณะ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง แต่ขาดการประสานงานระหว่างกันทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและล่าช้า นอกจากนี้โครงการที่ริเริ่มโดยภาครัฐไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ขาดกลไกในการสร้างความเข้าใจด้านความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในภาพรวมและรายพื้นที่
- ศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ จาก การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ได้ข้อสรุปดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำ ในขณะที่ตลาดโลกมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำอย่างสูง แต่ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบการผลิตเนื่องจากข้อกฎหมายและการจัดการพื้นที่การเกษตร ซึ่งต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาด้านนโยบายและกฎหมาย การแก้ไขรูปแบบนโยบายและกิจกรรมที่หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมที่ซ้ำซ้อนและแก้ไขไม่ถูกประเด็น นอกจากนี้ยังขาดความต่อเนื่องในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาในด้านเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ที่เป็นวัตถุดิบการผลิตที่สำคัญ

กลุ่มผู้ประกอบการกลางน้ำ ต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาระงับดาวน์ในการจัดการแรงงานเนื่องจากผลกระทบของนโยบายการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ การปรับตัวตามกฎระเบียบในกระบวนการผลิต การพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ การสร้างความเข้าใจถึงแนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนด Business Positioning และการสนับสนุนด้านรูปแบบและช่องทางการตลาด

กลุ่มผู้ประกอบการปลายน้ำ ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านแรงงาน การปรับปรุงด้านเทคโนโลยีในกระบวนการผลิต การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ การสร้างความเข้าใจด้านการพัฒนาตราสินค้า การสนับสนุนข้อมูลทางการตลาดเพื่อช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสม

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ SME ในตลาดอาเซียนและตลาดโลก

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม กำลังเผชิญข้อท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประกอบด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่ วัตถุดิบหลักเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดและราคาวัตถุดิบในตลาดโลกที่มีความผันผวน แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ควรต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย

- การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบและพัฒนากระบวนการจัดหาวัตถุดิบ ประเด็นด้านการพัฒนาศักยภาพด้านวัตถุดิบประกอบไปด้วย 2 ประการที่สำคัญ คือ ประเด็นการปรับปรุงจ่ายเอื้อต่อการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อสนับสนุนความมั่นคงด้านปริมาณการผลิต และประเด็นด้านการส่งเสริมและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ที่สร้างทางเลือกและความหลากหลายด้านวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการ
- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงานฝีมือ ประเด็นเร่งด่วนด้านทรัพยากรมนุษย์คือการจัดหาแรงงานเพื่อสนับสนุนในกระบวนการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการในปัจจุบัน และเตรียมความพร้อมในการทักษะแรงงานที่จะเข้ามาเป็นแรงงานที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งในระยะเวลากลางและระยะยาว ซึ่งต้องมีการสนับสนุนด้านการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ การเปิดโอกาสในการฝึกงานขณะเรียน การสร้างความเข้าใจถึง Career Path ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทั้งในมุมมองด้านการบริหารจัดการ การบริหารจัดการกระบวนการผลิต และการเป็นแรงงานทักษะฝีมือเฉพาะด้าน
- การพัฒนากระบวนการผลิตและการพัฒนามาตรฐาน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการผลิต ความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาดสากล ควรมีการ

สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเครื่องจักรกลการผลิตโดยมีหน่วยงานภาครัฐกำหนดมาตรฐานกระบวนการการผลิต และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการดำเนินธุรกิจทั้งในลักษณะคลัสเตอร์ตามพื้นที่ การบูรณาการของห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการและการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา

- การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าจากการออกแบบและการบริการก่อนและหลังการขาย การปรับตัวด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ผู้ประกอบการควรได้รับการสร้างทักษะด้านการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า และการบริหารจัดการข้อมูลด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
- การส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำเป็นต้องสร้างการบริโภคทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างการบริโภคในประเทศอย่างยั่งยืน ควรมีการสร้างกระแสของการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย โดยในเบื้องต้นหน่วยงานภาครัฐสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยเป็นผู้บริโภคขนาดใหญ่ สำหรับการตลาดในต่างประเทศควรมีการประสานงานตรวจสอบกิจกรรมการตลาดจำพวก International Trade Fair ของประเทศอื่นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจว่ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของกิจกรรมนั้นๆ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการไทย

แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

จากการประมวลข้อมูลด้านวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรม สถานการณ์ปัจจุบันของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสสว. แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลัก กลยุทธ์และโครงการ ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์: ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

พันธกิจ: สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านกระบวนการผลิตและการพัฒนาด้านการตลาดบนพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงและระบบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การสนับสนุนและพัฒนาตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

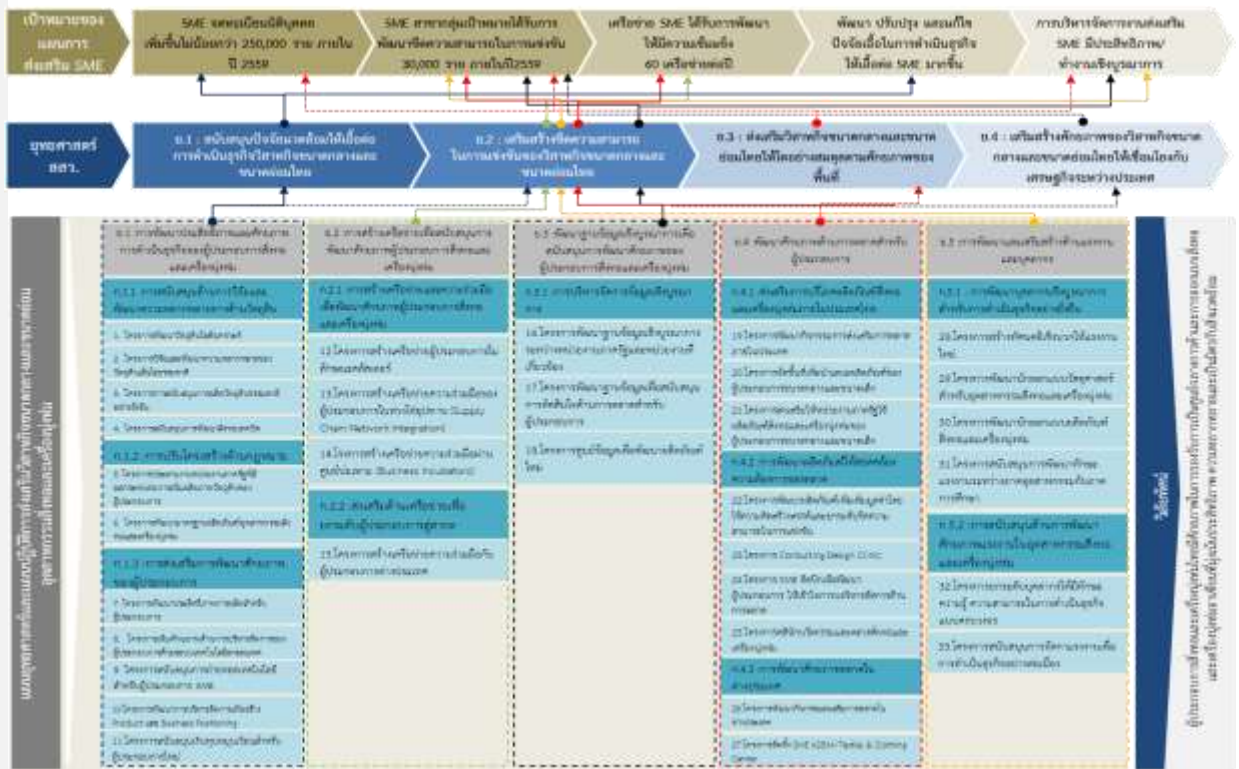
ยุทธศาสตร์ที่ 5: การพัฒนาและเสริมสร้างด้านแรงงานและบุคลากร

S

M

E

รูปที่ 2 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



S
M
E

S

M

€

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



บทที่ 1 บทนำ

1.1
ที่มาโครงการ 15

1.2
วัตถุประสงค์ 16

บทที่ 2 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และความสำคัญทางเศรษฐกิจและ SME ของไทย

2.1
นิยามอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 19

2.2
ความสำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต่อระบบเศรษฐกิจไทยและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง 23

2.3
บทบาทของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 32

บทที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลกและภูมิภาคอาเซียน

3.1
สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลก 35

3.2
สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน 40

บทที่ 4 แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

4.1
แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศ 45

4.2
กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ 47

บทที่ 5 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.1 ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 55

5.2 การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 59

5.3 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน 73

5.4 ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 78

5.5 ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของ SME ในตลาดอาเซียนและตลาดโลก 80

บทที่ 6 แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

6.1 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 83

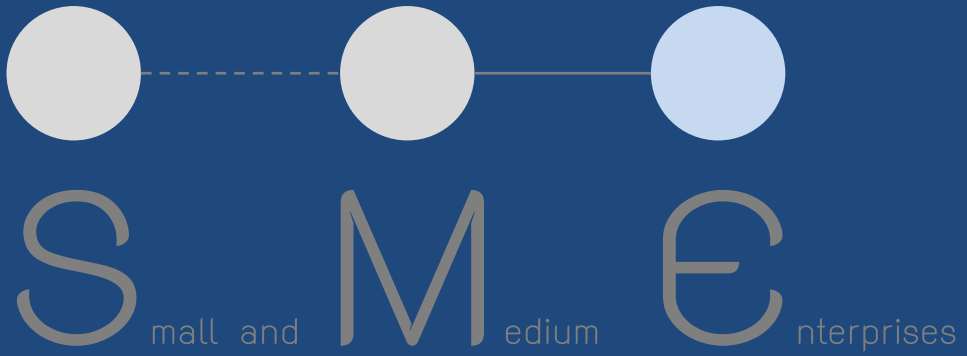
6.2 การจัดลำดับความสำคัญของแผนการปฏิบัติการ 118

6.3 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2555–2559 119

SME
SME
SME



บทนำ



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559 โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ สำหรับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME นำไปประกอบการจัดทำแผน ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการฯ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการ SME ที่เกิดจากการบูรณาการ เชื่อมโยงร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ โดยมีการกำหนด ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1.1 ที่มาโครงการ

รูปที่ 1.1 ภาพรวมยุทธศาสตร์แผนส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555 - 2559

ยุทธศาสตร์ที่ 1	สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 2	เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 3	ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้ได้อย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่
ยุทธศาสตร์ที่ 4	เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ด้วยวิสาหกิจ ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มีองค์ประกอบครอบคลุมถึงกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่น ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งในแต่ละสาขาอุตสาหกรรมมีลักษณะการดำเนินธุรกิจ ประสบปัญหาและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การส่งเสริม SME จึงมีความจำเป็นต้องทราบสภาพปัญหาและผลกระทบ ในแต่ละสาขาอุตสาหกรรม สำหรับเป็นข้อมูลประกอบการกำหนด แนวทางการพัฒนา SME ให้เหมาะสม เพื่อให้ทราบ ศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SME ในแต่ละสาขา รวมทั้งเพื่อให้มีแผนยุทธศาสตร์นโยบายการส่งเสริม SME ในสาขาเป้าหมายที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559

โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา ได้ริเริ่มโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยศึกษาภาพรวมและสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมในตลาดโลก รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านปัจจัย

การผลิตและปัจจัยที่มีผลต่อระบบตลาดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อหาแนวทางและประเด็นสนับสนุนเพิ่มเติมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยวิเคราะห์จากภาพรวมขีดความสามารถในการแข่งขันและสถานการณ์ภาพรวมในตลาดโลก ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ศึกษาศักยภาพปัจจัยการผลิตและทรัพยากรหลักตามห่วงโซ่คุณค่า และจัดเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียตัวแทนภาครัฐและสมาคมต่างๆ ที่ให้การสนับสนุน เพื่อสังเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรม Missing Link วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายตัวชี้วัดแผนส่งเสริม SME สาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ยุทธศาสตร์กลยุทธ์ เป้าหมายยุทธศาสตร์และโครงการที่สำคัญ อันจะนำไปสู่แผนการส่งเสริม SME อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องประดับ และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMS รายสาขาที่เกิดจากการบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.2

วัตถุประสงค์

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ ดังนี้

- 1) เพื่อให้มีแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย
- 2) เพื่อให้มีกรอบและทิศทางเป็นแนวทางในการปฏิบัติการส่งเสริม SME สาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- 3) เพื่อให้ได้แนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการ SME ในสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่เกิดจากการบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม



SME
SME
SME



บทที่ 2

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและ
เครื่องนุ่งห่ม และความสำคัญทางเศรษฐกิจ
และ SME ของไทย

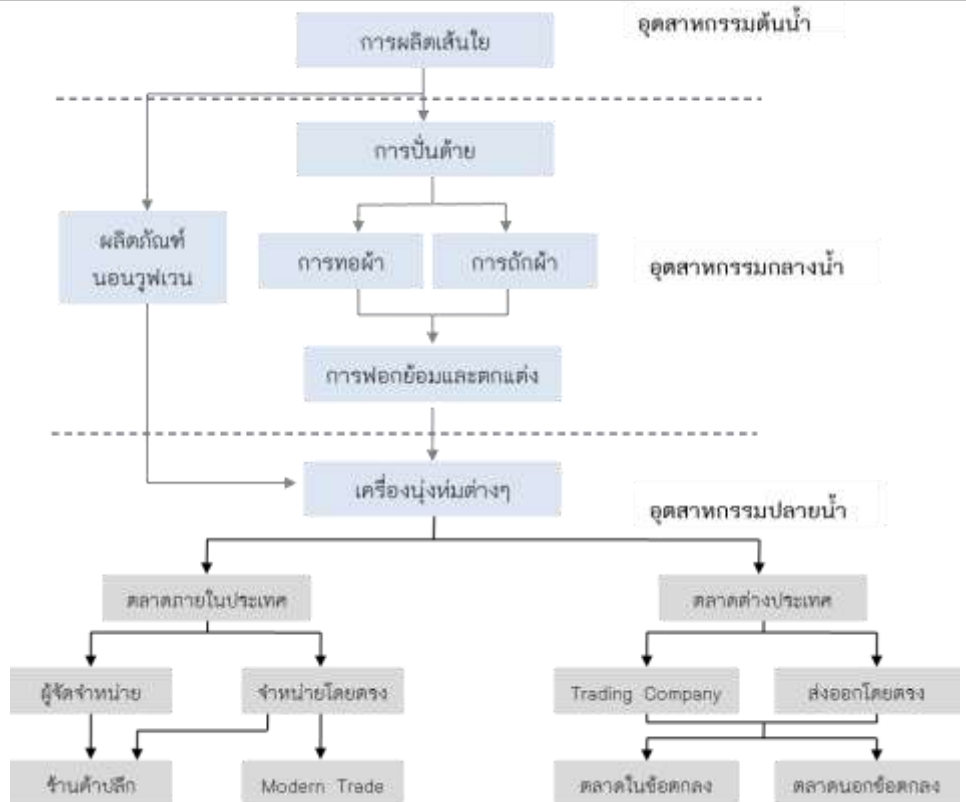
2.1

นิยามอุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

2.1.1 นิยามอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย จัดเป็น อุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และครอบคลุมอุตสาหกรรมย่อย หลายอุตสาหกรรม หากพิจารณาในมิติด้านการตลาด อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถแบ่งออกเป็น 3 อุตสาหกรรมหลักที่สำคัญ คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมตัดถกรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มอุตสาหกรรมจะครอบคลุม ผลิตภัณฑ์หลักถึง 14 ผลิตภัณฑ์และมีผลิตภัณฑ์ย่อยอีก กว่า 100 ผลิตภัณฑ์¹ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาตาม โครงสร้างของกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตหรือ พิจารณาตามห่วงโซ่อุปทาน อุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มอุตสาหกรรม หลัก คือ กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลุ่มอุตสาหกรรม กลางน้ำ และกลุ่มอุตสาหกรรมปลายน้ำ

รูปที่ 2.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



Footnote:

¹Hamonized System Code, pp.50-63.

1) อุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำ หรืออุตสาหกรรมขั้นต้น (Upstream) เป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกในโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยเริ่มต้นจากอุตสาหกรรมเส้นใย ซึ่งหากแบ่งตามลักษณะการผลิตจะแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

อุตสาหกรรมเส้นใยธรรมชาติประกอบไปด้วยเส้นใยฝ้าย ไหมขนสัตว์ และพืชเส้นใยอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเส้นใยฝ้ายส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอินเดีย และประเทศจีน

อุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ เกิดจากกระบวนการสังเคราะห์ด้วยสารเคมี การผลิตเส้นใยสังเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ โพลีเอสเตอร์ ไนลอน อะคริลิก และเรยอน โดยที่เส้นใยโพลีเอสเตอร์เป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และมีกำลังการผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.2² ของกำลังการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ทั้งหมด อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง (Capital Intensive) เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทประเภทร่วมทุนกับต่างชาติ

2) อุตสาหกรรมสิ่งทอกลางน้ำ หรืออุตสาหกรรมขั้นกลาง (Middle Stream) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำ โดยนำมาผ่านกระบวนการเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยกิจกรรมต่างๆ อาทิ การทอผ้า การถักผ้า การฟอกย้อม การพิมพ์และแต่งสำเร็จ อุตสาหกรรมสิ่งทอกลางน้ำประกอบด้วย

- อุตสาหกรรมปั่นด้าย คือ เป็นอุตสาหกรรมที่นำเส้นใยมาปั่นเป็นเส้นด้าย ซึ่งอุตสาหกรรมปั่นด้ายของไทยส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเส้นด้ายใยสังเคราะห์ เนื่องจากใยฝ้ายเป็นวัตถุดิบธรรมชาตินั้นต้องพึ่งพาสภาพภูมิอากาศของประเทศจึงมักประสบปัญหาด้านคุณภาพและปริมาณการผลิตฝ้ายไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยเฉพาะปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบระหว่างการผลิต ในขณะที่เส้นด้ายใยสังเคราะห์จะมีกระบวนการผลิตโดยใช้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีเข้ามาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเส้นใยประเภทต่างๆ เช่น การใช้คาโอบแลคตรัมในการผลิตเส้นใยไนลอน เป็นต้น การผลิตเส้นใยสังเคราะห์จึงเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรมากกว่าแรงงานคน เทคโนโลยีและเครื่องจักรส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งวัตถุดิบที่เป็นเส้นใยคุณภาพสูงก็มีการนำเข้าจากต่างประเทศเช่นกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ของไทยยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการผลิตอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ เส้นด้ายที่ผลิตได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเบอร์ 40-50 ในขณะที่เส้นด้ายขนาดเล็ก อาทิ เส้นด้ายเบอร์ 80 ส่วนใหญ่ยังพึ่งพานำเข้าจากต่างประเทศ อุตสาหกรรมปั่นด้ายจากใยสังเคราะห์ของไทยจะใช้วัตถุดิบในประเทศสูงถึงร้อยละ 80 ส่วนอุตสาหกรรมปั่นด้ายโดยใช้ใยธรรมชาติจะใช้เส้นใยฝ้ายในประเทศเพียงร้อยละ 20 ที่เหลือเป็นการนำเข้าเส้นใยคุณภาพสูงจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

Footnote:

²รายงานผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554, น.3.

ระบบการปั่นด้ายที่นิยมใช้ทั่วไปมี 2 ระบบ คือ (1) ระบบการปั่นด้ายระบบวงแหวน (Ring-Spinning) ซึ่งเป็นเครื่องจักรที่มีระบบที่ทันสมัยที่สุด แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 70 ยังใช้เครื่องจักรรุ่นเก่าที่ล้าสมัยทำให้เส้นด้ายที่ผลิตได้มีคุณภาพต่ำ และมีการสูญเสียวัตถุดิบในการผลิตสูง (2) ระบบปลายเปิด (Open-end Spinning) เป็นระบบที่ปั่นด้ายด้วยความเร็วรอบสูงกว่าระบบวงแหวน แต่เหมาะกับอุตสาหกรรมปั่นด้ายขนาดใหญ่และต้องใช้งเงินลงทุนเป็นจำนวนมาก³

- อุตสาหกรรมทอผ้าเป็นอุตสาหกรรมชั้นกลาง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมนี้ได้แก่ ผ้าทอและผ้าถัก โดยผ้าทอแบ่งออกเป็น 2 ชนิดตามวัตถุดิบการผลิต คือ ผ้าทอจากฝ้ายและผ้าทอจากใยสังเคราะห์ ผ้าทอจากใยสังเคราะห์มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับผ้าทอฝ้ายและมีบางคุณสมบัติที่ดีกว่า ทั้งในด้านความยืดหยุ่น ความทนทาน น้ำหนัก และที่สำคัญคือมีราคาต่ำกว่าผ้าทอฝ้าย ดังนั้นจึงใช้ในการทอผ้ามากกว่า วัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมทอผ้าคือ เส้นด้าย ซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 35 ของต้นทุนการผลิตโดยรวม ซึ่งแหล่งนำเข้าหลักของไทยได้แก่ ไต้หวัน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และเกาหลี เนื่องจากอุตสาหกรรมทอผ้าอาศัยการใช้แรงงานที่สูงและการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทอผ้าในปัจจุบันประสบกับปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่สำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงาน และต้นทุนการนำเข้าเส้นด้ายจากต่างประเทศ⁴



- อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และแต่งสำเร็จเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่า (Value Creation) ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าผืน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการจากตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งจากตลาดจากกลุ่มประเทศอาเซียนและตลาดโลกโดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์สิ่งทอชนิดพิเศษ (Functional Textile) และสิ่งทอเทคนิค (Technical Textile) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ประสบกับปัญหาหลายด้าน เช่น การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต การจัดการต้นทุนทางการผลิตที่ต้องใช้สารเคมีนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48 ของต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการปรับตัวด้านการบริหารจัดการระบบมาตรฐานจัดการสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการลงทุนด้านการพัฒนามาตรฐานการจัดการน้ำเสียจากโรงงาน

Footnote:

³รายงานผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554, น.4.

⁴โครงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ SMEs ภาคการผลิตเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ปี 2554.

- 3) อุตสาหกรรมสิ่งทอปลายน้ำ หรืออุตสาหกรรมชั้นปลาย (Downstream) หมายถึงอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มในลักษณะเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานสูงสุดในห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอปลายน้ำที่สำคัญประกอบไปด้วยการตัดเย็บ การเดินจักร และการออกแบบ ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการใช้แรงงานเป็นสำคัญ ซึ่งในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยได้เปรียบในด้านค่าจ้างแรงงานต่ำจึงเป็นแหล่งการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Original Equipment Manufacturing) ที่สำคัญ แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบเนื่องจากการปรับค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ทำให้ผู้ว่าจ้างในต่างประเทศย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ถูกลงกว่า เช่น จีน อินโดนีเซีย อินเดีย และเวียดนาม แม้ว่าผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศหลายรายได้พยายามเพิ่มผลิตภาพในการผลิต (Productivity) เพื่อชดเชยต้นทุนค่าแรงที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยยังอยู่ในสถานะการชะลอตัวและตกอยู่ในภาวะ Nutcracker Market กล่าวคือ ตำแหน่งทางการแข่งขันของประเทศถูกกดดันด้านราคาจากตลาดล่างโดยจีนและเวียดนาม และไม่อาจขึ้นไปอยู่ในตลาดบนเนื่องจากการรับรู้ของผู้บริโภคยังไม่เพียงพอ ดังเช่น สินค้าจาก อิตาลี หรือ ฝรั่งเศส ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันของประเทศให้ชัดเจนและมีทิศทาง

ทางออกที่สำคัญทางหนึ่งคือการผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยยอมรับความสำคัญของการสร้างตราสินค้ามากขึ้น ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐโดยอาศัยการสร้างความเข้าใจถึงความต้องการทางการตลาดและศักยภาพที่แท้จริงของผู้ประกอบการไทย เพื่อที่จะสามารถพัฒนาผู้ประกอบการไทยเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีตราสินค้า (Original Brand Manufacturing) เป็นของตนเองและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

2.2

ความสำคัญของ

อุตสาหกรรม

สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต่อ

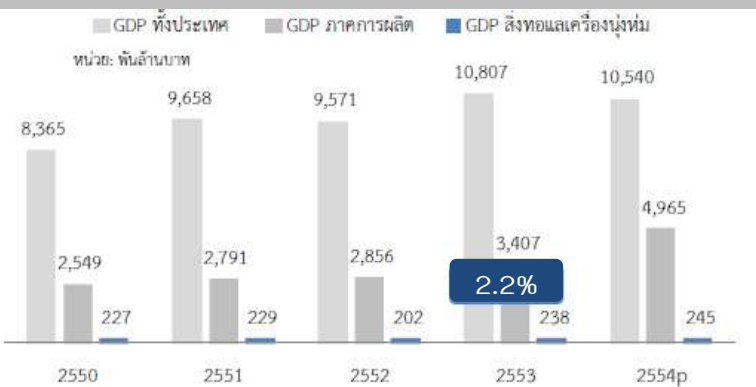
ระบบเศรษฐกิจไทยและ

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง

2.2.1 มูลค่าอุตสาหกรรมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

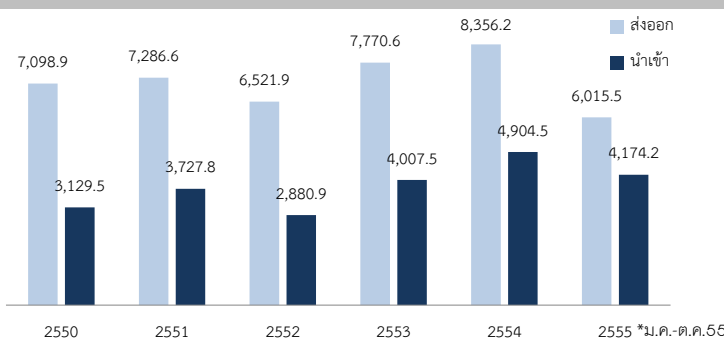
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นสาขาการผลิตที่สร้างรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอยู่ที่อันดับ 4 คิดเป็นมูลค่า 245 พันล้านบาท หรือ ร้อยละ 2.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ มูลค่า GDP อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ระหว่างปี 2550-2554 มีการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเฉลี่ย 150,000 ล้านบาทต่อปี⁵ โดยการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศสูงถึงร้อยละ 64.19 และเป็นการผลิตเพื่อส่งออกประมาณร้อยละ 35.81⁶

รูปที่ 2.2 มูลค่าอุตสาหกรรมต่อ GDP



ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย 2554-2555; สถาบันพัฒนาสิ่งทอ อ้างอิงจากสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ; NESDB ; IMF Staff Report 2012
หมายเหตุ: ปรับตัวเลขตามรายงานล่าสุดของสถาบันพัฒนาสิ่งทอ

รูปที่ 2.3 มูลค่าการส่งออกและนำเข้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ปี 2550-2554



หน่วย: ล้านบาทหรือล้านเหรียญสหรัฐ

ที่มา: สถาบันพัฒนาสิ่งทอ 2555 , สภาพัฒน์ฯ 2554, UNCOMTRADE 2012,

Footnote:

⁵ อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย, สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2555.

⁶ รายงานผลิตภาพและผลประกอบการอุตสาหกรรม 2552

หากพิจารณาจากมูลค่ารวมจากการนำเข้าและส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยช่วงปี 2550-2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการค้าเกินดุลอย่างต่อเนื่องทุกปี เฉลี่ยราว 3,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกมากกว่าการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง แม้แต่ในปี 2552 ที่ประเทศไทยมีมูลค่าการค้ารวมลดลงเหลือเพียง 9,402.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ยังคงอยู่ในเกณฑ์เกินดุลการค้าราว 3,641 ล้านดอลลาร์สหรัฐ⁷ โดยยอดการค้าที่ลดลงส่วนหนึ่งมาจากปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องตลอดทั้งปี⁸ ประกอบกับวิกฤตทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ จึงส่งผลให้การนำเข้าและส่งออกของไทยเกิดการชะลอตัวในปีดังกล่าว

2.2.2 การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 8,356.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยร้อยละ 60 เป็นการส่งออกสิ่งทอ รวมมูลค่า 5,047.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอีกร้อยละ 40 เป็นการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม รวมมูลค่า 3,308.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน(9) มูลค่ารวม 1,563.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 18.7 รองลงมาคือสหภาพยุโรป (27) มูลค่า 1,468.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 17.6 และสหรัฐอเมริกามูลค่ารวม 1,433.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 17.2⁹ อย่างไรก็ตามภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยในปี 2554 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5¹⁰

การส่งออกสิ่งทอของไทยสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก โดยมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก¹¹ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีการส่งออกเป็นจำนวนมาก ได้แก่ สิ่งทอประเภทผ้าฝ้าย เส้นด้ายและเส้นใย โดยในปี 2554 มีการส่งออกสิ่งทอประเภทผ้าฝ้ายมากเป็นอันดับ 1 รวมมูลค่า 1,599 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ส่งออกไปเวียดนามมากที่สุด) รองลงมาคือสิ่งทอประเภทเส้นด้ายมีมูลค่ารวม 1,277.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนใหญ่เป็นการส่งออกเส้นด้ายใยประดิษฐ์ (Man-made Yarn) ซึ่งมีมูลค่ากว่า 1,007 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ส่วนใหญ่ส่งออกไปบราซิล)

อย่างไรก็ตาม สิ่งทอประเภทเส้นใย (Fiber) ถึงแม้จะมีมูลค่าการส่งออกไม่สูงมากนัก ส่งออกเพียง 839.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเติบโตมากที่สุดถึงร้อยละ 20.1¹² เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ในกลุ่มสิ่งทอ โดยมีตลาดส่งออกหลักๆ ที่สำคัญของไทย คือ เวียดนาม จีน ตุรกีและอินโดนีเซีย รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.4¹³

ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยมีอัตราการส่งออกเปลี่ยนแปลงลดลงเล็กน้อย โดยตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย¹⁴ คือ สหรัฐอเมริกา

Footnote:

⁷สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย, ตุลาคม 2012.

⁸รายงานสถานการณ์การส่งออกรายอุตสาหกรรม, ฝ่ายส่งเสริมการส่งออก,สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2553.

⁹สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2554.

¹⁰Actual Export 2011,ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2554, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

¹¹WTO, Compiled by Thailand Textile Institute, Thai Textile Statistics 2011/2012.

¹²ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2554, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

¹³Fiber Exports Classified by Countries, Thai Textiles Statistics 2011-2012.

¹⁴Clothing Exports Classified by Countries, Thai Textiles Statistics 2011-2012

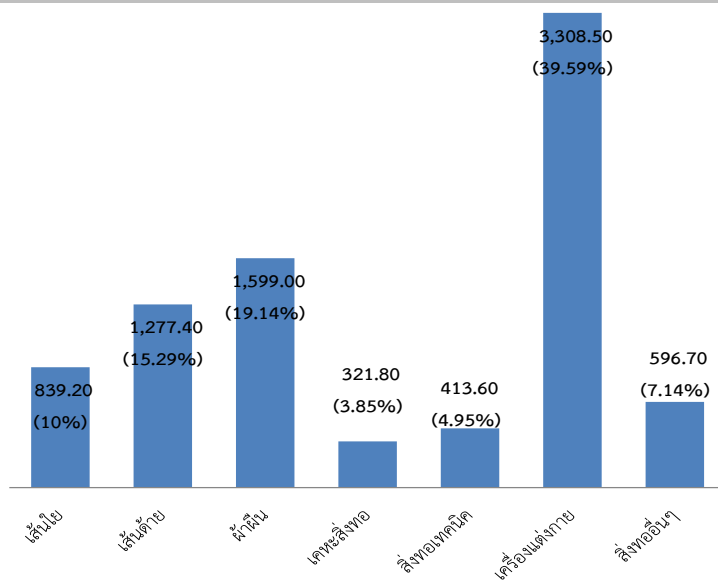
มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 34.7 มูลค่า 1,148.05 ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมา คือ ญี่ปุ่น ร้อยละ 9.9 มูลค่า 327.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยจะพบได้ว่า มูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีอัตราการลดลงตั้งแต่ปี 2551 ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากกลุ่มประเทศแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกาเริ่มหันไปนำเข้าเครื่องนุ่งห่มจากประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามเพิ่มมากขึ้น¹⁵

การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มประเทศอาเซียนก็มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2554 มีมูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 13.55 โดยมีมูลค่าการส่งออกรวม 1,549.77 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นมูลค่าการส่งออกสิ่งทอรวมทั้งสิ้น 1,401.40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 12.40 และส่งออกเครื่องนุ่งห่มรวมทั้งสิ้น 148.37 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 25.76 ผลิตภัณฑ์สิ่งทอส่งออกที่สำคัญ คือ ผ้าผืน ซึ่งมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 604.11 ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาคือเส้นใยสังเคราะห์ มีมูลค่ารวม 155.31 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ เป็นต้น

ด้านการส่งออกเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป (Garment) ของไทยขยายตัวร้อยละ 2 ระหว่างปี 2553-2554 ตลาดส่งออกที่สำคัญในแถบประเทศกลุ่มอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ เมียนมาร์ และมาเลเซีย โดยในปี 2554 มีมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปรวมมูลค่า 125.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 31.83 และในปี 2554 มีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์มากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่า 36.41 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสูงสุดอยู่ที่ประเทศกัมพูชาซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึงร้อยละ 384.36 ด้วยมูลค่าการส่งออก 11.16 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่ฟิลิปปินส์มีอัตราการขยายตัวติดลบร้อยละ 0.11 หรือมีมูลค่าการส่งออกลดลงในปี 2554 โดยมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 12.90 ล้านเหรียญสหรัฐฯ¹⁶

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างปี 2550-2554 จะเห็นทิศทางที่ชัดเจนว่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังคงมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4 ต่อปี โดยกลุ่มสิ่งทอยังคงขยายตัวได้ดีเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ในขณะที่กลุ่มเครื่องนุ่งห่มอยู่ในภาวะถดถอยเติบโตเฉลี่ยติดลบร้อยละ 1 ต่อปี โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.85¹⁷

รูปที่ 2.4 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายผลิตภัณฑ์ ปี 2554



Footnote:

¹⁵ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, กรกฎาคม 2555

¹⁶ Thai Textile & Clothing Statistics , October 2012.

¹⁷ อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 2555.

ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555 สถาบันพัฒนาสิ่งทอ สรูปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2554 และแนวโน้ม 2555 กระทรวงอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายในประเภทสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยวัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผ้าดัดมากกว่าผ้าทอ โดยในปี 2554 มีการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มรวมมูลค่า 533 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 10.87²¹ ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าสินค้ามาจากภูมิภาคเอเชียอาทิตย จีน ฮองกง และญี่ปุ่น เป็นต้น โดยสัดส่วนการนำเข้าจากจีนสูงถึงร้อยละ 56.8²² ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ในขณะที่สัดส่วนการนำเข้าจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรปหรืออเมริกาเริ่มมีสัดส่วนลดลงอย่างเหลือเพียงร้อยละ 1-3 เท่านั้น ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งน่าจะเกิดมาจากการย้ายฐานการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตเสื้อผ้ารายใหญ่ของโลกมายังภูมิภาคเอเชีย รวมถึงการย้ายฐานการผลิตไปตั้งโรงงานในประเทศจีน จึงส่งผลให้ประเทศไทยหันมานำเข้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มจากจีนมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นการนำเข้าจากฮองกงและญี่ปุ่น ตามลำดับ

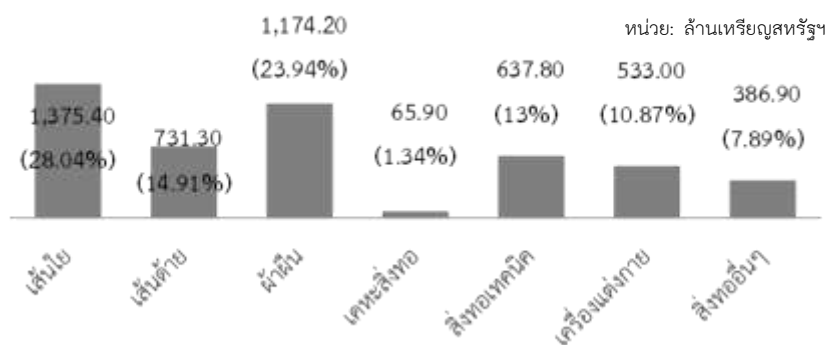
ภาพรวมการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปี 2554 เทียบกับปี 2553 ในมิติการเติบโตของตลาดจะพบว่า การนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.5 โดยสินค้านำเข้าเติบโตมากที่สุดคือ เส้นใย (ร้อยละ 25.9) รองลงมา คือ สิ่งทออื่นๆ (ร้อยละ 17.2) สิ่งทอเทคนิค (ร้อยละ 14) ผ้าฝ้าย (ร้อยละ 12.3) ด้าย (ร้อยละ 5.7) เครื่องแต่งกาย (ร้อยละ 2.3) และเคหะสิ่งทอ (ร้อยละ -11.8) ตามลำดับ ลักษณะการนำเข้าวัตถุดิบขึ้นต้นและขึ้นกลางเพื่อผลิตและจำหน่ายต่อไปยังประเทศที่ 3 แหล่งวัตถุดิบหลักของไทย คือ ประเทศจีน ญี่ปุ่น ฮองกงและสหรัฐอเมริกา

2.2.3 การนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ในปี 2554 ประเทศไทยก็มีการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 7.5 รวมมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 4,904.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยร้อยละ 89 เป็นการนำเข้าสิ่งทอ รวมมูลค่า 4,371.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอีกร้อยละ 11 เป็นการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม รวมมูลค่า 533 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเส้นใยมากที่สุดถึงร้อยละ 28.04 รองลงมาคือ ผ้าฝ้าย ร้อยละ 23.94 และเส้นด้ายร้อยละ 14.91 ซึ่งเป็นการนำเข้ามาจากประเทศจีน ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ประเทศไทยมีการนำเข้าสิ่งทอประเภทเคหะสิ่งทอน้อยที่สุด ร้อยละ 1.34 เป็นต้น¹⁸

หากพิจารณาตามมูลค่าการนำเข้ารายผลิตภัณฑ์ จะพบว่า มีการนำเข้าเส้นใยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นมูลค่า 1,375.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ผ้าฝ้ายมีมูลค่ารวม 1,174.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่มีการนำเข้าเคหะสิ่งทอมีมูลค่า 65.90 ล้านดอลลาร์ หรือสัดส่วนราวร้อยละ 1.34 เท่านั้น¹⁹ ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศไทยมีการนำเข้าและส่งออกสิ่งทอประเภทผ้าฝ้ายอยู่ในอันดับสูงสุด โดยกลุ่มผ้าฝ้ายที่นำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นผ้าทอเส้นใยประดิษฐ์ ผ้าดัด และผ้าฝ้าย ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผ้าฝ้ายที่ส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นผ้าทอเส้นใยประดิษฐ์ ผ้าฝ้ายและผ้าดัด ตามลำดับ²⁰

รูปที่ 2.5 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายผลิตภัณฑ์ ปี 2554



Footnote:

¹⁹สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555.

²⁰Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department, Compiled by Thailand Textile Institute, Thailand Textile Statistics 2011/2012, Thailand Textile Institute.

²¹สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555.

²²บทสัมภาษณ์นายภคมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (มิถุนายน 2555).

ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555 สถาบันพัฒนาสิ่งทอ สรุปลักษณะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2554 และแนวโน้ม 2555 กระทรวงอุตสาหกรรม

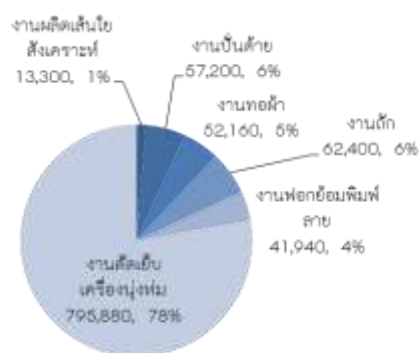
2.2.4 การจ้างงาน

ปี 2554 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงในหลายๆ อุตสาหกรรมย่อย ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนกว่า 4,500 โรงงาน ก่อให้เกิดการจ้างงาน 1022,880 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของแรงงานในภาคการผลิต โดยแรงงานกว่า 795,880 คน หรือ ร้อยละ 78 อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่ม รองลงมา คือ อุตสาหกรรมงานดักผ้า 62,400 คน งานปั่นด้าย 57,200 คน งานทอผ้า 52,160 คน และงานฟอกย้อมพิมพ์ลาย 41,940 คน โดยอุตสาหกรรมผลิตเส้นใยสังเคราะห์ใช้แรงงานคนน้อยที่สุดเพียง 13,300 คน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและต้องอาศัยเทคโนโลยีเครื่องจักรในการผลิต ทั้งนี้ อัตราการจ้างงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเริ่มมีแนวโน้มลดลงเฉลี่ยร้อยละ 1.7 ต่อปี สืบเนื่องมาจากอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงค่อนข้างมากจากการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าจ้างแรงงานดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการเริ่มนำเครื่องจักรเข้ามาใช้แทนที่แรงงานคนเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2554 มีมูลค่าการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอเพิ่มสูงขึ้นกว่าปี 2553 ที่มีมูลค่าการนำเข้ารวมเพียง 9,306.1 ล้านบาท แต่ในปี 2554 ได้มีการนำเข้าเพิ่มมากขึ้นเป็น 10,164 ล้านบาท โดยเฉพาะเครื่องจักรและอุปกรณ์ประเภทเครื่องปั่นด้ายหรือเส้นใย (Spinning Machines & Equipment) มีมูลค่านำเข้าสูงสุดรวม 2,302.4 ล้านบาท รองลงมา คือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ประเภทเครื่องดักผ้า (Knitting Machines & Equipment) ซึ่งมีมูลค่านำเข้ารวม 2,074.7 ล้านบาท โดยเครื่องจักรดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น

รูปที่ 2.6 การจ้างงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



รูปที่ 2.7 สัดส่วนแรงงาน



ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department, Compiled by Thailand Textile Institute, Thailand Textile Statistics 2011/2012, Thailand Textile Institute

การปรับเปลี่ยนอาชีพของกลุ่มแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้อัตราการจ้างงานในอุตสาหกรรมมีแนวโน้มลดลง อันเนื่องมาจากนโยบายของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนในอุตสาหกรรมภาคการเกษตรเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความเป็นเลิศด้านการเกษตรและเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของโลก ส่งผลให้แรงงานบางส่วนหันกลับคืนสู่ภาคการเกษตรมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากภาวะการขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูทำนาและฤดูเก็บเกี่ยว²³

Footnote:

²³การประชุมนาคาส่งทอไทย โดย สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอ 4 ต.ค.55.

2.2.5 กำลังการผลิตและการบริโภคภายในประเทศ

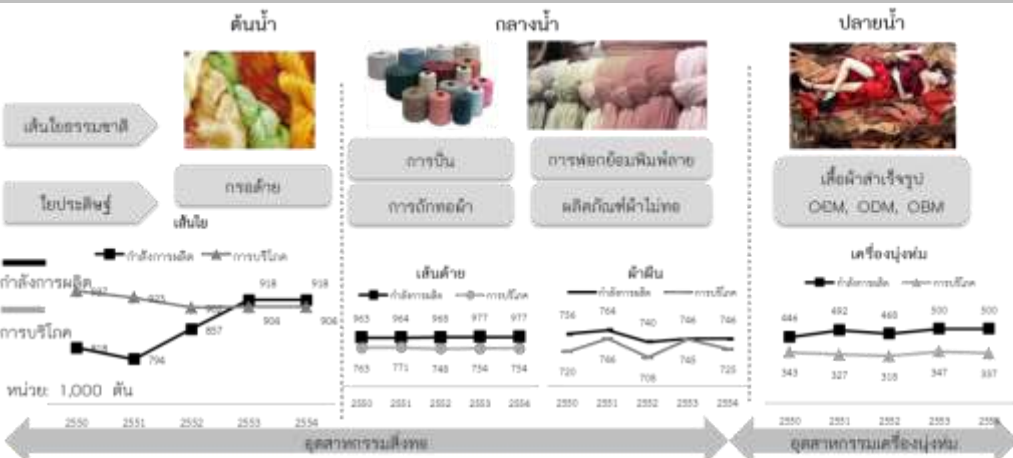
ในภาพรวมด้านการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเครื่องนุ่งห่มในประเทศ ถือได้ว่าผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพด้านการผลิตที่ดีและมีขีดความสามารถในการผลิตสูงกว่าความต้องการในการบริโภคภายในประเทศ โดยพิจารณาตามห่วงโซ่อุปทานได้ ดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ หากพิจารณาถึงขีดความสามารถด้านปริมาณ การผลิตภายในประเทศ จะพบว่า ประเทศไทยมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบขั้นต้น (เส้นใย) ที่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และจากข้อมูลของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเห็นได้ว่าปี 2550-2553 วัตถุดิบขั้นต้นประเภทเส้นใยภายในประเทศมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการในผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทใยฝ้ายธรรมชาติ ซึ่งมีปริมาณลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มียอดการนำเข้าวัตถุดิบประเภทเส้นใยฝ้ายเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในปี 2553-2554 มีการนำเข้าเส้นใยฝ้ายธรรมชาติเพิ่มมากเกือบเท่าตัว จากเดิมในปี 2552 มีการนำเข้าเส้นใยฝ้ายธรรมชาติมูลค่ารวม 488.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ในปี 2553 ได้มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 742.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2554 ก็มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกเป็นมูลค่าถึง 1,134.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการนำเข้าวัตถุดิบที่เพิ่มมากขึ้นในปี 2553-2554 จึงส่งผลให้ในช่วงปีดังกล่าวประเทศไทยมีปริมาณวัตถุดิบขั้นต้นเพื่อการผลิตเพิ่มมากขึ้น จากเดิม 857,000 ตัน ในปี 2552 เพิ่มเป็น 918,000 ตันในปี 2553-2554

อุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นอุตสาหกรรมเชื่อมต่อมาจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ โดยจะเห็นได้ว่าประเทศไทยสามารถผลิตผ้าทอได้เพียงพอต่อความต้องการในการบริโภคภายในประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกลางน้ำสามารถพัฒนาการผลิตและขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง กลุ่มอุตสาหกรรมกลางน้ำจัดเป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและแรงงานฝีมือเป็นหลัก ซึ่งประเทศไทยยังเป็นประเทศมีศักยภาพและขีดความสามารถในอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ เช่น การฟอกย้อม การพิมพ์ และการตกแต่ง ซึ่งคุณภาพในกระบวนการผลิตต่างๆ ของไทยยังเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล ถึงแม้กลุ่มประเทศในอาเซียนจะเริ่มพัฒนากระบวนการต่างๆ แต่หากเทียบจากคุณภาพและมาตรฐานแล้วประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบทางด้านคุณภาพและฝีมือแรงงาน

กลุ่มอุตสาหกรรมกลางน้ำนับเป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบ เชื่อมต่อไปยังการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมปลายน้ำอย่างได้ผล จึงมีความพยายามส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง กลุ่มอุตสาหกรรมย่อย (Sub Sectors) ที่มีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก และมีศักยภาพในการรองรับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศในอนาคต จึงเป็นเป้าหมายในการพัฒนาของภาครัฐได้แก่ กลุ่มสิ่งทอเทคนิค (Technical Textile) และกลุ่มหัตถกรรมสิ่งทอ (Craft Textile)²⁵

รูปที่ 2.8 เปรียบเทียบกำลังการผลิตและความต้องการบริโภคของแต่ละช่วงห่วงโซ่อุปทาน



- วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศมีความหลากหลาย โดยต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

Critical Issue

- ขาดการเพิ่มแหล่งเงินทุน
- ขาดสื่อการตลาด
- พึ่งพาตลาดยุโรปและอเมริกาเป็นหลัก ซึ่งทั้งสองตลาดเผชิญภาวะเศรษฐกิจถดถอย และไทยอาจถูกคิดสิทธิ GSP ในปี 2557 นี้
- ไม่พัฒนาการวิจัยในทางการค้า การตอบโต้และข่มขู่ตลาด

- ต้นทุนการผลิตและการส่งออกสูง
- ขาดการวิจัยและพัฒนา
- ขาดการเข้าถึงเทคโนโลยี

OEM/ ODM

- ขาดแรงงานฝีมือ ค่าจ้างแรงงานสูง
- ขาดการพัฒนาและการออกแบบ

OBM

- ตลาดสินค้าเงินที่รู้จักน้อย
- ขาดการเชื่อมโยงกลุ่มนักออกแบบกับผู้ประกอบการ

ที่มา: สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Footnote:
²⁴ในปี 2552 มีการนำเข้าและส่งออกอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มลดลงทุกประเภทตามที่ได้กล่าวไว้ในหน้า 5.
²⁵แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ. 2555-2559), สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย.

กลุ่มสิ่งทอเทคนิค (Technical Textile) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการใช้สิ่งทอเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น สิ่งทอเพื่อการผลิต (Manufacturing Textile) สิ่งทอยานยนต์ (Auto Textile) และสิ่งทอทางการแพทย์ (Medical Textile) พร้อมทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัตถุดิบทางธรรมชาติที่หลากหลายซึ่งหากมีการส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาจะสามารถผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มนี้มีศักยภาพที่เข้มแข็งและสามารถสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างเข้มแข็ง

กลุ่มหัตถกรรมสิ่งทอ (Craft Textile) เป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด เกี่ยวพันกับการกระจายรายได้ในชนบท และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอหัตถกรรมเป็นอีกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง²⁶ ผลิตภัณฑ์หัตถสิ่งทอเป็นผลิตภัณฑ์ที่อาศัยพื้นฐานความรู้พื้นถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และแรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้าน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างและโดดเด่นสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงทางด้านอำนาจซื้อโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคจากต่างประเทศ

อุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง จากผลิตภายในประเทศแบบครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงการมีผู้ประกอบการและแรงงานที่มีประสบการณ์มายาวนาน และยังได้รับแรงสนับสนุนและส่งเสริมจากสถาบันและสมาคมต่างๆ มีกำลังการผลิตอยู่ในช่วง 400,000-500,000 ตันต่อปี ในขณะที่ปริมาณการบริโภคอยู่ในช่วงไม่เกิน 300,000-370,000 ตัน นับเป็นกลุ่มที่มีกำลังการผลิตสูงกว่าการบริโภคในประเทศมากที่สุด คือ ร้อยละ 30 ในขณะที่อุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมีกำลังการผลิตที่ใกล้เคียงกับการบริโภคมากกว่กลับไม่เกินร้อยละ 20

Footnote:

²⁶อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมภายใต้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2545 ภายใต้โครงการ OTOP ความสำคัญของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ยังถูกกล่าวถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันอุตสาหกรรมกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง



2.2.6 ปัญหาและอุปสรรค

เนื่องจากลักษณะและรูปแบบการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในแต่ละห่วงโซ่อุปทานมีความแตกต่างกันในทุกมิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่อยู่ในแต่ละห่วงโซ่อุปทานจะประสบปัญหาและอุปสรรคที่แตกต่างกันไปด้วย ดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ ปัญหาหลักที่สำคัญของอุตสาหกรรมต้นน้ำคือปัญหาด้านการจัดหาวัตถุดิบและความผันผวนทางด้านราคาของต้นทุนวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เส้นด้ายและเส้นใยต่างๆ ซึ่งในบางครั้งอาจประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การขาดการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาทางด้านวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งจะส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุนของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ต้องใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ จะต้องแบกรับภาระต้นทุนวัตถุดิบที่สูงมากขึ้นซึ่งเกิดจากมาตรการทางด้านภาษีการนำเข้าและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

อุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีการผลิตของไทยยังถือว่าเป็นเทคโนโลยีที่ล้าสมัย และยังคงต้องใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักในการผลิต การขาดแหล่งเงินทุนที่จะพัฒนากระบวนการผลิต ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับความต้องการหรือขีดการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดโลกได้

อุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุด ในขณะเดียวกันปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ก็คือ การพัฒนาด้านการออกแบบและสร้างตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยการสร้างความเข้าใจและการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลทางการตลาดที่สำคัญ ที่จะนำไปใช้เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการได้

ปัญหาด้านต้นทุนแรงงานสูงและแรงงานขาดแคลน เป็นประเด็นสำคัญที่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้รับผลกระทบทั่วถึงกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานฝีมือ (Labor Intensive) เป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิต ดังนั้น ประเด็นด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ในปัจจุบันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้รับผลกระทบด้านจัดการทรัพยากรบุคคลใน 3 ระยะด้วยกัน ประกอบไปด้วยระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

- ระยะสั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กำลังเผชิญกับการบริหารจัดการต้นทุนแรงงานที่ได้รับผลกระทบจากการที่ค่าแรงขั้นต่ำปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาใน 2 ด้านด้วยกัน คือ ปัญหาด้านต้นทุนแรงงานที่สูงขึ้นซึ่งนำไปสู่การเลิกจ้าง การย้ายฐานการผลิตและการปิดกิจการ ส่วนอีกปัญหาคือ ปัญหาด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานออกจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเนื่องจากผู้ใช้แรงงานมีทางเลือกอาชีพที่ทำงานเบากว่าแต่ได้ค่าแรงขั้นต่ำเท่ากัน

- ระยะเวลา ผู้ประกอบการกำลังจะเผชิญกับภาวะค่าใช้จ่ายฐานค่าจ้างเงินเดือนสูงขึ้นตามค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับฐาน และปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีประสบการณ์ที่จะเข้าสู่ช่วงเกษียณอายุซึ่งจำเป็นต้องเร่งหาแรงงานทดแทนเพื่อพัฒนาประสบการณ์และองค์ความรู้ในการดำเนินงานทั้งแรงงานสำหรับการควบคุมการผลิต แรงงานช่างฝีมือ และแรงงานด้านการควบคุมกระบวนการดำเนินงาน
- ระยะยาว ผู้ประกอบการจะเผชิญกับการขาดแคลนแรงงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อการดำเนินธุรกิจในทุกด้านเนื่องจากทรัพยากรบุคคลที่อยู่ในระหว่างการศึกษามีแนวโน้มขาดความสนใจเข้าสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มสูงขึ้นนับเป็นบททดสอบหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัว และเป็นจังหวะที่ดีในการปรับโครงสร้างองค์กร หรือปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการทำงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หมายถึงการลดการพึ่งพาแรงงานทักษะต่ำ การลดต้นทุนการผลิต หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า ซึ่งช่วยลดผลกระทบจากต้นทุนแรงงานที่เพิ่มขึ้นได้²⁷

นอกจากนี้ ประเด็นสำคัญอีกประการที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะต้องเผชิญ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมส่งออกสินค้าสู่ตลาดโลก คือ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านข้อตกลง GSP²⁸ ตามสิทธิประโยชน์ ซึ่งกำลังจะหมดลงในปี 2558 นี้ โดยผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับกำแพงภาษี การส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ดังนั้นรัฐบาลควรเร่งดำเนินการในการต่อรองด้านกรอบภาษีกับประเทศคู่ค้า เพื่อรักษาความได้เปรียบด้านการตลาดในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการไทย²⁹

Footnote:

²⁷ แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านแรงงานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วยโครงการดังนี้อยู่ในบทที่ 6 แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างด้านแรงงานบุคลากร.

²⁸ EU จะประกาศตัดสิทธิสินค้าไทย 57 รายการตามข้อตกลง Generalize System of Preferences (GSP) ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป ในปี 2558.

²⁹ การประชุมอนาคตสิ่งทอไทย (2555) จัดโดยสมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักรวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ณ โรงแรมสุโกศล วันที่ 4 ตุลาคม 2555.

2.3

บทบาทของ SME ใน อุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม

2.3.1 ด้านการค้าระหว่างประเทศ

จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งให้เห็นถึงบทบาทและความสำคัญของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ เมื่อพิจารณาจากสถิติการส่งออกของผู้ประกอบการ SME ไทยจะเห็นว่า มูลค่าการส่งออกโดยเฉพาะเครื่องแต่งกายกลุ่มผ้าถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ในปี 2554 สูงเป็นอันดับ 15 ของสินค้าส่งออกโดย SME ทั้งหมด คิดเป็นมูลค่า 1,123 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าดังกล่าวถือเป็นครึ่งหนึ่งของการส่งออกสินค้าประเภทเดียวกันนี้จากผู้ประกอบการทั่วประเทศ ยอดการส่งออกโดยผู้ประกอบการ SME มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 14 ในขณะที่การส่งออกสินค้าดังกล่าวทั้งภาคอุตสาหกรรมชะลอลดตัวลงร้อยละ 3

รูปที่ 2.9 สถิติการส่งออกเครื่องแต่งกายแบบนิตหรือแบบโครเชต์โดย SME ไทย

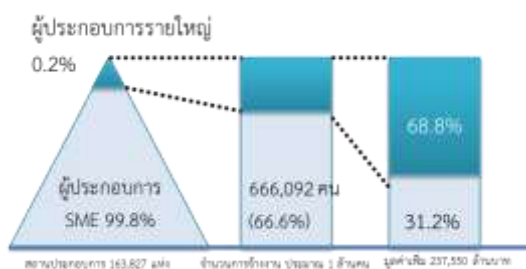


ที่มา: รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.3.2 จำนวนผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมครอบคลุมอุตสาหกรรมย่อยที่หลากหลาย ดังนั้นอุตสาหกรรมนี้จึงมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ในปัจจุบันผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีอยู่ประมาณ 163,827 รายทั่วประเทศ เป็นผู้ประกอบการ SME มากถึง 163,500 ราย หรือ ร้อยละ 99.8 ก่อให้เกิดปริมาณการจ้างงานสูงถึง 666,092 คน หรือ ร้อยละ 66.6 แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เพียงร้อยละ 31.2 หรือ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 7.8 หมื่นล้านบาท แต่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งมีเพียง 327 ราย หรือ เพียงร้อยละ 0.2 กลับสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้กว่า 1.6 แสนล้านบาท

รูปที่ 2.10 สัดส่วนผู้ประกอบการ



ที่มา: ข้อมูลโครงสร้างและการจ้างงาน สสว. 2554, ข้อมูลมูลค่าเพิ่ม สศช. 2554

ในภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างหลากหลายมีมูลค่าทางการค้าอยู่ในระดับสูง มียอดการนำเข้าและส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนผู้ประกอบการและการจ้างงานอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจด้านกลไกทางการตลาดและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม ในส่วนถัดไปจะกล่าวถึงแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในมุมมองตลาดภายในประเทศ ตลาดอาเซียนและตลาดโลก รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการสนับสนุนการตลาดต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและ
เครื่องนุ่งห่มในตลาดโลก
และภูมิภาคอาเซียน

3.1

สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลก

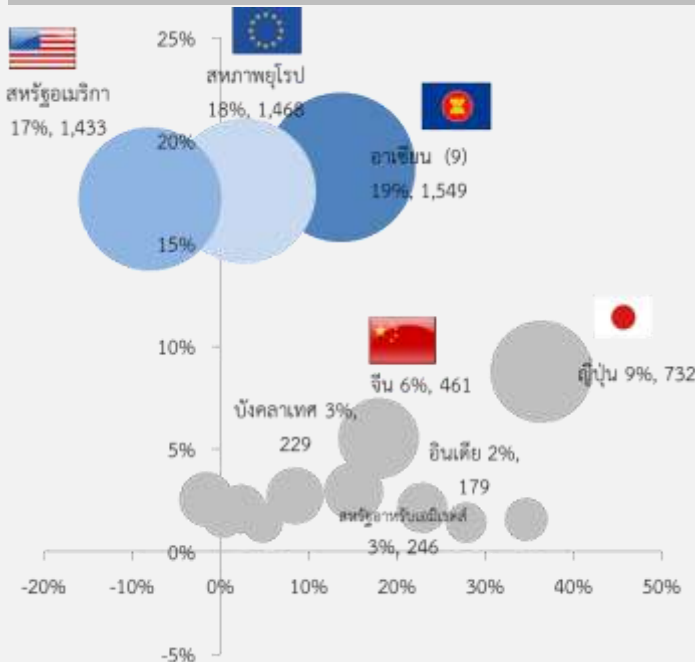
3.1.1 ตลาดส่งออกหลักของไทย

ตลาดส่งออกสิ่งทอของไทยแบ่งเป็นตลาดหลัก 2 กลุ่ม คือ

- 1) ตลาดข้อตกลงการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศ หรือ MFA (Multi Fibre Agreement) หมายถึง ตลาดที่มีข้อตกลงการค้าสิ่งทอสองฝ่ายกับไทยมี 18 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฟินแลนด์ สวีเดน นอร์เวย์ ออสเตรเลีย และกลุ่มประชาคมยุโรปอีก 12 ประเทศ (เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เบลเยียม เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก อิตาลี ไอร์แลนด์ กรีซ สเปน โปรตุเกส) เป็นตลาดที่มีการกำหนดโควตานำเข้า ซึ่งตลาดนี้เป็นตลาดหลักของผู้ประกอบการไทย เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพการซื้อสูงและมีความต้องการอย่างต่อเนื่องและมีมูลค่าต่อหน่วยสินค้าสูงกว่าตลาดนอกข้อตกลง
- 2) ตลาดนอกข้อตกลง หมายถึง ตลาดที่ไม่มีข้อตกลงการค้าสิ่งทอสองฝ่ายกับไทย สามารถส่งออกได้โดยเสรีไม่มีการจำกัดปริมาณการนำเข้า ตลาดที่สำคัญของกลุ่ม ได้แก่ ฮองกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และซาอุดีอาระเบีย



รูปที่ 3.1 ตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย





3.1.2 ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

สำหรับคู่แข่งชั้นที่สำคัญในตลาดโลกด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม คือ ประเทศจีน และสหภาพยุโรป ซึ่งการส่งออกของจีนมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 10 ในขณะที่การส่งออกของสหภาพยุโรปหดตัวลงร้อยละ 8 สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียนคู่แข่งโดยตรงคือ อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 รองลงมา คือ ไทย และเวียดนาม ซึ่งเวียดนามมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 30 ในขณะที่อินโดนีเซียและไทยมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 8 และ 9 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบสถานะการค้าระหว่างประเทศจะพบว่าจุดที่ภาครัฐควรต้องช่วยผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมนั้นคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อขยายตลาดที่มียอดการขยายตัวในระดับต่ำ ตัวอย่างเช่น การส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งสหรัฐอเมริกาคือประเทศคู่ค้าหลักของไทยที่มีสัดส่วนการนำเข้าสินค้าจากไทยสูงถึง 1 ใน 3 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แต่เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนการนำเข้าสินค้าจากสหรัฐแล้ว พบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 1.45 เท่านั้น ในขณะที่การนำเข้าสินค้าไทยในสหรัฐอเมริกาหดตัวถึงร้อยละ 8

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมากเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและกลุ่มสหภาพยุโรป โดยในปี 2554 สหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้ารวม 101,324.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากจีน อินเดีย แม็กซิโก กลุ่มประเทศอาเซียน และกลุ่มประเทศเอเชียใต้ ทั้งนี้ สัดส่วนการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนอยู่ในสัดส่วนที่สูงมาก แต่ประเทศไทยกลับมีส่วนแบ่งตลาดน้อยมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยได้สูญเสียตลาดการค้าที่สำคัญอย่างสหรัฐอเมริกาให้แก่กลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนด้วยกัน

สหรัฐอเมริกาคือประเทศที่ให้ความสำคัญกับการค้าภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างประเทศภายใต้ข้อตกลงสูงถึงร้อยละ 83 ในขณะที่สหรัฐทำความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกหรือ TPP (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement – TPP) กับประเทศกลุ่ม CLMV โดยไม่มีประเทศไทย ย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศไทยหลายประการ ทั้งการสูญเสียตลาดและการย้ายฐานการลงทุน เป็นต้น ภาครัฐจึงควรต้องเร่งมือในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศให้สำเร็จเร็วขึ้น ก่อนที่นักลงทุนจะตัดสินใจย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศคู่แข่ง

รูปที่ 3.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งโดยตรงของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



ที่มา: WTO International trade statistics, 2011 as of July 2012

3.1.3 ศึกษายุทธศาสตร์อุตสาหกรรมในกลุ่มประเทศหลัก (Industry Key Players)

จากข้อมูลทางเศรษฐกิจที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีการแข่งขันที่รุนแรง แต่อัตรากำไรที่ต่ำของตลาดอย่างต่อเนืองส่งผลให้หลายประเทศมีการกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ในส่วนนี้จะกล่าวถึงตัวอย่างของประเทศใกล้เคียงที่มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันทั้งในตลาดอาเซียนและตลาดโลก ดังนี้

รูปที่ 3.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น



ญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเน้นการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม โดยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเชิงสร้างสรรค์ มีการกำหนด Textile Vision เพื่อเจาะตลาดโดยอาศัยความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สู่ตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดเอเชียที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าตลาดในยุโรปและอเมริกา มีการกำหนดแนวทางการสนับสนุนการจัดตั้งฐานธุรกิจในต่างประเทศแบบถาวรพร้อมทั้งสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดในเอเชีย สนับสนุนการส่งออกให้กับ SME และสร้างแบรนด์ผ่านการสื่อสารลงในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแบบบูรณาการ การนำเส้นใยกลับมาใช้ใหม่ (Functional Fibers, Fiber Recycling) ตลอดจนการสร้าง Eco-Textile Mark เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งจะเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

รูปที่ 3.4 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินเดีย

อินเดีย

ปัจจุบันประเทศอินเดียเป็น 1 ใน 3 อันดับผู้นำการส่งออก สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกจากข้อได้เปรียบ อาทิ อินเดียเป็นประเทศที่มีฐานการผลิตปอและฝ้ายที่ใหญ่มากมีแรงงานฝีมือค่าแรงต่ำและทรัพยากรบุคคลด้านการบริหารและเทคโนโลยีที่เพียงพอกับการขยายตัวของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงศักยภาพและทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในอินเดียได้เป็นอย่างดี



นอกจากการพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมฝ้ายแล้ว อินเดียยังเตรียมแผนรองรับอนาคต โดยการขยายธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมสิ่งทอเทคนิค โดยกระทรวงสิ่งทอ (Ministry of Textiles) ได้จัดทำแผนเทคโนโลยีแห่งชาติด้านสิ่งทอเทคนิค (National Technology Mission on Technical Textiles) ประกอบด้วย 4 แผนงานย่อยในการสนับสนุนผู้ผลิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การให้เงินทุนสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตได้แก่ (1) การจัดตั้งหน่วยผลิตสิ่งทอเทคนิค (2) การจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) สำหรับสิ่งทอเทคนิค (3) การขอการรับรองมาตรฐานสากลและ (4) การขอการรับรองระบบประกันคุณภาพ
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาสิ่งทอเทคนิค (1) จัดตั้งศูนย์แห่งความเป็นเลิศ (Center Of Excellence) 12 แห่งเพื่อสนับสนุนการวิจัยสิ่งทอเทคนิคแบบครบวงจร (2) จัดทำระบบมาตรฐานและการทดสอบเพื่อให้การรับรองผลิตภัณฑ์ในระดับสากลในสาขาที่สำคัญได้แก่ สิ่งทอทางโยธา (Geotech) สิ่งทอก่อสร้าง (Buildtech) สิ่งทอเพื่อการป้องกัน (Protech) สิ่งทอทางการแพทย์ (Meditech) และสิ่งทอทางการเกษตร (Agrotech) และ (3) ให้ทุนสนับสนุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นเส้นใยชนิดพิเศษและที่ทำจากฝ้ายและปอ
3. การพัฒนาตลาดสิ่งทอเทคนิคทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการส่งออกสำหรับสิ่งทอเทคนิคการสำรวจข้อมูลเพื่อสร้างฐานข้อมูลสิ่งทอเทคนิคและกระตุ้นการรับรู้เกี่ยวกับการใช้และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสิ่งทอเทคนิค
4. การพัฒนาทรัพยากรบุคคลสำหรับสิ่งทอเทคนิคโดยให้ทุนสนับสนุนเพื่อจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมและให้ทุนสนับสนุนสำหรับการฝึกอบรมบุคลากรในภาคเอกชน

รูปที่ 3.5 ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศเวียดนาม



เวียดนาม

ประเทศเวียดนามเป็นประเทศผู้นำการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในภูมิภาคอาเซียน ตลาดเวียดนามนิยมสินค้าที่มีการออกแบบและเป็นสินค้าแบรนด์เนม โดยส่วนใหญ่เป็นแบรนด์ท้องถิ่น อุตสาหกรรมต้นน้ำยังไม่แข็งแรงนักแต่รัฐบาลเวียดนามให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเต็มที่โดยคาดหวังที่จะผลักดันให้เวียดนามเป็นผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปอันดับ 3 ของโลกภายในปี 2558 โดยมี VINATEX ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ของเวียดนามที่ให้การดูแลในเรื่องของการผลิต การนำเข้า การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งปัจจุบันเวียดนามได้เข้าเป็นสมาชิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement – TPP) เรียบร้อยแล้ว ซึ่งผลจากการเป็นสมาชิก TPP จะทำให้เวียดนามได้สิทธิประโยชน์ทางการค้ากับกลุ่มประเทศออสเตรเลีย บรูไน ชิลี มาเลเซีย นิวซีแลนด์ เปรู สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา

3.2

สถานการณ์อุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มใน ภูมิภาคอาเซียน

ที่อยู่ในมือของผู้ซื้อ ไปอยู่ในมือของผู้ผลิตเพื่อรับประกันว่า ตัวอย่างจะเหมือนกับแบบที่ต้องการและสินค้าก็จะเหมือนกับตัวอย่างที่ผลิต และเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตสามารถส่งมอบตัวอย่างจำนวนน้อย และส่งมอบสินค้าปริมาณมาก ในเวลาที่รวดเร็วได้ในขณะที่สินค้านั้นๆ ยังอยู่ในกระแสความต้องการ

รูปที่ 3.1 ตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

ดัชนี	มูลค่า
มูลค่าการส่งออกของ SME ในอาเซียน	28,766.15 ล้านบาท
มูลค่าการนำเข้าของ SME ในอาเซียน	8,400.43 ล้านบาท
ดุลการค้าของ SME ในอาเซียน	20,365.72 ล้านบาท
มูลค่าการค้าของ SME ในอาเซียน	37,166.58 ล้านบาท
ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA Index)	1.155

ที่มา: รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากข้อมูลในตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SME เป็นอย่างมากทั้งการส่งออกและนำเข้าแม้ว่าในปี 2553 ไทยจะมีการนำเข้าเพิ่มมากขึ้นทั้งในตลาดอาเซียนและตลาดโลกแต่ไทยยังคงมีความได้เปรียบดุลการค้าเป็นอันดับที่ 5 ในตลาดอาเซียนและได้เปรียบดุลการค้าในตลาดโลก มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลกสูงเป็นอันดับที่ 8 ถึงแม้ว่าจะเป็นในอัตราที่ลดลงในปี 2553 ก็ตามแต่สภาพตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีความผันผวนค่อนข้างมากหากพิจารณาจากมูลค่าดุลการค้าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้หากพิจารณาดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA Index) ซึ่งประเทศไทยมีดัชนีที่ สูงถึง 1.155 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับต้นๆ และมีการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออกมาเป็นระยะเวลามากกว่า 50 ปี โดยกระบวนการผลิตสามารถแบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (อุตสาหกรรมเส้นใยและปั่นด้าย) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (อุตสาหกรรมผ้าผืนพิมพ์และฟอกย้อม) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (อุตสาหกรรมเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่ม) ทั้งนี้ผู้ประกอบการในแต่ละกระบวนการผลิตได้มีการรวมตัวเป็นสมาคมต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก นอกจากนี้ยังได้มีการร่วมมือทางด้านนโยบายการค้าในระดับอาเซียนคือสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทอแห่งอาเซียน (ASEAN Federation of Textile Industry: AFTEX) โดยมีโครงการสำคัญคือโครงการ SAFSA (Source ASEAN Full Service Alliance) ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในอาเซียนกับกลุ่มผู้ซื้อ ผู้นำเข้า/ผู้ขายปลีกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มรายหลักๆ ในตลาดหลักทั่วโลกมาทำสัญญาร่วมกันในการพัฒนาและผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสู่ตลาดโลก อาทิ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อลดระยะเวลาการส่งมอบลงมาให้น้อยกว่าปัจจุบันที่อยู่ประมาณ 45 สัปดาห์ ตั้งแต่การเริ่มต้นกระบวนการของผู้ซื้อจนถึงการส่งมอบสินค้า เพื่อเปลี่ยนงานบางอย่าง



3.2.1 วิเคราะห์ศักยภาพห่วงโซ่อุปทาน

เมื่อพิจารณาห่วงโซ่คุณค่าร่วมกับหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ในกลุ่มประเทศอาเซียนพบว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพการแข่งขันการส่งออกในตลาดโลกมากที่สุดสำหรับอุตสาหกรรมกลางน้ำประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันการส่งออกในตลาดโลกและมีทำเลที่ตั้งใกล้เคียงกับหลายประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งสร้างความได้เปรียบด้านการขนส่ง ในขณะที่อุตสาหกรรมปลายน้ำประเทศ สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชามีศักยภาพการแข่งขันการส่งออกในตลาดโลกเหนือกว่าประเทศสมาชิกอื่น โดยประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นหุ้นส่วนกับประเทศอื่นๆ ในฐานะผู้ป้อนวัตถุดิบต้นน้ำและกลางน้ำเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้การร่วมมือผลิตและแลกเปลี่ยนภายใต้ห่วงโซ่อุปทานเดียวกันจะช่วยให้อาเซียนเป็นศูนย์กลางสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลก

3.2.2 สถานการณ์การแข่งขันและการร่วมมือกันจากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

มูลค่าการค้าภายในกลุ่มอาเซียนมีสัดส่วนสูงที่สุด ถึงร้อยละ 19 จากมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดของประเทศไทย โดยมีอัตราเติบโตของตลาดประมาณร้อยละ 14 หากมองในแง่การแข่งขันแล้วอินโดนีเซียนับเป็นคู่แข่งหลักของประเทศไทยสำหรับสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ เช่น เส้นใย ด้าย ผ้าทอ ผ้าถัก ในขณะที่เวียดนามพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้แข็งแกร่งขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น และแข่งขันประเทศไทยในการเป็นผู้ส่งออกเครื่องนุ่งห่มอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน สถานการณ์แข่งขันของประเทศไทยแม้ปัจจุบันยังคงมีความแข็งแกร่งอยู่ แต่ถ้าหากยังไม่มีการพัฒนาต่อประเทศไทยจะถูกบีบให้ไปอยู่ในตำแหน่งตรงกลาง ซึ่งจะทำให้สูญเสียจุดแข็งในการแข่งขันไป การตั้งตัวเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน โดยทำหน้าที่จับคู่ธุรกิจและเป็นแม่ข่ายประสานความร่วมมือในคลัสเตอร์ระหว่างประเทศ อาจเป็นก้าวสำคัญทางกลยุทธ์ที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้อย่างยั่งยืน³⁰

รูปที่ 3.6 ภาพรวมห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน



Footnote:

³⁰แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ. 2555-2559) โดย สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

3.2.3 แนวโน้ม โอกาส และอุปสรรค ต่อกลุ่ม SME

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แม้จะพบข้อดีหลายประการ แต่หากพิจารณาถึงการรวมตัวของกลุ่มประเทศทั้ง 10 ประเทศ จะเห็นว่าประเทศไทยไม่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันภายในกลุ่มประเทศอาเซียนไปได้ เนื่องจากแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนมีศักยภาพและปัจจัยการผลิตที่ใกล้เคียงกัน สำหรับผลกระทบของ AEC ตามห่วงโซ่คุณค่าและข้อเสนอแนะสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ผลกระทบของ AEC ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

กลุ่มอุตสาหกรรมตามห่วงโซ่คุณค่า	ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
อุตสาหกรรมต้นน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - เนื่องจากประเทศไทยมีการนำเข้าเส้นใยจากประเทศอินเดีย AEC จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง - การแข่งขันที่สูงขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนา Productivity - ผู้ประกอบการสามารถย้ายแหล่งการผลิตไปยังประเทศต้นทุนต่ำ หรือ กลุ่มประเทศที่ได้สิทธิพิเศษทางการค้าอื่นๆ ได้ง่ายขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - อุตสาหกรรมผลิตเส้นใยของไทยจะเผชิญกับการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศ - การย้ายฐานการผลิตกระทบต่อการจ้างงานในประเทศ
อุตสาหกรรมกลางน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการสามารถส่งออกผ้าผืนไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศ สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชาซึ่งเป็นกลุ่มประเทศผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป - การแข่งขันที่สูงขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนา Productivity - ความสะดวกในการเคลื่อนย้ายแรงงานและทุน 	<ul style="list-style-type: none"> - อุตสาหกรรมผลิตผ้าผืนของไทยจะเผชิญกับการแข่งขันจากคู่แข่งภายนอกที่แย่งเข้ามาลงทุนในกลุ่ม CLMV มากขึ้น - การย้ายฐานการผลิตกระทบต่อการจ้างงานในประเทศ - สิทธิพิเศษทางการค้าภายใต้ข้อตกลงความตกลงหุ้นส่วนภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership) ทำให้สินค้าต้นน้ำและกลางน้ำของไทยจะไม่สามารถขายให้ประเทศเพื่อนบ้านสำหรับการผลิตส่งไปประเทศที่ 3 ได้ เนื่องจากไทยออกข้อตกลง ซึ่งการซื้อสินค้าจากไทยไปผลิตต่อจะทำให้ผู้ผลิตเสียประโยชน์จาก กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า
อุตสาหกรรมปลายน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการสามารถส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน + 3 และอาเซียน + 6 เพิ่มมากขึ้น - ผู้ประกอบการสามารถย้ายฐานการผลิตไปยัง สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชาซึ่งจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีศักยภาพการแข่งขันการส่งออกที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากไทยขาดแคลนแรงงานและมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า - การแข่งขันที่สูงขึ้นจะส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาแรงงานฝีมืออันเป็นผลต่อประสิทธิภาพการผลิตของประเทศ - ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเทศคู่แข่งจะใช้ประเทศเพื่อนบ้านเป็นฐานการผลิตและส่งออกในภูมิภาคแข่งกับประเทศไทย หากต้นทุนด้านแรงงานใกล้เคียงกัน ไทยอาจประสบปัญหาเรื่องเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีบทบาทที่สำคัญทางด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการทั้งที่อยู่ในส่วนของต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์ที่สูง ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการของตลาดอาเซียนและตลาดโลก ในขณะที่การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นการสนับสนุนการเปิดตลาดสำหรับผู้ประกอบการไทย แต่หากผู้ประกอบการไทยขาดการพัฒนาศักยภาพทั้งในด้าน วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องประสบกับปัญหาด้านการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่จะมาจากประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนด้วยกัน

ในส่วนถัดไปจะกล่าวแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และวิธีการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตามห่วงโซ่คุณค่าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อวิเคราะห์ความครอบคลุมของแผนการดำเนินงานในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

SME
SME
SME



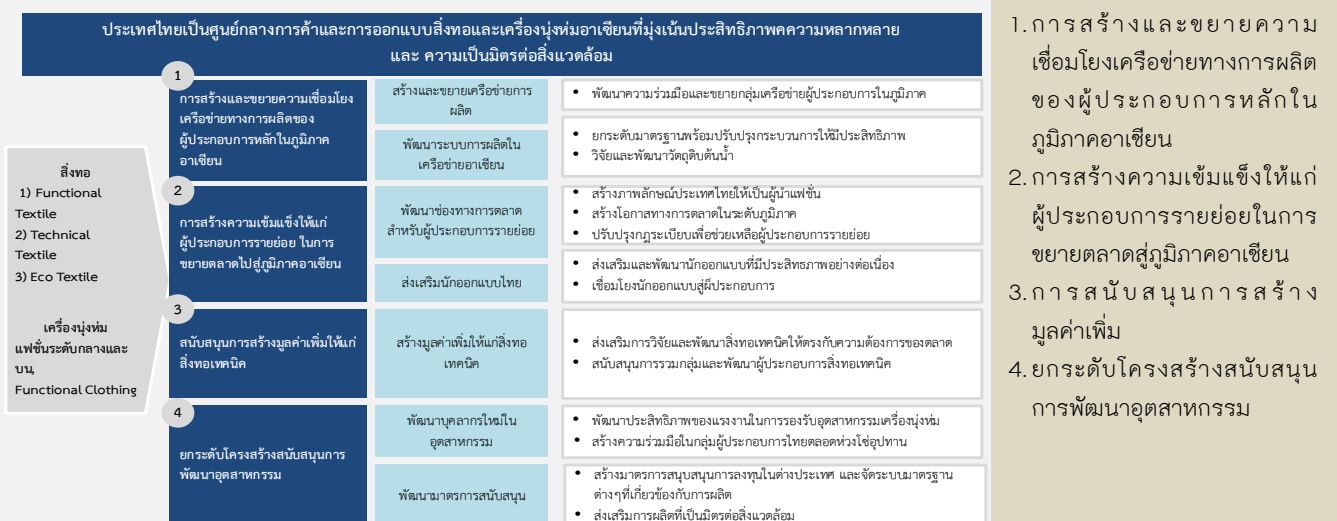
แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรม
ภายในประเทศและกรอบความร่วมมือ
ระหว่างประเทศ

4.1

แนวทางการสนับสนุน อุตสาหกรรม ภายในประเทศ

กระทรวงอุตสาหกรรมมีการกำหนดแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย (2555-2574) ซึ่งกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสู่การเป็น “ศูนย์กลางของสิ่งทอและแฟชั่นของภูมิภาคอาเซียน” โดยได้มีการวิเคราะห์ว่าลักษณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเป็นการผลิตสำหรับการบริโภคในประเทศและการขายไปยังต่างประเทศทั้งเพื่อการบริโภคและการจำหน่ายต่อ มีความได้เปรียบด้านแหล่งวัตถุดิบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีศักยภาพด้านการออกแบบสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ และมีความสามารถรองรับแนวโน้มการเป็นตลาดกลางในการซื้อขาย ซึ่งแนวทางในการพัฒนาให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบไปด้วย 4 แนวทางหลัก ดังนี้

รูปที่ 4.1 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



1. การสร้าง และขยายความเชื่อมโยงเครือข่ายทางการผลิตของผู้ประกอบการหลักในภูมิภาคอาเซียน
2. การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยในการขยายตลาดสู่ภูมิภาคอาเซียน
3. การสนับสนุน การสร้างมูลค่าเพิ่ม
4. ยกระดับโครงสร้างสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม

ที่มา: แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย (2555-2574) กระทรวงอุตสาหกรรม

นอกจากกระทรวงอุตสาหกรรมแล้ว สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอซึ่งเป็นองค์กรอิสระและเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ. 2555-2559) แผนแม่บทดังกล่าวมีมาตรการดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายในแผนแม่บทของกระทรวงอุตสาหกรรม และมุ่งสนับสนุนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมย่อย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะกลุ่มสิ่งทอเทคนิคและกลุ่มสร้างสรรค์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (หัตถกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม)

ทั้งนี้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างครบวงจรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรพิจารณาทั้งอุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมสนับสนุน จะเห็นว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีหลากหลาย ตั้งแต่การเกษตร ปิโตรเคมี ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมผลิตสีและน้ำยาฟอกย้อมซึ่งสนับสนุนอุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมขนส่ง บรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า อุตสาหกรรมสื่อบันเทิง ซึ่งสนับสนุนด้านการขายที่ปลายน้ำ

รูปที่ 4.2 การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐตามห่วงโซ่อุปทาน

		อุตสาหกรรมต้นน้ำ		อุตสาหกรรมกลางน้ำ			อุตสาหกรรมปลายน้ำ			
ประเภทพื้นที่	การออกแบบเส้นใยด้วยหลักวัสดุศาสตร์	การปลูกและการผลิตเส้นใยจากธรรมชาติ เช่น สียา ปอ บ่าน ลิ้นจี่ ไผ่สับประรด		การออกแบบสวดลายและความแข็งแรง	การทัก (Knitting)	การทอ (Weaving)	การออกแบบและตัดเป็นเครื่องแต่งกาย			
	การผลิตเส้นใยสังเคราะห์จากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม	การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการสาวไหม		การฟอกย้อมและพิมพ์สียา (Dyeing and Printing)			Tailor Made	Ready-to-wear		
	การปั่นและการทอผ้า (Spinning)		ผ้าผืนจากการทอผ้า (Woven Fabric)		ผ้าผืนที่ไม่ใช่จากการทอผ้า (non-Woven Fabric)		OBM	Haute couture	High Street Brand	
							COM	Design Boutique	Street Brand / Licensing	
แนวทางการสนับสนุน	Production Factor	โรงงาน 170 แห่ง แรงงาน 70, 500 คน	Machine: 3,669,613 spindles Machine Import Value (2553): • Man-made fiber 495.4 M. Baht • Spinning Machine 2011 M. Baht	โรงงาน 1,686 แห่ง แรงงาน 156,500 คน	No. of Machine: Weaving 130,230 units, Knitting 118,150 units Machine Imports (2553): • Weaving 1,287 M. Baht • Knitting 1,798 M. Baht • Non-woven 145 M. Baht • Dyeing, Impregnating 1,612 M. Baht	โรงงาน 2,409 แห่ง แรงงาน 795,800 คน	No. of Machine: 3,669,113 units Machine Imports (2553): • Sewing and Parts 1,870 M. Baht	OEM	Basic Boutique	เสื้อผ้าตัด
	HR	การพัฒนาทักษะ: กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน โรงเรียนเพาะช่าง, มหาวิทยาลัย, ศูนย์ศิลปาชีพ, วิทยาลัยการฯ, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, สำนักงานประกันสังคม, สำนักเทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัย, กรมโรงงานอุตสาหกรรม		กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, วิทยาลัยเทคนิค, มหาวิทยาลัย สถาบันสิ่งทอไทย, สมาคมอุตสาหกรรมฟอกย้อมสิ่งทอ และตกแต่งสิ่งทอไทย, ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ, ศูนย์ศิลปาชีพ, ศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้แฟชั่น TCDC			กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, วิทยาลัยเทคนิค, มหาวิทยาลัย, ศูนย์ศิลปาชีพ, ศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้แฟชั่น, TCDC, สมาคมแฟชั่นดีไซน์เนอร์กรุงเทพฯ, สมาคมช่างตัดเสื้อไทย			
	Support Industry	อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม, อุตสาหกรรมปิโตรเคมี, อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และบรรจุภัณฑ์, การผลิตและซ่อมบำรุงอุปกรณ์		การผลิตเส้นใยฟอกย้อม, การผลิตเครื่องจักร, อุตสาหกรรมแฟชั่น, การผลิตและซ่อมบำรุงเครื่องจักร, การขนส่ง และบรรจุภัณฑ์, อุตสาหกรรมบริการนำร่องออกแบบสิ่งทอ, อุตสาหกรรมเคมีเครื่องจักรวัดและซ่อมแซมผ้าผืน			อุตสาหกรรมแฟชั่น, อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้า, อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม, การผลิตและซ่อมบำรุงเครื่องจักร, การขนส่ง และบรรจุภัณฑ์, การบริการนำร่องส่งออกสินค้า, การผลิตซ่อมบำรุงและซ่อมแซมผ้าผืน			
	Technology	สำนักงานกระทรวงพาณิชย์, กรมวิชาการเกษตร, NSTDA ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ, ศูนย์ศิลปาชีพ, ศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้แฟชั่น, TCDC สถาบันวิจัยและพัฒนาสิ่งทอ		วิทยาลัยเทคนิค, NSTDA ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ, ศูนย์ศิลปาชีพ, ศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้แฟชั่น, TCDC, กรมวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, สถาบันวิจัยและพัฒนาสิ่งทอ			วิทยาลัยเทคนิค, NSTDA ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ, ศูนย์ศิลปาชีพ, ศูนย์ส่งเสริมองค์ความรู้แฟชั่น, TCDC, กรมวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, กระทรวงวัฒนธรรม, กระทรวงพาณิชย์			

4.2

กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

ภาครัฐได้ดำเนินการเจรจากรอบการค้าไทยกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งทำให้ไทยได้ประโยชน์ในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ที่เป็นผู้ค้าสำคัญ ตัวอย่างเช่น

4.2.1 ความตกลงหุ้นส่วนภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership: TPP)

เป็นกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีกรอบหนึ่งที่กำลังเจรจากันอยู่ในขณะนี้ เป้าหมายของ TPP คือ ต้องการลดอุปสรรคทางการค้าสินค้าและบริการระหว่างกัน ต้องการส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนระหว่างกันรวมทั้งตั้งใจที่จะร่วมมือกันในการปรับกฎระเบียบมาตรฐานต่างๆ เช่น มาตรฐานสิ่งแวดล้อมมาตรฐานแรงงานให้มีความสอดคล้องกันเนื่องจากสหรัฐเป็นผู้ค้าสำคัญของทุกประเทศ สหรัฐอเมริกาจึงมีบทบาทอย่างมากในการเจรจา TPP มีการวิเคราะห์กันว่าเหตุผลที่สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับ TPP เป็นเพราะเหตุผลทางการเมืองอย่างหนึ่งที่ต้องการถ่วงน้ำหนักบทบาทของจีนในภูมิภาค ASEAN สมาชิก TPP ประกอบด้วย บรูไน สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ซิลิ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย เปรู ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา รวม 10 ประเทศ ประเด็นที่เป็นที่น่ากังวลสำหรับประเทศไทยภายใต้ข้อตกลงนี้ ได้แก่ การค้าบริการ ทรัพย์สินทางปัญญาและมาตรฐานสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในประเด็นการค้าบริการ สหรัฐอเมริกาต้องการให้มีการเจรจาแบบ Negative list approach หมายถึง ระบุเฉพาะสาขาบริการที่ไม่ต้องการเปิดเสรีสาขาที่ไม่ระบุจะต้องเปิดเสรีให้ประเทศคู่เจรจา สำหรับประเด็นทรัพย์สินทางปัญญาสหรัฐอเมริกาต้องการให้คุ้มครองอย่างเข้มงวดมากขึ้นและยืดระยะเวลาคุ้มครองสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ให้นานขึ้น ส่วนมาตรฐานสิ่งแวดล้อมก็เช่นเดียวกันสหรัฐอเมริกาจะมีจุดยืนที่จะใช้มาตรฐานที่เข้มงวดจนเป็นที่เกรงว่าจะเป็นการกีดกันทางการค้าทั้งนี้ ประเด็นเหล่านี้ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาที่ร่วมเจรจา TPP มีปฏิกริยาต่อต้านข้อเสนอของสหรัฐอเมริกา

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ SME ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่ได้เป็นสมาชิก TPP ซึ่งเมื่อข้อตกลงทางการค้านี้มีผลบังคับใช้ ประเทศไทยจะเสียโอกาสในการขยายตลาดสินค้าส่งออกของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและอาจเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้มาเลเซียและเวียดนาม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าที่จะได้รับผลกระทบอย่างหนัก นอกจากประเทศไทยจะเสียโอกาสในการส่งออกโดยตรงแล้ว กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าจะทำให้ผู้ส่งออกเส้นใยและผ้าผืนไทยเสียโอกาสในการขายสินค้าให้ผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่จะผลิตเพื่อส่งต่อไปสหรัฐอเมริกาหรือประเทศคู่ค้าอื่นๆ ในข้อตกลง แม้แต่ผู้ประกอบการไทยที่ย้ายฐานการผลิตไปเวียดนามก็ไม่อาจช่วยสนับสนุนสินค้าในประเทศไทยได้ เพราะการซื้อสินค้าในประเทศไทยไปผลิตต่อจะทำให้ผู้ผลิตเสียประโยชน์จากกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า

4.2.2 ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป: GSP

GSP เป็นชื่อย่อของ Generalized System of Preferences หมายถึง ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปที่ประเทศที่พัฒนาแล้วให้แก่สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้าแก่สินค้าที่มีอยู่ในข่ายได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า ทั้งนี้ประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษจะเป็นผู้ให้แต่เพียงฝ่ายเดียวไม่หวังผลตอบแทนใดๆ และไม่เลือกปฏิบัติกับประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นพิเศษในปัจจุบันประเทศให้ GSP รวม 28 ประเทศ แบ่งออกเป็น 13 ระบบสาระสำคัญของระบบ GSP โดยทั่วไปมี ดังนี้

- ระยะเวลาของโครงการ กำหนดอายุของโครงการ อาจจะเป็น 8 หรือ 10 ปี เช่นโครงการของสหภาพยุโรปและญี่ปุ่นมีอายุ 10 ปี สหรัฐอเมริกา 8.5 ปี เป็นต้น
- ขอบเขตของสินค้า ทุกโครงการจะกำหนดรายชื่อสินค้าที่ได้รับสิทธิ GSP สินค้าที่ให้สิทธิพิเศษฯ จะเน้นการให้สิทธิพิเศษฯ แก่สินค้าอุตสาหกรรมทั้งนี้ได้สงวนสิทธิไม่ให้ GSP สินค้าบางรายการ รายการสินค้าที่ได้รับสิทธิ GSP ของระบบสำคัญๆ มีดังนี้

- ภาษีที่ได้รับการลดหย่อน สินค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษฯ จะถูกเรียกเก็บนำเข้าต่ำกว่าอัตราปกติหรือได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า
- กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) สินค้าที่มีสิทธิจะได้รับ GSP จะต้องผลิตตามเงื่อนไขของแต่ละระบบที่กำหนดไว้ โดยมีหลักเกณฑ์สำคัญๆ ดังนี้

- (1) สหภาพยุโรป ให้สิทธิ GSP แก่สินค้าอุตสาหกรรมเกือบทุกรายการ ส่วนสินค้าเกษตรให้สิทธิพิเศษฯ บางรายการ สินค้าที่ไม่ได้รับสิทธิ GSP ส่วนมากเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ทางเกษตร
- (2) สหรัฐอเมริกา ให้สิทธิพิเศษฯ สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมประมาณ 4,400 รายการสินค้าที่ไม่อยู่ในข่ายได้รับสิทธิ GSP ได้แก่ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอรองเท้า เครื่องแก้ว เหล็ก และผลิตภัณฑ์เหล็ก ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สินค้าเกษตรบางรายการ เป็นต้น
- (3) ญี่ปุ่น ให้ GSP ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม สำหรับสินค้าที่ไม่ได้รับสิทธิ GSP ส่วนมากเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ทางเกษตร

- (1) หลักเกณฑ์ว่าด้วยแหล่งกำเนิด (Rules of Origin) กำหนดเงื่อนไขดังนี้
 - เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบที่เกิดขึ้นภายในประเทศทั้งหมด หรือ
 - สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบนำเข้า ซึ่งสินค้านี้จะมีคุณสมบัติถูกต้องก็ต่อเมื่อได้ผ่านการแปรสภาพอย่างเพียงพอภายในประเทศผู้รับสิทธิ GSP และจะต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าในสัดส่วนที่กำหนดไว้เท่านั้น
- (2) เงื่อนไขการส่งมอบสินค้า สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศจะต้องส่งมอบโดยตรงจากประเทศผู้รับสิทธิ GSP ไปยังประเทศผู้ให้สิทธิ GSP เป็นลักษณะสำคัญของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าของระบบ GSP เกือบทุกระบบ
- (3) เอกสารสำหรับใช้เป็นมาตรฐาน สินค้าที่ได้รับสิทธิ GSP จะต้อง มีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบ เอ หรือ Form A ซึ่งออกให้โดยส่วนราชการ (ยกเว้นสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์) ไปแสดงต่อศุลกากรประเทศปลายทาง

- การจำกัดการให้ GSP ประเทศที่ให้สิทธิ GSP ต่างกำหนดมาตรการการจำกัดการให้สิทธิ GSP เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศและการกระจายผลประโยชน์ที่ได้จากการได้รับการลดหย่อนภาษีนำเข้าให้กับประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษฯ อื่นๆ มาตรการจำกัดการให้สิทธิพิเศษฯ โดยทั่วไปจะกำหนดเพดานหรือโควต้า GSP ซึ่งในปัจจุบันระบบ GSP ที่ใช้มาตรการนี้ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์

ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ SME อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่ได้รับสิทธิ GSP ทำให้ต้นทุนการส่งออกต่างประเทศถูกลง สามารถแข่งขันได้ นำไปสู่การขยายการผลิต การจ้างงาน และการใช้วัตถุดิบในประเทศเพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายตลอดห่วงโซ่อุปทาน และส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศโดยรวม

ข้อนำกังวลสำหรับสิทธิ GSP คือ สหภาพยุโรปจะมีการปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์การให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรใหม่ซึ่งเพิ่งผ่านความเห็นชอบรัฐสภายุโรปเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2555 ซึ่งข้อกำหนดใหม่ดังกล่าว ประเทศไทยมีแนวโน้มจะถูกตัดสิทธิ GSP ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง และจะต้องเสียภาษีที่อัตรา MFN³¹ ซึ่งยังถือว่าต่ำกว่าอัตราภาษีศุลกากรปกติ ที่จะบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้น นอกจากนี้ไทยยังมีประเทศกำลังพัฒนาขนาดใหญ่อื่นๆ เช่น จีน บราซิล รวมถึงมาเลเซีย จะถูกตัด GSP เช่นเดียวกัน แต่ประเทศอาเซียนอื่นๆ เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ จะยังคงได้รับสิทธิพิเศษต่อไป แต่ในปี 2557 อาจจะมีสินค้าบางตัวที่ถูกตัด GSP ก่อนจะถูกตัดสิทธิทั้งหมดโดยสินค้าที่ถูกตัดสิทธิมีสินค้ากลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมอยู่ด้วย

S

M

E

Footnote:

³⁰หลักปฏิบัติอย่างชาติที่ได้รับอนุเคราะห์ยิ่ง หรือ MFN: Most-Favored Nation Treatmentหลัก MFN คือ การไม่เลือกปฏิบัติอย่างหนึ่งต่อสินค้า เมื่อประเทศสมาชิกปฏิบัติต่อสินค้าชนิดหนึ่งอย่างใดก็ต้องปฏิบัติต่อ “สินค้าชนิดเดียวกัน” นั่นที่นำเข้ามาหรือส่งออกไปยังประเทศสมาชิกอื่นอย่างเดียวกันโดย “ทันที” และ “ไม่ มีเงื่อนไข”.

4.2.3 ความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ระหว่างอาเซียน-จีน (ASEAN-China)

สำหรับมาตรการทางการค้าด้านภาษีประเทศไทยได้รับผลจากความตกลงว่าด้วยการค้าภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน-จีน ทำให้สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในรายการสินค้าปกติได้รับการลดภาษีลงเหลือศูนย์ทั้งหมดในวันที่ 1 มกราคม 2553 ยกเว้นสินค้าบางรายการ เช่น ขนสัตว์ฝ้าย ซึ่งอยู่ในรายการสินค้าอ่อนไหว จะเริ่มลดอัตราภาษีจากอัตราสินค้าปกติโดยจะลดภาษีมาอยู่ที่ไม่เกินร้อยละ 20 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2555 และจะลดเป็นร้อยละ 0-5 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2561 ส่วนใหม่ดิบเป็นรายการสินค้าอ่อนไหวสูงถูกกำหนดให้ลดภาษีศุลกากรลงเหลือไม่เกินร้อยละ 50 ภายในวันที่ 1 มกราคมปี 2558 อย่างไรก็ตาม สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีกฎเฉพาะของสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เช่น กฎแหล่งกำเนิดของสินค้าเฉพาะ (Product Specific Rules of Origin: PSR) โดยพิจารณาจากขั้นตอนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเป็นสำคัญเนื่องจากสินค้าบางรายการอาจใช้วัตถุดิบภายในประเทศสมาชิกไม่ถึงร้อยละ 40 แต่ถือได้ว่าได้ผ่านกระบวนการผลิตที่สำคัญหรือมีการแปรสภาพอย่างพอเพียง (Substantial Transformation: ST) จากวัตถุดิบนำเข้าสู่สินค้าสำเร็จรูปสินค้า

4.2.4 ความตกลงทางการค้าเสรีไทย-อินเดีย (ITFTA)

การค้าภายใต้กรอบ ITFTA ซึ่งเป็นกรอบความตกลงการค้าระหว่างไทยและอินเดีย (Bilateral Agreement) มีความอ่อนไหวเนื่องจากการที่อินเดียขาดดุลการค้ากับไทยสูงขึ้นทำให้ทั้งสองประเทศนำมาตราการตอบโต้การทุ่มตลาด (เอดี) มาใช้ในปี 2547 ซึ่งสินค้าในกลุ่มเส้นใยสังเคราะห์เป็นหนึ่งในรายการที่อยู่ในมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด อย่างไรก็ตามสินค้าที่ไทยส่งออกไปประเทศอินเดียส่วนใหญ่เป็นสินค้าสิ่งทอ ประเภทสิ่งทอเทคนิค ทั้งต้นน้ำและกลางน้ำ เช่น ผ้าใยยางรถ (ผ้าไทร์คอร์ด) ทำด้วยด้ายทนแรงดึงสูง ซึ่งทำด้วยไนลอนหรือโพลีเอไมด์ อื่นๆ ทำด้วยโพลีเอสเตอร์หรือวิสโคสเรยอน ด้านการนำเข้าไทยนำเข้าจากประเทศอินเดียเป็นสินค้าสิ่งทอประเภทต้นน้ำและกลางน้ำเช่นกัน แต่จะเป็นวัตถุดิบจำพวกฝ้าย เศษด้าย เป็นต้น

4.2.5 ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA)

ความตกลงนี้ครอบคลุมทั้งด้านการภาษีการค้า และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ ปี 2548 โดยกำหนดพิกัดสินค้าเป็น 2 กลุ่ม คือสินค้าปกติ และสินค้าอ่อนไหว สำหรับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยจัดเป็นสินค้าอ่อนไหวสำหรับออสเตรเลีย มีการกำหนดระยะเวลาในการทยอยลดภาษีศุลกากรเป็น 2 ระยะ คือ

- เครื่องจักรฝ้ายเส้นยาวและใยประดิษฐ์สักหลาดและผ้าไม่ทอรองเท้าและชิ้นส่วนกระสอบและถุงที่ใช้บรรจุของ ได้รับการลดภาษีศุลกากรให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2553
- เสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอ จะลดภาษีศุลกากรให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2558

4.2.6 ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิด อย่างยิ่งระหว่างไทย-นิวซีแลนด์ (Thailand- New Zealand Closer Economic Partnership: TNC&P)

ความตกลงนี้มีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องการเปิดตลาด การค้า สินค้า แหล่งกำเนิดสินค้า การบริหาร การลงทุน การเข้าไปทำงานของคนต่างชาติ การแก้ไข มาตรการด้านสุขอนามัยพืชและสัตว์ และการร่วมมือกัน ในด้านการค้า เช่น พิธีการด้านศุลกากร เป็นต้น

จากข้อตกลงนี้ทำให้สินค้าสิ่งทอเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของ ไทยที่ส่งออกไปยังนิวซีแลนด์จะได้รับการเก็บภาษี ศุลกากรที่ศูนย์เปอร์เซ็นต์ ในปี 2558

4.2.7 ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจระหว่างไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

ความตกลงนี้มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 ฝ่าย/เส้นใยประติษฐ์ของไทยอยู่ในข่ายที่จะยกเลิกภาษี ภายใน 5 ปี ทั้งนี้ ญี่ปุ่นมีการให้สิทธิพิเศษทางภาษี ศุลกากร (Generalization System of Preferences: GSP) แก่ประเทศกำลังพัฒนาโดยจะมีการกำหนดโควตา การนำเข้ารวมภายใต้ GSP อย่างไรก็ตามโควตาแต่ละปี จะไม่เท่ากัน และหากนำเข้าเกินโควตาารวมในแต่ละสินค้า สินค้านั้นจะถูกระงับสิทธิ GSP และต้องเสียภาษีศุลกากร ในอัตราปกติจนกว่าจะได้รับการคืนสิทธิในปริมาณประมาณ ถัดไป

4.2.8 ความร่วมมือและกฎระเบียบระหว่างประเทศอื่นๆ

1) กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า

สินค้าส่งออกที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากรภายใต้ความตกลงการค้าเสรีนั้นๆ จะต้องเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศคู่ค้าโดยสินค้าที่จะได้ถิ่นกำเนิดของประเทศคู่ค้าจะต้องมีส่วนตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้าไว้ในแต่ละรายการ (Specific Rules) ทั้งนี้กฎเกณฑ์หลักที่ใช้มีดังนี้

- กฎการผลิตของสินค้าที่ได้จากธรรมชาติ (Wholly Obtained Goods) เช่น สินแร่สินค้าเกษตรกรรม และสินค้าที่ได้จากสัตว์มีชีวิตในอาณาเขตของประเทศนั้นๆ เป็นต้น
- กฎการเปลี่ยนพิกัด (Change of Tariff Classification) โดยสินค้าที่จะได้ถิ่นกำเนิดตามกฎนี้ต้องมีกระบวนการผลิตเกิดขึ้นในประเทศคู่ค้าโดยผู้ผลิตตั้งแต่ 1 รายขึ้นไป และต้องมีการแปรสภาพอย่างเพียงพอ (Substantial Transformation) ในระดับพิกัด 2 หลัก (CC) หรือ 4 หลัก (CTH) หรือระดับ 6 หลัก (CTSH) ทั้งนี้กฎการเปลี่ยนพิกัดจะมีกำหนดไว้ในทุกรายการสินค้า แต่มีระดับพิกัดที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเภทพิกัดตามที่ตกลงกัน
- กฎสัดส่วนมูลค่าวัตถุดิบภายในประเทศคู่ค้า (Regional Content: RVC) โดยกฎ RVC จะใช้ในบางสินค้าซึ่งมักจะใช้ควบคู่ไปกับกฎการเปลี่ยนพิกัด เช่น สินค้าสิ่งทอ เสื้อผ้า รองเท้า ของทำด้วยเหล็กและเหล็กกล้า เครื่องจักร เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ หักรถ จักรยานยนต์ และชิ้นส่วนนาฬิกา และส่วนประกอบเครื่องดนตรีผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ด เป็นต้น
- หลักเกณฑ์ Percentage Criterion คือ หลักเกณฑ์ที่พิจารณาจากสัดส่วนของวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตในประเทศต่อราคาส่งออก (Local Value Added Content) ซึ่งต้องไม่น้อยกว่าร้อยละตามที่กำหนดในแต่ละสินค้า

2) การกำหนดอัตราภาษีศุลกากร

การลดภาษีศุลกากรภายใต้เอฟต้าจะเป็นไปตามระบบ CEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน เอฟต้ากำหนดรายการสินค้าเพื่อผูกพันประเทศสมาชิกในการดำเนินการลดภาษีออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มสินค้าทั่วไป (Inclusion List) สินค้ามีศักยภาพสามารถลดภาษีการนำเข้าให้เหลือศูนย์ได้ทันที
- กลุ่มสินค้าที่จะยังไม่มี การลดหย่อนภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List)
- กลุ่มสินค้าที่มีความอ่อนไหว (Sensitive and Highly Sensitive List) จะมีการกำหนดระยะเวลา และรายการที่จะยอมให้มีการลดภาษี

3) มาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากร เช่น

- มาตรการปกป้อง (Safeguards)
- มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS)
- อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical Barrier to Trade)
- มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping Measure) และ
- มาตรการอุดหนุนและตอบโต้การอุดหนุน (Subsidy and Countervailing Measure)

มาตรการต่างๆ เหล่านี้มีรายละเอียดที่ต่างกันขึ้นอยู่กับข้อตกลงแต่ละฉบับ ผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องศึกษาข้อกำหนดต่างๆ เพื่อรักษาประโยชน์ของตนเอง

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและการสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศในปัจจุบันมีความครอบคลุมผู้ประกอบการทั้งห่วงโซ่มูลค่า อย่างไรก็ตามการกำหนดแนวทางการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างความเข้าใจถึงปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่มในส่วนถัดไปจะกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับกำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

SME
SME
SME



การวิเคราะห์ขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน

5.1

ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

5.1.1 ปัจจัยและแนวโน้มของตลาด

การวิเคราะห์ปัจจัยและแนวโน้มของตลาด รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคในอุตสาหกรรม ซึ่งครอบคลุมถึงประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย เวียดนาม และไทย ดังนี้

สหรัฐอเมริกา

ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีความหลากหลายของประชากร โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีจำนวนมากขึ้น การเลือกซื้อสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ซึ่งชาวสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มการบริโภคสินค้าที่เป็นเสื้อผ้า

รูปที่ 5.1 ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดและผู้บริโภคในอุตสาหกรรม

สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	เวียดนาม	ไทย
<ul style="list-style-type: none"> ชาวสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มหันมาใช้เสื้อผ้าที่เป็นความสะอาดสบาย และไม่มีเป็นทางการมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย มูลค่าการใช้จ่ายเสื้อผ้าและรองเท้าในสหรัฐอเมริกาจะมีการเติบโตที่ลดลง 	<ul style="list-style-type: none"> การเลือกซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกอย่างมาก แบรนด์สินค้าและการออกแบบมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภคระดับบน ค่าใช้จ่ายต่อหัวของผู้บริโภคชาวจีนขยายตัวตามเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> ชาวญี่ปุ่นชอบสินค้าที่มีความแปลกใหม่ แต่ต้องออกถึงความโดดเด่น และเน้นการออกแบบ สดุดีจึงมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วัยรุ่นญี่ปุ่นอายุไม่เกิน 24 ปี มักนิยมสินค้าที่ออกแบบโดดเด่นและราคาไม่สูง โดยวัยรุ่นชายจะใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับวัยรุ่นชายประเทศอื่นๆ ตลาดญี่ปุ่นมีคู่แข่งจากทั้งตลาดบนและตลาดระดับล่าง 	<ul style="list-style-type: none"> มีความต้องการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สินค้านำเข้าจากไทยที่เป็นที่นิยมได้แก่ เสื้อผ้าลายดอกสีสด เป็นเสื้อตัวยาว แขนยาวแบบมุสลิม มีสินค้าผ้าลายดอกสีสดจากไทยซึ่งมีคุณภาพดีและราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับจีน 	<ul style="list-style-type: none"> รายได้ที่สูงขึ้นทำให้ชาวเวียดนามมีการบริโภคเสื้อผ้าสูงขึ้น รูปแบบเครื่องนุ่งห่มที่ได้รับความนิยมคือ เสื้อที่มีลักษณะทันสมัยและคงทน สวมสะดวกสบายเนื่องด้วยเป็นเมืองร้อน เสื้อผ้าแบบเกาหลีได้รับความนิยมในผู้บริโภควันรุ่น สินค้าแบรนด์เนมต่างประเทศเริ่มมาในหลายเวียดนามมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคชาวไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ ชาวไทยนิยมซื้อสินค้าหลากหลาย ทั้งสินค้าประจำวันระดับบนไปจนถึงระดับล่างในสถานที่ย่างกุ้ง ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคที่เป็นพนักงานมักจะซื้อเสื้อผ้าราคาระหว่าง 200-400 บาท ส่วนการซื้อเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าต้องมีการจัดโปรโมชั่นหรือลด 30-50 เพื่อจูงใจผู้บริโภค

เครื่องนุ่งห่มที่เน้นความสะดวกสบายและไม่เป็นทางการเพิ่มมากขึ้น เช่น เสื้อยืด เสื้อโปโล กางเกงยีน และกางเกงขาสั้น เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่าย ในขณะที่ผู้บริโภคตลาดวัยรุ่นมุ่งหาผลิตภัณฑ์ที่เน้นความทันสมัย³¹ จึงมีการคาดการณ์ไว้ว่ามูลค่าการใช้จ่ายเสื้อผ้าและรองเท้าในสหรัฐอเมริกาจะมีการเติบโตที่ลดลง โดยคาดว่าในปี 2558 จะมีมูลค่าการใช้จ่ายอยู่ที่ 358,510 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2563 จะมีมูลค่าการใช้จ่ายราว 335,568 ล้านดอลลาร์สหรัฐ³²

ที่มา: โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน กรมโรงงานอุตสาหกรรม 2554

Footnote:

³¹โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

³²เรื่องเดียวกัน, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

จีน

กลุ่มผู้บริโภคในจีนปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกอย่างมาก โดยนิยมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและการทำธุรกิจกับต่างประเทศ แบรินด์สินค้าและการออกแบบมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภคระดับบน ซึ่งในปัจจุบันมีร้านขายเสื้อผ้าจำนวนมากที่นำเข้ามาจากสหรัฐอเมริกา ยุโรป เกาหลี และญี่ปุ่นจากการศึกษาของกรมโรงงานอุตสาหกรรม (2554) พบว่าค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคชาวจีนใช้ในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มขยายตัวอย่างก้าวกระโดดถึงร้อยละ 44.1 ในช่วงระยะเวลา 5 ปี จาก 612,289 ล้านบาท หรือ 3.06 ล้านบาทบาทในปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 882,602 ล้านบาท หรือ 4.41 ล้านบาทบาทในปี 2552 คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อหัวประมาณ 3,677.50 บาทต่อคนต่อปี โดยการใช้จ่ายด้านเสื้อผ้าและรองเท้าขยายตัวมากเป็นอันดับหนึ่ง³³ และมีการคาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตในการบริโภคเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของชาวจีนจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 87.7 ในปี 2563

Footnote:

³³โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

³⁴เรื่องเดียวกัน, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

³⁵โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

ญี่ปุ่น

ตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดสำคัญในการส่งออกสินค้าแฟชั่น รวมถึงสิ่งทอและเสื้อผ้าของไทย ซึ่งยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามตลาดญี่ปุ่นมีคู่แข่งจากทั้งตลาดบนและตลาดระดับล่าง โดยตลาดบนคู่แข่งมีจุดแข็งด้านการออกแบบและมีตราสินค้าที่แข็งแกร่ง อาทิ อิตาลี และฝรั่งเศส ส่วนคู่แข่งในตลาดระดับล่าง เช่น จีนและเวียดนาม มีจุดแข็งด้านราคา อย่างไรก็ตามชาวญี่ปุ่นชอบสินค้าที่มีความแปลกใหม่ แสดงออกถึงความโดดเด่น และเน้นการออกแบบ ตลาดนี้จึงมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประมาณทุกสามเดือนจะมีการผลิตสินค้าที่แปลกใหม่เข้าสู่ตลาด³⁴ และกลุ่มวัยรุ่นญี่ปุ่นอายุไม่เกิน 24 ปี มักนิยมสินค้าที่ออกแบบโดดเด่นแต่ราคาไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะวัยรุ่นชายจะใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับวัยรุ่นชายประเทศอื่นๆ ส่วนสตรีวัยทำงานจะมีรายได้สูงเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในหมวดสินค้าแฟชั่นและแบรนด์เนมนำเข้าจากต่างประเทศ

อินโดนีเซีย

ประชากรในประเทศอินโดนีเซียมีความต้องการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากคนละ 4 กิโลกรัมในปี 2543 เป็น 5 กิโลกรัม และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 6 และ 7.5 กิโลกรัมต่อคนในปี 2558 และ 2568 ตามลำดับ ทำให้ตลาดอินโดนีเซียมีความต้องการบริโภคเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มถึง 1.16 ล้านตันต่อปี เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากจีนทั้งการนำเข้าที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมายได้รับความนิยมและมีการนำเข้าสูงขึ้นถึงร้อยละ 380³⁵ ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยในท้องถิ่นของ อินโดนีเซียไม่สามารถแข่งขันได้ สินค้านำเข้าจากไทยที่เป็นที่นิยมได้แก่ เสื้อผ้าลายดอกสีสด เป็นเสื้อตัวยาว แขนยาวแบบมุสลิม เพราะคนอินโดนีเซียส่วนมากนิยมใส่เสื้อยืดด้านใน แขนยาว คอปิด ส่วนด้านนอกจะเป็นเสื้อผ้าฝ้าย และยังมีนิยมนำผ้าฝ้ายลายดอกสีสดจากไทยซึ่งมีคุณภาพดีและราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับจีน

เวียดนาม

เนื่องจากรายได้ที่สูงขึ้นทำให้ชาวเวียดนามมีการบริโภคเสื้อผ้าสูงขึ้นตามไปด้วย ระหว่างปี 2548-2552 ความต้องการเครื่องนุ่งห่มขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 25³⁶ ชาวเวียดนามส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว รูปแบบเครื่องนุ่งห่มที่ได้รับความนิยมจึงต้องมีลักษณะทันสมัยและแต่งกายสะดวกสบาย เนื่องด้วยเป็นประเทศเมืองร้อน เสื้อผ้าแบบเกาหลีกำลังได้รับความนิยมสูงขึ้นในกลุ่มวัยรุ่น และสินค้าแบรนด์เนมต่างประเทศเริ่มเข้ามาในตลาดเวียดนามมากขึ้น

ปัญหาของเวียดนามคือ การออกแบบที่ล้าสมัยและคุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่วนสินค้าแบรนด์เนมที่ผลิตในเวียดนามเองจะมีราคาสูงกว่าเสื้อผ้าแฟชั่นจากจีน



ไทย

จากสถิติพบว่าค่าใช้จ่ายซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคชาวไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยชาวไทยนิยมซื้อสินค้าหลากหลาย ทั้งสินค้านำเข้าแบรนด์เนมไปจนถึงร้านขนาดเล็กในสถานที่ต่างๆ เช่น ตลาดนัด ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคที่เป็นพนักงานมักจะซื้อเสื้อผ้าราคาระหว่าง 200-400 บาท ส่วนการซื้อเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าต้องมีการจัดโปรโมชั่นร้อยละ 30-50 เพื่อจูงใจผู้บริโภค³⁷



Footnote:

³⁶โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

³⁷เรื่องเดียวกัน, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2554.

5.1.2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ บริบทการแข่งขัน

1) การผลิตไร้พรมแดนและการย้ายฐานการผลิต (Borderless Manufacturing & Relocation)

ศูนย์กลางการผลิตและการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มุ่งสู่ภูมิภาคเอเชีย มีการคาดการณ์ว่าในศตวรรษที่ 21 ศูนย์กลางการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะเริ่มขยายวงกว้างมากขึ้นจากเดิมสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหภาพยุโรป ออกไปยังเอเชียใต้ (โดยเฉพาะอินเดีย) และจีน (รวมถึงฮ่องกง) ในขณะที่ศูนย์กลางการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้แก่ กลุ่มประเทศแคริบเบียน ยุโรปกลาง เอเชียใต้ (โดยเฉพาะอินเดีย) จีน (รวมถึงฮ่องกง) และ อาเซียน นอกจากนี้ยังมีประเทศใหม่ที่อาจจะเป็นม้ามืดสำหรับการผลิต สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญ ได้แก่ บังคลาเทศ เวียดนาม กัมพูชา เติร์กเมนิสถาน และ อุซเบกิสถาน ซึ่งประเทศเหล่านี้จะได้เปรียบในเรื่องต้นทุนแรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่ถูกกว่า แนวโน้มของรูปแบบการผลิตในอนาคตที่เรียกว่า “การผลิตร่วม” หรือ Joint Manufacturing ผู้ผลิตมีการจัดหาสินค้ามากกว่าหนึ่งที่ (Dual Sourcing) โดยส่วนหนึ่งผู้ผลิต (Supplier) จะเลือกผลิตหรือประกอบสินค้าใกล้ๆ กับประเทศผู้ซื้อ (Buyer) และอีกส่วนหนึ่งจะผลิตหรือประกอบในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเพื่อให้ทันต่อคำสั่งซื้อและลดระยะเวลาการผลิต (Shorten Lead-Time)

2) การปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ผลิตและผู้ซื้อ (Redefinition Of The Traditional Roles)

ผู้ผลิตเข้ามามีบทบาทอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น นอกเหนือจากบทบาทในการผลิต (Production) อย่างเดียว โดยเข้าไปมีบทบาทตั้งแต่การศึกษาแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends) การคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค (Demand Forecasting) การออกแบบ (Design) การจัดการสินค้าคงคลัง (Warehousing) และการขนส่ง (Logistics) ซึ่งเดิมผู้ซื้อ (Buyers/Retailers) เคยมีบทบาทสำคัญในกระบวนการดังกล่าวข้างต้น โดยผู้ซื้อจะให้ความสำคัญกับการขายหน้าร้าน (Retail Sales) และการวางแผนการจัดแสดงสินค้า (Merchandising Planning) มากกว่าผู้ผลิตและผู้ซื้อจะมีการร่วมมือกันในกระบวนการเหล่านี้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

3) การปรับเปลี่ยนบทบาทจาก Supply Chain เป็น Cluster Chain

เปลี่ยนจากการจัดหาจากผู้ผลิตหลายแหล่งอย่างกระจัดกระจายเป็นการจัดหาจากกลุ่มผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองได้อย่างครบวงจร (Change from Fragmented Sourcing to Full Package Suppliers) โดยผู้ซื้อจะทำงานร่วมกับผู้ผลิตกลุ่มเดียวที่มีสินค้าหรือบริการครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ (Design) ไปจนถึงการพัฒนาสินค้า ซึ่งจะช่วยให้ผู้ซื้อประหยัดเวลาในการจัดหาและสามารถนำสินค้าออกสู่ตลาดได้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค

4) การก้าวเข้าสู่การแข่งขันในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การหันมาส่งเสริมการค้าเน้นนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศต่างๆ ทั่วโลกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและหลีกเลี่ยงจากการผลิตโดยใช้ขนาด (Economy of Scale) ซึ่งต้องพึ่งพาการใช้แรงงานเป็นหลัก โดยอาศัยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืนบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีการเชื่อมโยงกับพื้นฐานของวัฒนธรรมการสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ นวัตกรรมในการผลิตและการใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปสินค้าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะก้าวข้ามการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ระบบภาษี

5) ภาวะประชากรสูงอายุมากขึ้น

ประชากรในวัยทำงานลดลง เสรีด้านแรงงาน และการแต่งงานต่างเชื้อชาติ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของประชากร ซึ่งส่งผลให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไป เป็นโอกาสในการพัฒนาสิ่งทอทางสุขภาพประเภทใหม่ๆ (Health Textiles) เพื่อตอบสนองความต้องการประชากรสูงอายุที่มีเพิ่มมากขึ้น

6) กระแสการใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly)

ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการพัฒนาของกระบวนการผลิตและสินค้าต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการออกมาตรฐานสิ่งแวดล้อมซึ่งได้กลายเป็นข้อกำหนดที่สำคัญในการทำการค้าระหว่างประเทศ

5.2

การวิเคราะห์สถานการณ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทยทั้งในด้านการสร้างรายได้เข้าประเทศและการจ้างงาน³⁸ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพด้านการผลิตสูง³⁹ แต่อัตราการเติบโตของตลาดในและต่างประเทศนั้นอยู่ในระดับกลางสำหรับอุตสาหกรรมต้นน้ำ ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยประดิษฐ์นั้น ประเทศไทยมีวัตถุดิบธรรมชาติที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกหากแต่ประสบกับปัญหาด้านการผลิตวัตถุดิบ ซึ่งทำให้พลาดโอกาสในการขยายตลาด⁴⁰ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวข้องที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย โดยในการวิเคราะห์จะให้กรอบแนวคิด Diamond Model เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พร้อมทั้งใช้การวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็ง (SWOT) ของผู้ประกอบการเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนาตามศักยภาพและความต้องการของตลาดและปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการกำลังเผชิญและใช้เป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการสนับสนุนศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในสภาวะปัจจุบันและเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการไทยที่จะสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากทั่วโลก

Footnote:

³⁸สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

³⁹Global Trade Atlas.

⁴⁰ข้อมูลจากการจัดระดมความคิดเห็นโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2555.

5.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก อุตสาหกรรมด้วย SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นกระบวนการที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อทำความเข้าใจอุตสาหกรรมและปัจจัยแวดล้อม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถสรุปได้ดังนี้⁴¹

จุดแข็ง

- ด้านทักษะฝีมือแรงงาน แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีศักยภาพและมีคุณภาพสูงเมื่อเปรียบเทียบกับแรงงานจากประเทศอื่น สามารถทำงานประณีตและงานช่าง ได้ดี
- ความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยมีขีดความสามารถสูงเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาคอาเซียน เมื่อเทียบกับประเทศกัมพูชา ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เนื่องจากมีระยะเวลาพัฒนานานกว่า 40 ปี ทำให้มีการรวมตัวผู้ประกอบการเป็นคลัสเตอร์ สมาคม มูลนิธิ และหน่วยงานต่างๆ ให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย เช่น การตั้งศูนย์วิเคราะห์และทดสอบสิ่งทอ สถาบันพัฒนาสิ่งทอ สมาคมอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย สมาคมอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สมาคมไหมไทย เป็นต้น กลุ่มผู้ประกอบการสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีกำลังการผลิตเพียงพอในการสนับสนุนภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตั้งแต่การปั่นด้าย การฟอก ย้อม พิมพ์ ตกแต่ง การทอผ้า และการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป

- คุณภาพสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นที่ยอมรับในมาตรฐาน แม้จะไม่ได้อยู่ในระดับพรีเมียม แต่ภาพลักษณ์คุณภาพสินค้าดีกว่าสินค้าจากประเทศจีน เวียดนาม และประเทศอื่นๆ ในอาเซียน รวมถึงสินค้ากลุ่มหัตถกรรมสิ่งทอไทย ยังเป็นที่ต้องการของตลาดโลก
- ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชียเป็นประตูทางเข้าสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเยี่ยมระดับโลก โดยเฉพาะสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกในด้านการลงทุน เช่น ระบบไฟฟ้า การคมนาคมขนส่ง และการโทรคมนาคม จึงเป็นทางผ่านที่สะดวกสบายสำหรับการพัฒนาการค้าในระดับภูมิภาคกับประเทศต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่น จีน อินเดีย และประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เป็นต้น

Footnote:

⁴¹ประมวลจากผลการจัดประชุมระดมความคิดเห็นครั้งที่ 1 และแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พ.ศ. 2555-2559 โดยสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

S

M

E

จุดอ่อน

- ขาดแคลนวัตถุดิบต้นน้ำ โดยเฉพาะเส้นใยธรรมชาติและใยสังเคราะห์ เนื่องจากพื้นที่การผลิตเส้นใยธรรมชาติจำพวกฝ้าย ไหม มีจำกัดส่งผลให้เกิดความต้องการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

- ขาดแคลนแรงงานระดับล่างและแรงงานทักษะ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานไทยเป็นปัญหาส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

1) การขาดแคลนแรงงานระดับล่าง (Low-Skilled Labor) เนื่องจากแรงงานไทยมีการปรับเปลี่ยนค่านิยม ไม่นิยมงานใช้แรงหรือแรงงานสายการผลิต มุ่งสู่งานที่มีรายได้สูงขึ้น หรืองานที่สบายขึ้น นิยมอาชีพอิสระและส่วนหนึ่งกลับคืนสู่ภาคเกษตรกรรม

2) การขาดแคลนแรงงานแรงงานรุ่นใหม่ระดับช่างเทคนิคในโรงงาน นักวิทยาศาสตร์ และวิศวกรรมสิ่งทอ (High Skilled Labor) เนื่องจากเส้นทางอาชีพ (Career Path) และค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่ชัดเจนและไม่ดึงดูดใจเท่าการเป็นนักร้องแบบแฟชั่น และทัศนคติของนักศึกษารุ่นใหม่ที่มีมองอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นลบ ทำให้นักศึกษารุ่นใหม่ไม่สนใจเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ ประเทศไทยมีผู้จบการศึกษาสาขาสิ่งทอจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ในแต่ละปี มีจำนวนไม่ถึง 700 คน หรือน้อยกว่าร้อยละ 1 ของจำนวนแรงงานที่มีในอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งหมด⁴² ในขณะที่แรงงานของประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะสปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม มีการพัฒนาทักษะและมีมือแรงงานให้กลุ่มแรงงานใหม่ ซึ่งอายุเฉลี่ยเริ่มต้นที่ประมาณ 17-20 ปี เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- การพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ แม้ประเทศไทยจะมีเทคโนโลยีการผลิตไม่แพ้ประเทศผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มชั้นนำ แต่เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใช้ล้วนเป็นการนำเข้าทั้งสิ้น ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเป็นของตนเอง การลงทุนด้านเทคโนโลยีแต่ละครั้งจึงมีต้นทุนสูง
- ขาดความชำนาญการทำตลาดเชิงรุก จากลักษณะการดำเนินธุรกิจในอดีตของผู้ประกอบการส่วนใหญ่พึ่งพาการติดต่อสั่งซื้อจากลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดเชิงรุก ผู้ประกอบการรายย่อยขาดประสบการณ์การออกตลาดและไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะลองผิดลองถูกได้เหมือนผู้ประกอบการรายใหญ่

- ข้อมูลทางการตลาดไม่อยู่ในลักษณะพร้อมใช้งาน ข้อมูลการตลาดที่หน่วยงานภาครัฐจัดหาไว้ให้ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลทั่วไป ขาดการวิเคราะห์ สั้งเคราะห์ ให้เหมาะสมแก่การนำไปใช้ ผู้ประกอบการต้องการรู้ข้อมูลเชิงลึกและวิธีการที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง เช่น
 - พฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่นั้นๆ เป็นอย่างไร มีวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือความเชื่ออะไรที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ผู้ประกอบการควรระมัดระวังบ้าง
 - การเข้าตลาดหรือการลงทุนในพื้นที่นั้นๆ จะต้องทำอย่างไร ควรใช้วิธีไหน ติดต่อใคร มีขั้นตอนอย่างไรบ้าง
 - ต้นทุนสำคัญมีอัตราเท่าไร เช่น ค่าแรง ค่าเช่าที่ดิน ค่าไฟ ค่าน้ำ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้ามีเรื่องใดบ้าง เป็นต้น
- ขาด Strategic Positioning และการสื่อสารกับหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ส่งผลให้ไม่มีการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันที่ชัดเจนของประเทศ และยังก่อให้เกิดผลกระทบในด้านการสื่อสารทางการตลาดและการหาช่องทางจัดจำหน่ายที่ไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ กิจกรรม Road Show และงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนไม่เหมาะสมและขาดประสิทธิภาพ ไม่คุ้มค่าการลงทุนเมื่อมองจากยอดขายของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้จัดงานขาดความเข้าใจด้านการตลาด โดยเฉพาะเรื่อง Positioning และ Display สินค้า ตัวอย่างเช่น
 - สินค้าแฟชั่นที่วาง Positioning ระดับพรีเมียม เช่น ผ้าไหม หัตถกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ที่เน้นดีไซน์ ความโก้หรู สินค้าอแกนิก กลุ่มผู้บริโภคสินค้ากลุ่มนี้มักมีฐานะระดับ B+ (รายได้ 30,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป) ชื่นชอบแฟชั่น ดูแลบุคลิกภาพ รักสุขภาพ ออกงานสังคมบ่อย ดังนั้นการวางสินค้ากลุ่มพรีเมียม จึงต้องเลือกสถานที่รวมแฟชั่น เช่น ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ งานแสดงสินค้าแฟชั่น โดยต้องอาศัยการ Display สินค้าทั้งเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มควบคู่กันเหมือนแฟชั่นโชว์ เพื่อให้สินค้าดูมีมูลค่าและผู้ซื้อตัดสินใจได้ง่าย การนำสินค้ากลุ่มนี้ไปจำหน่ายในงานขายของกินของใช้ในครัวเรือนนอกจากจะไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ขายสินค้าลำบากแล้ว ยังทำให้สินค้าดูด้อยค่าลงไปด้วย ดังนั้นผู้จัดงานจึงควรมีความเข้าใจเรื่องการตลาดด้วย
 - การจัด Road Show สินค้าในต่างประเทศ สินค้าบางรายการจะมีเวทีเฉพาะสำหรับสินค้าประเภทนั้นๆ ควรมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวทีการออกงานที่เหมาะสมกับสินค้าของตนเองได้
- ขาดการวิจัยและพัฒนาต่อยอดด้านวัสดุศาสตร์ ทั้งในด้านเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ส่งผลให้คุณภาพเส้นใยต่ำกว่าต่างประเทศและขาดความหลากหลายต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศอื่นๆ ด้วยโครงสร้างต้นทุนค่าแรงและต้นทุนค่าโลจิสติกส์
- ขาดความเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทาน เป็นผลสืบเนื่องมาจากข้อมูลการตลาดที่ทำให้การผลิตเส้นใยภายในประเทศไม่ได้คุณลักษณะตามที่ผู้ผลิตสิ่งทอผ้าฝ้ายต้องการ ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตเสื้อผ้ายกไม่สามารถเลือกใช้ผ้าฝ้ายในประเทศสำหรับการตัดเย็บได้ทั้งหมด เนื่องจากต้องการคุณสมบัติการใช้งานเฉพาะอย่าง (Functional Textile/ Technical Textile) ทำให้ต้องสั่งซื้อผ้าฝ้ายจากต่างประเทศ

S M E

small and medium enterprises

อุปสรรค

- การทำงานของภาครัฐขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน มีการกำหนดนโยบายที่มีความขัดแย้งกันเอง และทำให้หลายหน่วยงานทำงานซ้ำซ้อน การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยขาดความต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ
- การกำหนดนโยบายของภาครัฐขาดพื้นฐานความเข้าใจและความต้องการของชุมชนแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง ทำให้นโยบายและกิจกรรมที่กำหนดไม่ได้แก้ปัญหาที่ต้นเหตุ เช่น การนำโครงการที่ไม่สอดคล้องกับปัญหาที่ปัญหาและวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวบ้านลงไปในพื้นที่ การนำมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมมาใช้กับสินค้าที่ดัดแปลง ทำให้เกิดปัญหาด้านการรับรองคุณภาพ ชื่อเสียง และยอดขาย การแทรกแซงกลไกตลาดมากเกินไป ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถสัมผัสความต้องการของตลาดที่แท้จริง ซึ่งส่งผลถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกำหนดโควตาการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต่อการรับซื้อไหมจากเกษตรกรในประเทศ ในอัตรา 2:1 กำลังปิดโอกาสการขยายตัวของวิสาหกิจ เนื่องจากปริมาณไหมภายในประเทศมีน้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค มาตรการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ล้าสมัยและเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมฟอกย้อมพิมพ์

- การกีดกันทางการค้าจากตลาดภายนอกข้อตกลง เช่น
 - ความตกลงหุ้นส่วนภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement: TPP) ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่ได้เป็นสมาชิก TPP ซึ่งเมื่อข้อตกลงทางการค้านี้มีผลบังคับใช้ ประเทศไทยจะเสียโอกาสในการขยายตลาดสินค้าส่งออกของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและอาจเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้มาเลเซียและเวียดนาม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าที่จะได้รับผลกระทบอย่างหนัก นอกจากประเทศไทยจะเสียโอกาสในการส่งออกโดยตรงแล้ว กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าจะทำให้ผู้ส่งออกเส้นใยและผ้าฝ้ายไทยเสียโอกาสในการขายสินค้าให้ผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่จะผลิตเพื่อส่งต่อไปสหรัฐหรือประเทศคู่ค้าอื่นๆ ในข้อตกลง แม้แต่ผู้ประกอบการไทยที่ย้ายฐานการผลิตไปเวียดนามก็ไม่อาจช่วยสนับสนุนสินค้าในประเทศไทยได้ เพราะการซื้อสินค้าในประเทศไทยไปผลิตต่อจะทำให้ผู้ผลิตเสียประโยชน์จากกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า
 - ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป: GSP สหภาพยุโรปได้ปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์การให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรใหม่ซึ่งเพิ่งผ่านความเห็นชอบรัฐสภายุโรปเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2555 ซึ่งข้อกำหนดใหม่ดังกล่าว ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะถูกตัดสิทธิ GSP เป็นรายประเทศตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูงและจะต้องเสียภาษีที่อัตรา MFN⁴³ ซึ่งยังถือว่าต่ำกว่าอัตราภาษีศุลกากรปกติ ซึ่งจะบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้น นอกจากไทยยังมีประเทศกำลังพัฒนาขนาดใหญ่อื่นๆ เช่น จีน บราซิล รวมถึงมาเลเซีย จะถูกตัด GSP เช่นเดียวกัน แต่ประเทศอาเซียนอื่นๆ เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ จะยังคงได้รับสิทธิพิเศษต่อไป ในปี 2557 อาจจะมีสินค้าบางตัวที่ถูกตัด GSP ก่อนจะถูกตัดสิทธิทั้งหมดโดยสินค้าที่ถูกตัดสิทธิมีสินค้ากลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมอยู่ด้วย

Footnote:

⁴³หลักปฏิบัติอย่างชาติที่ได้อ่อนโยนกว่าหรือ MFN: Most-Favored Nation Treatment หลัก MFN คือ การไม่เลือกปฏิบัติอย่างหนึ่งต่อสินค้า เมื่อประเทศสมาชิกปฏิบัติต่อสินค้านิดหนึ่งอย่างใดก็ต้องปฏิบัติต่อ "สินค้านิดเดียวกัน" นั่นที่นำเข้าหรือส่งออกไปยังประเทศสมาชิกอื่นอย่างเดียวกันโดย "ทันที" และ "ไม่มีการเงื่อนไข"

- คำนียมการบริโภคสินค้าไทยภายในประเทศอยู่ในระดับต่ำ
- การยอมรับสินค้าเส้นใยธรรมชาติอื่นๆ ที่นอกจากฝ้ายและไหมยังมีน้อย แม้ปัจจุบันมีการวิจัยเส้นใยจากสับปะรดซึ่งมีคุณสมบัติทัดเทียมผ้าลินินก็ตาม แต่ยังไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากนัก

รูปที่ 5.2 สรุปปัจจัยภายในและภายนอกอุตสาหกรรมตาม SWOT Analysis

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - แรงงานไทยมีทักษะฝีมือ - ความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ - คุณภาพสินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ - มีที่ตั้งเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางภูมิภาค 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดแคลนแรงงานระดับล่างและแรงงานทักษะ - พึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ - ขาดความชำนาญการทำตลาดเชิงรุก - ข้อมูลทางการตลาดไม่อยู่ในลักษณะพร้อมใช้งาน - ขาด Strategic Positioning - ขาดการวิจัยและพัฒนาต่อยอดด้านวัสดุศาสตร์ - ต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศอื่นๆ ด้วยโครงสร้างต้นทุนค่าแรงและต้นทุนค่าโลจิสติกส์ - ขาดความเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทาน
	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
ปัจจัยภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการบริโภคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเภทหัตถกรรมสิ่งทอ ในตลาดต่างประเทศ - การค้ากลุ่มเสื้อผ้าระดับกลางบริเวณชายแดน - การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 - ผลประโยชน์จากข้อตกลง AFTA / FTA ประเทศไทยได้เปรียบกว่าประเทศอื่นในอาเซียน - ความเชื่อมโยงกับผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในตลาดต่างประเทศที่เป็นประเทศหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ ได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และญี่ปุ่น ตามโครงการ SAFSA 	<ul style="list-style-type: none"> - การทำงานของภาครัฐขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน - การกำหนดนโยบายของภาครัฐขาดพื้นฐานความเข้าใจในความต้องการของชุมชนแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง ทำให้นโยบายและกิจกรรมที่กำหนดไม่ตรงกับปัญหาที่ต้นเหตุ - การกีดกันทางการค้าจากตลาดภายนอกข้อตกลง - คำนียมการบริโภคสินค้าไทยภายในประเทศอยู่ในระดับต่ำ - การยอมรับสินค้าเส้นใยธรรมชาติอื่นๆ ที่นอกจากฝ้ายและไหมยังมีน้อย

หากพิจารณาในแง่ห่วงโซ่อุปทานแล้ว สามารถสรุปได้ดังนี้

- อุตสาหกรรมเส้นใยและเส้นด้าย (อุตสาหกรรมต้นน้ำ) มีโอกาสในระดับกลาง เนื่องจากการส่งออกเติบโตสูง แต่ยังส่งออกได้น้อย เนื่องจากขาดการพัฒนาคุณสมบัติเส้นใยให้ตอบสนองความต้องการของตลาดมากขึ้น
- อุตสาหกรรมผ้าผืน (อุตสาหกรรมกลางน้ำ) มีโอกาสในการส่งออกผ้าผืนไปตลาดอาเซียนอยู่ในระดับสูง เนื่องจากสหภาพยุโรปให้สิทธิพิเศษกับประเทศ สปป.ลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศเวียดนาม หากใช้วัตถุดิบในอาเซียนไปผลิตไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ส่งไปยุโรปไม่ต้องเสียภาษี เป็นการกระตุ้นให้ประเทศสมาชิกอาเซียนซื้อสินค้าสิ่งทอจากประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการใช้สิ่งทอเทคนิคและสิ่งทอที่มีคุณสมบัติพิเศษมีเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรม
- อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป/เครื่องนุ่งห่ม (อุตสาหกรรมปลายน้ำ) มีโอกาสในระดับกลาง แข่งขันด้านราคาของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในภูมิภาค เช่น เวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา และอินโดนีเซีย สิ่งที่ผู้ประกอบการควรทำคือการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า เช่น การปรับเปลี่ยนบทบาทจาก OEM (Original Equipment Manufacturing) ผู้การเป็นผู้ออกแบบและสร้างตราสินค้าของตนเอง เป็นต้น

ข้อสรุป

จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย จะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังมีโอกาสการเติบโตที่ดีทั้งตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียน และตลาดโลก ดังนั้นแนวทางยุทธศาสตร์ควรเป็นการแก้ไขจุดอ่อนภายในโดยพิจารณาจากโอกาสภายนอกที่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรม โดยจุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ด้านการตลาด การเพิ่มผลผลิตภาพในการผลิตจะทำให้ปัญหาเรื่องค่าแรงขั้นต่ำที่สูงขึ้นลดความรุนแรงลงไปได้ ส่วนโอกาสมาจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะทำให้ประเทศไทยอาศัยประโยชน์จากในการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี การเคลื่อนย้ายทุน และการสร้างหุ้นส่วนทางการค้าในภูมิภาคได้ดีขึ้น

5.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTLE

จากการวิเคราะห์ PESTLE พบว่า ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยสรุปได้ดังนี้

นโยบายภาครัฐ มีการกำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนด้านการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกันแต่ยังขาดการบูรณาการ เช่น ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสิ่งทอ และ ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นต้น

เศรษฐกิจในประเทศ การบริโภคภายในประเทศเท่ากับร้อยละ 60 ของกำลังการผลิต หดตัวลงเหลือร้อยละ 3 เปรียบเทียบระหว่าง 2550-2554 และการส่งออกสิ่งทอขยายตัวร้อยละ 9 แต่การส่งออกเครื่องนุ่งห่มนั้นมีการขยายตัวในลักษณะติดลบ

เศรษฐกิจโลก การเกิดวิกฤตทางการเงิน ในสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ส่งผลต่อการนำเข้าสินค้าไทย และส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอโลกขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4 อย่างไรก็ตามการเปิดตลาดใหม่ของประเทศโลกที่ 3 ทำให้ฐานการลงทุนขยับมาที่เอเชียและภูมิภาคอาเซียน

ปัจจัยทางสังคม ขาดแคลนทักษะขั้นสูงโดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไทย เริ่มมีการดำเนินการด้านการส่งเสริมและรณรงค์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย

ลูกค้า เป็นการซื้อสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำเพื่อไปผลิตเองและขายต่อไปยังประเทศที่ 3 มีการรวมกลุ่มทางการค้าเพิ่มเติมเพื่อกีดกันการค้า มีการย้ายฐานคำสั่งซื้อไปยังประเทศที่มีราคาต่ำ หรือมีคุณภาพโดดเด่นรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ผู้บริโภคเครื่องนุ่งห่มยังคงให้ความสำคัญกับตราสินค้าต่างประเทศ

ผู้ผลิต ส่วนใหญ่ผู้ผลิตไทยเป็น SME รับจ้างผลิต แข่งขันด้านราคากับประเทศอื่นๆ ไม่มีแบรนด์ ขาดกิจกรรมการตลาดและช่องทางจำหน่าย ขาดการวิจัยและพัฒนา ทั้งระบบการผลิตและการจัดการ บริษัทไทยขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและมีแบรนด์มีน้อย แม้ว่าผู้ผลิตบางส่วนได้รับการส่งเสริมเรื่องการสร้างแบรนด์จากภาครัฐแต่ไม่มีวิธีการที่ชัดเจน เนื่องจากผู้ผลิตมีพื้นฐานมาจาก OEM ไม่มี ความชำนาญด้านการตลาด และภาครัฐขาดความเข้าใจ สภาวะการณ์ของการแข่งขันในตลาดจริง

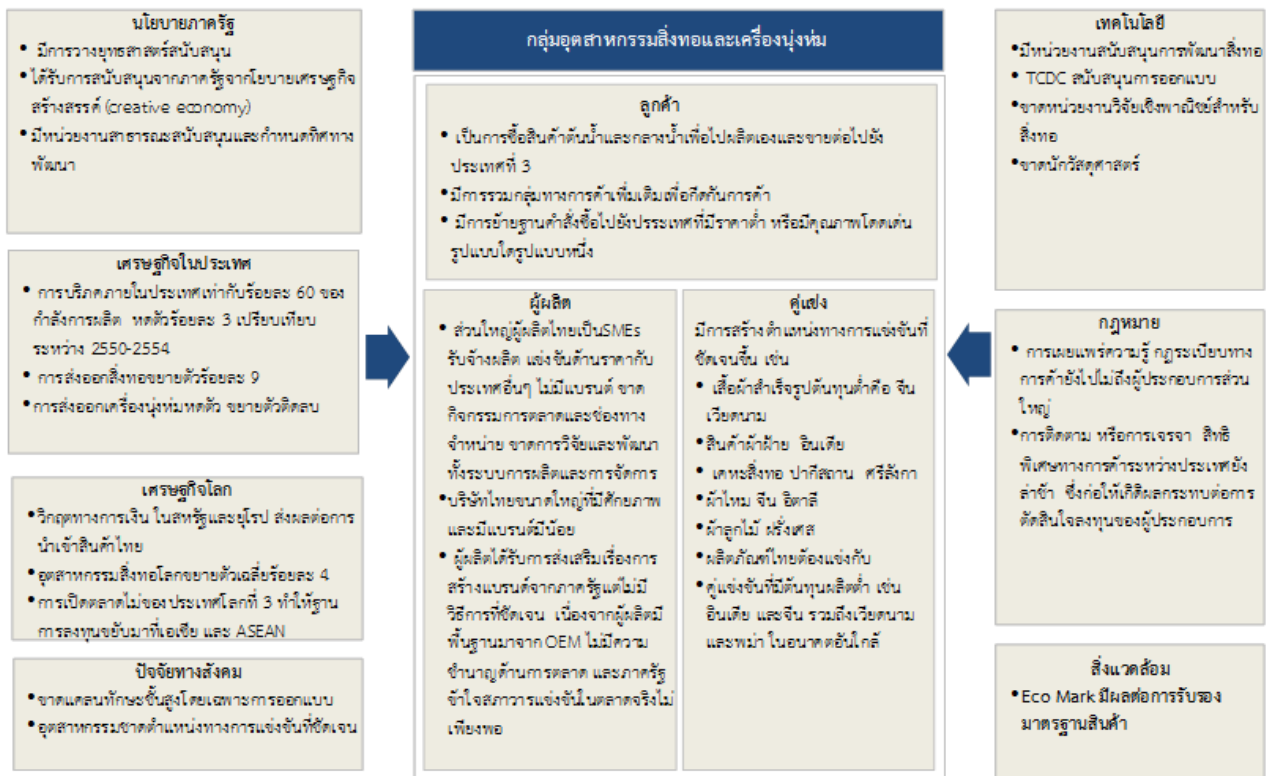
คู่แข่ง มีการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันที่ชัดเจนขึ้น เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปต้นทุนต่ำ-จีนและเวียดนาม, สินค้า ผ้าฝ้าย-อินเดีย, เคหะสิ่งทอ-ปากีสถานและศรีลังกา, ผ้าไหม-จีนและอิตาลี และ ผ้าลูกไม้-ฝรั่งเศส ผลิตภัณฑ์ ไทยต้องแข่งกับ คู่แข่งขันที่มีต้นทุนผลิตต่ำ เช่น อินเดีย และจีน รวมถึงเวียดนาม และสหภาพเมียนมาร์ในอนาคตอันใกล้

เทคโนโลยี มีหน่วยงานสนับสนุนการพัฒนาสิ่งทอและสนับสนุน การออกแบบ แต่ยังคงขาดหน่วยงานวิจัยเชิงพาณิชย์สำหรับสิ่งทอ ขาดนักวัสดุศาสตร์

กฎหมาย มีการเผยแพร่ความรู้ กฎระเบียบทางการค้า ยังไปไม่ถึงผู้ประกอบการส่วนใหญ่ การติดตาม หรือ การเจรจา สิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศยังล่าช้า ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการ

สิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีหน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินงานสนับสนุนด้านการพัฒนากระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์ เช่น Eco Mark มีผลต่อการรับรองมาตรฐานสินค้า

รูปที่ 5.3 การวิเคราะห์ PESTLE ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



5.2.3 การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรมด้วย Five-Force

จากการวิเคราะห์ ด้วยกรอบโมเดล Five - Force สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พบว่า อุตสาหกรรมของไทยมีจุดแข็งในด้านการผลิตโดยเฉพาะ เรื่องของคุณภาพสินค้าและต้นทุนการผลิต อย่างไรก็ตาม ภัยคุกคามจากประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เริ่มได้รับการลงทุนจากต่างชาติและสภาวะที่กำลังพัฒนา กระบวนการผลิต พร้อมทั้งคู่แข่งรายใหญ่อย่างประเทศจีน และอินเดียที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและกำลังพัฒนาศักยภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอยู่ในระดับกลาง ส่งผลให้ประเทศไทยควรกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเด็นดังต่อไปนี้

อำนาจต่อรองด้านปัจจัยการผลิต

- แรงแกตตันด้านปัจจัยการผลิตมีน้อยเนื่องภายในประเทศ มีครบตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ กำลังการผลิตมีเพียงพอรองรับการบริโภค
- บุคลากรด้านการออกแบบ ไม่เพียงพอ ขาดแคลนนักวัสดุศาสตร์และนักออกแบบ
- ขาดความเชื่อมโยงการกับอุตสาหกรรมสนับสนุนภายในประเทศ เช่นอุตสาหกรรมแฟชั่น อุตสาหกรรมบันเทิง และอุตสาหกรรมสื่อ ทำให้การตระหนักรู้และการบริโภคสินค้าภายในประเทศลดลง
- ขาดการวิจัย และพัฒนาเทคนิคการผลิตสิ่งทอแบบใหม่ๆ

แรงผลักดันด้านการแข่งขัน

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็กทำธุรกิจทั้งในและนอกระบบ ทำให้มีปัญหาในการควบคุมคุณภาพ
- สินค้าไม่แตกต่างกันมากทำให้เกิดการแข่งขันทางราคาและต้นทุน โดยไม่คำนึงถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- การแข่งขันสูงถูกอาจได้รับแรงกดดันจากผู้ว่าจ้างผลิตจากต่างประเทศอาจย้ายฐานการผลิตได้
- ผู้ประกอบการไทยขาดบุคลากรและเงินทุนในการทำตลาดจากสร้างแบรนด์สินค้า ส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นการผลิตแบบ OEM
- ศักยภาพการแข่งขันมีความแตกต่างกันสูง ระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก
- ผู้ประกอบการส่วนมากยังพึ่งพาพ่อค้าคนกลางในกรุงเทพฯ ในการส่งออกหรือกระจายสินค้า

อำนาจต่อรองด้านอุปสงค์

- อำนาจการต่อรองต่ำ เนื่องการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเต็มที่แล้ว จึงมีคู่แข่งมากมาย และมีการแข่งขันด้านต้นทุน ทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกมากกว่า
- ข้อตกลงทางการค้า และสิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ เป็นโอกาสในขยายตลาดเพิ่มเติม เพราะนำไปสู่มาตรการกีดกันด้านภาษีสำหรับประเทศที่อยู่นอกกลุ่ม

แรงผลักดันจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สถาบันเฉพาะทางที่ให้บริการฝึกอบรมด้านการออกแบบมีไม่เพียงพอ
- ศูนย์ทดสอบสิ่งทอยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการ
- ขาดความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องอย่างเช่น โลจิสติกส์ และการประกันภัย
- การสนับสนุนทางการเงินและการตลาด
- สถาบันที่ทำหน้าที่โดยตรงด้านการตลาด และการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในตลาดโลก รวมทั้ง สถาบันพัฒนาบุคลากรเพื่อการดำเนินธุรกิจ ภาวะเป็ยบดกาค้าระหว่างประเทศไม่เพียงพอ

บทบาทของภาครัฐ

- รัฐมีนโยบายและบทบาทในการสนับสนุนการสร้างขีดความสามารถด้านบุคลากรในพื้นที่ต่างๆ ของภูมิภาค
- ความไม่เพียงพอและความพร้อมด้านบุคลากรในการสนับสนุนภาคเอกชน
- กำหนดแนวทางสร้างความร่วมมือด้านภาษีกับต่างประเทศ

รูปที่ 5.4 การวิเคราะห์ Five-Force Model ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



ในบทนี้กล่าวถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเกี่ยวกับการเติบโตของอุตสาหกรรม จำนวนผู้ประกอบการ การจ้างงาน ตลาดผู้บริโภคและคู่แข่ง พร้อมทั้งวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกทั้งในระดับมหภาคและระดับอุตสาหกรรม ผลการวิเคราะห์ในเบื้องต้นจะถูกนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยในเบื้องต้นคณะผู้วิจัยได้สรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไว้ ดังนี้

- 1) ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนทางการผลิตและการสร้างทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน (Flexibility & Intangible) จากการผลิตที่พิจารณาในเชิงปริมาณ (Economy of Scale) เป็นหลักและการให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องได้เพียงด้านเดียว ควรมีการปรับเปลี่ยนหรือมุ่งพัฒนาขีดความสามารถให้มีความยืดหยุ่น (Economy of Flexibility) และให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Benefits) เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้บริโภค
- 2) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม (Innovation) ควรปรับเปลี่ยนจากการผลิตที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักเน้นแต่ประสิทธิภาพด้านเดียวหรือเน้นการแข่งขันกันด้วยราคาหรือต้นทุนที่ต่ำกว่าเป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมแข่งขันกันผลิตและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือเสนอสิ่งเหนือความคาดหมายของผู้บริโภค (Exceed Customer Expectation) เพื่อสร้างกลุ่มตลาด (Segment) หรือจุดแข่งขันใหม่ที่แตกต่าง
- 3) ทักษะความสามารถในการจัดการและความคิดสร้างสรรค์ (Managerial & Creative Skills) จากการใช้ความสามารถในการพัฒนา การผลิตเน้นประสิทธิภาพเป็นการเน้นการพัฒนาทักษะความสามารถในการจัดการ การวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาการตลาด และการสื่อสารการพัฒนา รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ตลอดจนการบริหารจัดการภายในห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิตและความคิดสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 4) ผู้สร้างสรรค์ (Creator) การปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิต (Producer) เป็นผู้สร้างสรรค์ (Creator) จากเดิมที่เคยมุ่งเน้นเฉพาะการผลิตสินค้า ผู้ผลิต (Producer) จะต้องพัฒนาหรือเข้าไปมีบทบาทในด้านอื่นๆ มากขึ้น อาทิ การศึกษาแนวโน้มผู้บริโภค (Consumer Trends) การคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค (Demand Forecasting) การออกแบบ (Design) การจัดการสินค้าคงคลัง (Warehousing) และการขนส่ง (Logistics) ซึ่งเดิม ผู้ซื้อ (Buyers/Retailers) เคยมีบทบาทสำคัญในกระบวนการดังกล่าวข้างต้นเพื่อสร้างหรือคงความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 5) ความสามารถในการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการผลิตและการค้า (Partnership & Networking) จากการทำธุรกิจเชิงเดี่ยวเป็นการสร้างพันธมิตรและเครือข่ายทางธุรกิจในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อเพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ร่วมกัน (หรือที่เรียกว่า Creative Collaboration)



5.2.4 การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน อุตสาหกรรมด้วย Diamond Model

การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในบริบทของ SME โดยใช้ Diamond Model จะพิจารณามิติด้านต่างๆ ได้แก่ สภาวะปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) สภาวะด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industry) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry) นโยบายจากภาครัฐ (Government) และโอกาสของอุตสาหกรรม (Chance) ที่ส่งผลต่อการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ให้ผลเป็นปัจจัยบวก (+) และปัจจัยลบ (-) ได้ดังนี้

สภาวะปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

- (-) การขาดแคลนวัตถุดิบเพื่อการผลิตภายในประเทศ
- (-) เทคโนโลยีการผลิตนำเข้าจากต่างประเทศและผ่านการพัฒนา
- (-) ขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มความสามารถหลายสำหรับวัตถุดิบเพื่อสนับสนุนการผลิต
- (+) แรงงานที่มีอยู่มีทักษะ ฝีมือและความเชี่ยวชาญและผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- (-) จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ แรงงานฝีมือระดับสูงมีแนวโน้มที่จะขาดแคลน เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่สนใจเข้ามาในอุตสาหกรรม
- (-) การพัฒนาแรงงานฝีมือไม่ทันต่อความต้องการของอุตสาหกรรม

สภาวะด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

- (-) ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ส่งผลให้ปริมาณการบริโภคในตลาดต่างประเทศทั้งในสหรัฐอเมริกาและยุโรปหดตัว
- (-) การบริโภคภายในประเทศมีปริมาณจำกัดและมีการบริโภคเฉพาะกลุ่ม
- (+) คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในต่างประเทศ
- (-) ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงและมีทิศทางที่เน้นการออกแบบ Design คุณภาพ และวัตถุดิบธรรมชาติ

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Supporting Industry)

- (-) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน ขาดการบูรณาการกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทำให้ไม่ได้รับข้อมูลความต้องการและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- (+) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนอื่นๆ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวเปิดโอกาสในด้านช่องทางตลาดทั้งในลักษณะ Business to Business และ Business to Consumers

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry)

- (-) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดเล็กขาดการสร้างความแตกต่าง และมุ่งเน้นแข่งขันด้านราคา (Original Equipment Manufacturing)
- (-) การเข้าถึงของ SME ในด้านการได้รับประโยชน์จากมาตรการและการสนับสนุนต่างๆ ของรัฐมีจำกัด
- (-) ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญด้านการกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกำหนด Position ด้านการแข่งขัน
- (+) ผู้ประกอบการที่ครอบคลุมตามห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางด้านการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



นโยบายจากภาครัฐ (Government)

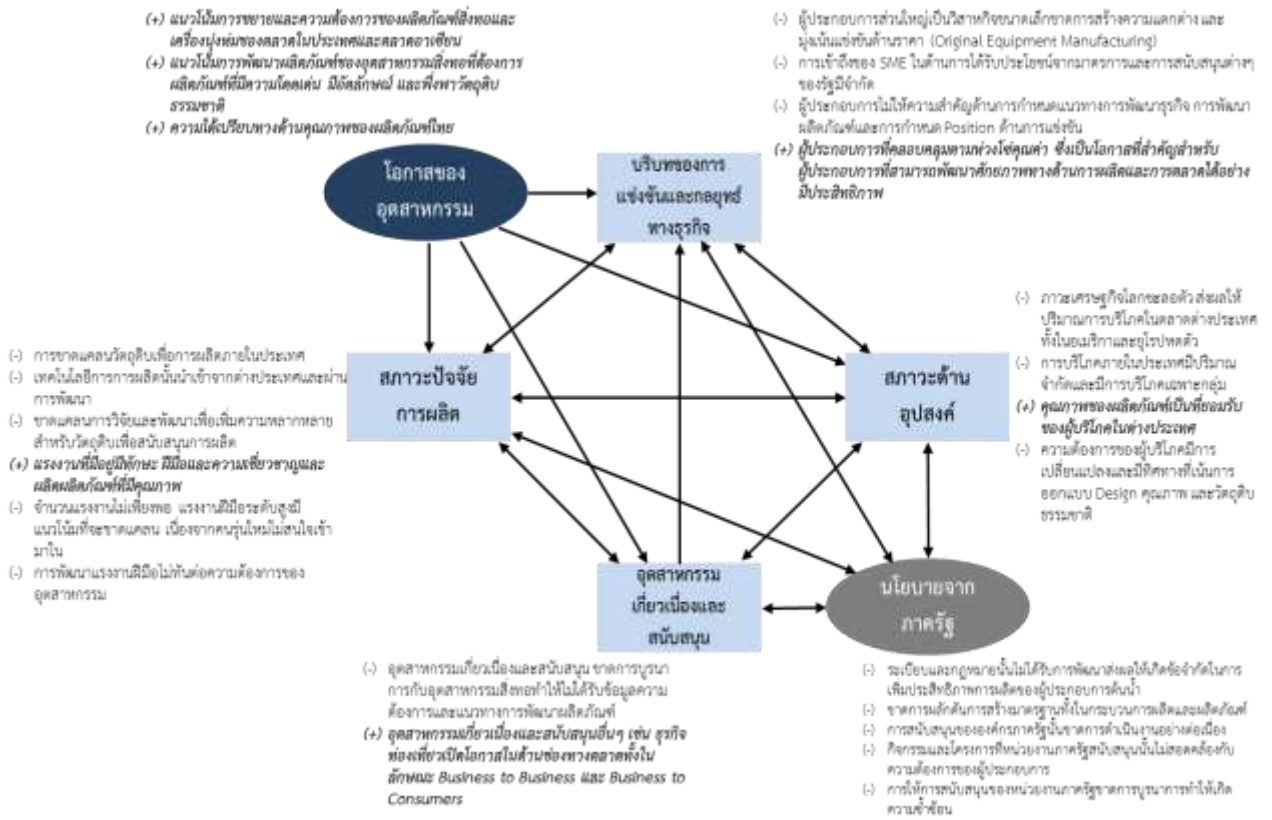
- (-) ระเบียบและกฎหมายไม่ได้รับการพัฒนา ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ประกอบการต้นน้ำ
- (-) ขาดการผลักดันการสร้างมาตรฐานทั้งในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์
- (-) การสนับสนุนขององค์กรภาครัฐขาดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- (-) กิจกรรมและโครงการที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
- (-) การให้การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐขาดการบูรณาการทำให้เกิดความซ้ำซ้อน

โอกาสของอุตสาหกรรม (Chance)

- (+) แนวโน้มการขยายตัวและความต้องการของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของตลาดในประเทศและตลาดอาเซียน
- (+) แนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ และพึงพาวัตถุดิบธรรมชาติ
- (+) ความได้เปรียบทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไทย



รูปที่ 5.5 สรุปประเด็นสำคัญจากการประเมินอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



5.3

การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในห่วงโซ่คุณค่า

- แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีศักยภาพและมีคุณภาพสูง เมื่อเปรียบเทียบกับแรงงานจากประเทศอื่น อย่างไรก็ตามสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกำลังจะเผชิญกับภาวะวิกฤตด้านแรงงานในหลายประการ ดังนี้
 - ปัญหาการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำส่งผลกระทบต่อโรงงานตัดเย็บ ซึ่งส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในต่างจังหวัด จากเดิมที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่ต่ำกว่ากรุงเทพฯ และกิจกรรมการผลิตดังกล่าวมีความจำเป็นที่ต้องอาศัยแรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ ส่งผลให้สัดส่วนต้นทุนของโรงงานในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 ในขณะที่ผู้ประกอบการจะขยับปรับขึ้นราคาขายถือว่าทำได้ยาก และหากสามารถเพิ่ม Productivity ได้ทันกับค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ประเด็นนี้จะกระทบกับผู้ประกอบการที่เป็น OEM (Original Equipment Manufacturing) อย่างมาก แต่กรณีของผู้ประกอบการที่เป็น ODM (Original Design Manufacturing) และ OBM (Original Brand Manufacturing) ปัญหาค่าแรงขั้นต่ำส่งผลกระทบต่อผู้น้อยมาก ในขณะที่ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการกลุ่มนี้คือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ เนื่องจากเป็นการผลิตสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าสินค้า OEM

- ปัญหาการขาดแคลนแรงงานของคนรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากค่านิยมของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป กลุ่มผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นแรงงานในอนาคตเริ่มให้ความสนใจกับงานในลักษณะอื่นโดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพอิสระมากขึ้น จากการบริหารการศึกษาที่ไม่สมดุล ทำให้แรงงานช่างฝีมือคนไทยขาดแคลนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้สำหรับกลุ่มธุรกิจต้นน้ำ และกลางน้ำที่ดำเนินธุรกิจลักษณะวิสาหกิจชุมชนกำลังเผชิญกับปัญหาการสืบทอดความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะทักษะพื้นถิ่นที่ผลิตด้ายและผ้าฝืนที่มีเอกลักษณ์ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยทักษะแรงงานของผู้สูงอายุ (50 ปีขึ้นไป)
- ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม มีการพัฒนาทักษะและฝีมือแรงงานให้กลุ่มแรงงานใหม่ ซึ่งอายุเฉลี่ยเริ่มต้นประมาณ 17-20 ปี ซึ่งเป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม แต่ในประเทศไทยยังขาดการวางแผนในด้านการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือในอนาคต นอกจากนี้ การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาภาคการเกษตรส่งผลให้แรงงานไทยกลับสู่ภาคการเกษตรมากยิ่งขึ้น การแก้ไขปัญหาในปัจจุบันของผู้ประกอบการคือ การใช้แรงงานต่างชาติดทดแทน ซึ่งสามารถช่วยได้ในระดับหนึ่ง แต่จะติดปัญหาเรื่องการสื่อสารซึ่งจะทำให้การควบคุมคุณภาพงานยากลำบากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ต้นทุนการใช้แรงงานต่างชาตก็สูงมากเช่นกัน อาทิ มีค่าใช้จ่ายในการนำเข้าแรงงานต่างชาต การขึ้นทะเบียน การประกันสุขภาพ เป็นต้น

- สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มมีการปรับตัวในการแก้ไขปัญหาแรงงานโดยขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการแก้ปัญหาในลักษณะนี้ทำได้กับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอาจไม่มีศักยภาพเพียงพอในการดำเนินการเช่นนั้น อีกทั้งการย้ายฐานการผลิตอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของแรงงานในประเทศระยะยาว

ศักยภาพด้านการจัดการวัตถุดิบ

- แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ต้นน้ำและกลางน้ำ ทั้งเส้นใย ด้าย และผ้าฝืน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มาจากธรรมชาติทั้งฝ้ายและไหมมีการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งจากตลาดอาเซียนและตลาดโลก อย่างไรก็ตามปริมาณวัตถุดิบมีแนวโน้มที่จะขาดแคลนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากข้อจำกัดด้านการนำเข้าวัตถุดิบ (สัดส่วนโควตาการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศกับการใช้เส้นไหมภายในประเทศ) และนโยบายการส่งเสริมการปลูกพืชเศรษฐกิจบางชนิดของรัฐบาลทำให้สมดุลการจัดสรรพื้นที่ปลูกพืชเสียไป เช่น การปลูกข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และยางพารา เข้ามาแทนที่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการปลูกไร่ฝ้ายอแกนิก เป็นต้น
- แหล่งวัตถุดิบเส้นใยไหมจากต่างประเทศไม่ยั่งยืน ผู้ผลิตไหมส่งออกรายใหญ่ของภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน สหภาพเมียนมาร์ และอินเดีย และไทย ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยต้องนำเข้าไหมจากจีนเนื่องจากวัตถุดิบในประเทศมีไม่เพียงพอ แต่พื้นที่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของจีนกำลังลดลงเช่นกัน ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ขยายตัวได้น้อยแม้ตลาดจะมีความต้องการสินค้ามากก็ตาม

ศักยภาพด้านเทคโนโลยีและการผลิต

- ปัจจุบันเทคโนโลยีการผลิตสิ่งทอในประเทศไทยมีศักยภาพเทียบเท่ากับประเทศที่เป็นผู้นำด้านสิ่งทอโลก ดังนั้น ผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะมีศักยภาพด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ค่อนข้างสูง ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจการจากการผลิตเอง (Labor Intensive) สู่อุตสาหกรรมจ้างผลิต (Outsourcing) เพื่อลดต้นทุน และทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นและศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่ปรับตัวกำลังประสบปัญหาการหาผู้รับจ้างผลิตที่สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ และ ความรับผิดชอบในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามกำหนดเวลา
- สำหรับผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสิ่งทอหรือสินค้าเครื่องนุ่งห่มของแต่งบ้านที่มาจากผ้าทอมือทุกชนิด ถือเป็นสินค้าพรีเมียมของประเทศไทย ด้วยลักษณะเส้นใยที่มีความหนา มีผิวสัมผัสเฉพาะตัว การใช้สีธรรมชาติที่ย้อม ประกอบกับเป็นแหล่งผลิตผ้าทอมือที่เหลือเพียงไม่กี่แห่งในโลกจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการจากตลาดโลก แต่ด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่ใช้แรงงานคน เพื่อรักษาเอกลักษณ์ผ้าทอมือไว้ การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการผลิตจึงมีข้อจำกัดค่อนข้างสูง

ศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด

- ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ต้องการข้อมูลการวิเคราะห์ด้านการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐที่สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการจะอาศัยประสบการณ์จากการทดลองตลาดและหาซื้อสรุปเอง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการกำหนดกลยุทธ์ในระยะยาว สำหรับลักษณะข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องการ ประกอบไปด้วย

ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีการวิเคราะห์แยกตามประเทศและพื้นที่เฉพาะ ทั้งในด้านวัฒนธรรม ท้องถิ่น ความเชื่อ และข้อควรระวังเกี่ยวกับการออกแบบสินค้าและวัสดุเฉพาะอย่าง

ข้อมูลวิธีการในการลงทุนและการเข้าสู่ตลาด รวมถึงข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้นๆ ข้อกำหนด กฎระเบียบ วิธีการในการเริ่มจัดตั้งและดำเนินธุรกิจพร้อมทั้งลักษณะและรูปแบบการติดต่อสื่อสาร และการติดต่อธุรกิจ

ข้อมูลด้านโครงสร้างต้นทุน ทั้งต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร อัตราสำคัญ เช่น ค่าแรง ค่าเช่าที่ดิน ค่าไฟ ค่าน้ำ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้ามีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญด้านใดบ้าง

- สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการปรับตัวจากการเป็นผู้ประกอบการรับจ้างผลิต (OEM) สู่อุตสาหกรรมเป็นผู้ประกอบการที่สร้างตราสินค้า (OBM) ประสบปัญหาด้านการเข้าถึงตลาดและกลุ่มผู้บริโภคที่เหมาะสม เนื่องจากรูปแบบการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการกลุ่มนี้เป็นไปในลักษณะของการรอให้มีคำสั่งซื้อ (การตลาดเชิงรับ) จึงขาดการทำตลาดเชิงรุก ประกอบกับขาดประสบการณ์การออกตลาด และไม่มีเงินทุนเพียงพอ ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถปรับตัวสู่การเป็นผู้ประกอบการที่สร้างตราสินค้าได้

- การสร้างความเข้าใจถึงกิจกรรม Roadshow เป็นปัญหาสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน เนื่องจากงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ไม่สอดคล้องกับลักษณะผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะเรื่อง การกำหนด Positioning และ Display สินค้า เช่น ระดับที่เน้นดีไซน์ ความโก้หรู สินค้าอแกนิก กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีฐานะระดับ B+ (รายได้ 30,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป) ชื่นชอบแฟชั่น ดูแลบุคลิกภาพ รักสุขภาพ ออกงานสังคัมบ่อย ดังนั้นการวางสินค้ากลุ่มพรีเมียมจึงต้องเลือกสถานที่รวมแฟชั่น เช่น ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ งานแสดงสินค้าแฟชั่น โดยต้องอาศัยการ Display สินค้าทั้งเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มควบคู่กันเหมือนแฟชั่นโชว์ เพื่อให้สินค้าดูมีมูลค่าและผู้ซื้อตัดสินใจได้ง่าย การนำสินค้ากลุ่มนี้ไปจำหน่ายในงานขายของกินของใช้ในครัวเรือนนอกจากจะไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลกระทบต่อยอดขายและความตระหนักถึงสินค้า ความผิดพลาดเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่ต้องรับภาระขาดทุนในการจัดแสดงสินค้า นอกจากนี้การจัด Road Show สินค้าในต่างประเทศ สินค้าบางรายการจะมีเวทีเฉพาะสำหรับสินค้าประเภทนั้นๆ ควรมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวทีการออกร้านที่เหมาะสมกับสินค้าของตนเองได้

ศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าสูงทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ หากแต่ประสบปัญหาด้านการพัฒนาสินค้าได้ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตามแนวโน้มความต้องการของตลาด
- สำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดอาเซียน ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดสหภาพยุโรป แม้ว่าแรงงานฝีมือในปัจจุบันสามารถพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามปัญหาในอนาคตที่จะต้องเผชิญคือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือเนื่องจากขาดการสืบสานองค์ความรู้และทักษะพื้นถิ่นที่สร้างให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน มีความโดดเด่นและแตกต่าง

ศักยภาพระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมและการวิจัยพัฒนา

- แม้ว่าในประเทศไทยจะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์วิเคราะห์และทดสอบสิ่งทอ ศูนย์ส่งเสริมการออกแบบที่สนับสนุนตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำจนปลายน้ำ แต่ในปัจจุบันหน่วยงานเหล่านี้ขาดการบูรณาการด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานเหล่านี้ได้ เนื่องจากการขาดการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- ประเด็นที่สำคัญด้านข้อมูลที่มีการเผยแพร่ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งไม่ได้รับการวิเคราะห์ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างประโยชน์จากข้อมูลเหล่านั้นได้ ผู้ประกอบการต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีการวิเคราะห์ สรุป และสามารถนำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

ศักยภาพของการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณะ

- การทำงานของภาครัฐขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน มีการกำหนดนโยบายที่มีความขัดแย้งกัน และมีการทำงานซ้ำซ้อนกัน การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยขาดความต่อเนื่อง
- การกำหนดนโยบายของภาครัฐขาดพื้นฐานความเข้าใจในความต้องการของชุมชนแต่ละพื้นที่อย่างแท้จริง ทำให้นโยบายและกิจกรรมที่กำหนดขึ้นไม่ได้แก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ เช่น การนำโครงการที่ไม่สอดคล้องกับปัญหาและวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวบ้านลงไปในพื้นที่ การนำมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมมาใช้กับสินค้าหัตถกรรม ทำให้เกิดปัญหาด้านการรับรองคุณภาพ ชื่อเสียง และยอดขาย การแทรกแซงกลไกตลาดมากเกินไป ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถสัมผัสความต้องการของตลาดที่แท้จริง ซึ่งส่งผลถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกำหนดโควตาการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต่อการรับซื้อไหมจากเกษตรกรในประเทศ ในอัตรา 2:1 กำลังปิดโอกาสการขยายตัวของวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากปริมาณไหมภายในประเทศมีน้อยลง ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค

5.3.2 การวิเคราะห์ศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ

จากการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย พบประเด็นที่ผู้ประกอบการประสบปัญหามากที่สุด ดังนี้

1) ด้านการตลาด

- ขาดข้อมูลเชิงลึกที่ได้รับการวิเคราะห์เพื่อที่จะใช้ข้อมูลไปสู่การปฏิบัติแบบเป็นขั้นเป็นตอน โดยเฉพาะข้อมูลทางการตลาดและความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค Positioning ของสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ขาดประสบการณ์ในการทำการตลาดเชิงรุก และทักษะในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด
- ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐด้านกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภค

2) ด้านบุคลากร

- ขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากนโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ
- ปัญหาการจ้างแรงงานต่างชาติที่มีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นทั้งในด้านการสรรหา และการจ้างงาน
- แนวโน้มการขาดแคลนแรงงานฝีมือรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาทดแทนแรงงานฝีมือเดิม

3) การสนับสนุนจากภาครัฐ

- การทำงานของภาครัฐขาดการประสานงานที่ดี ทำให้มีการทำงานบางอย่างซ้ำซ้อน
- การกำหนดนโยบายและกิจกรรมสนับสนุนไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความรู้และความเข้าใจในความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาที่ไม่ตรงประเด็นและสร้างผลกระทบด้านใหม่ต่อผู้ประกอบการหรืออาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า

กลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำ ต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาด้าน นโยบายที่ไม่เอื้อประโยชน์ทั้งในด้านการกำหนดโควตาการนำเข้าใหม่จากต่างประเทศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปริมาณการผลิตใหม่ในประเทศ และการแก้ไขรูปแบบนโยบายและกิจกรรมที่หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมที่ซ้ำซ้อนและแก้ไขไม่ถูกประเด็นสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ผลิตฝ้าย

กลุ่มผู้ประกอบการกลางน้ำ ต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาระงวอนในการจัดการแรงงานเนื่องจากผลกระทบของนโยบายการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ และการหาแรงงานต่างชาติดทดแทน

กลุ่มผู้ประกอบการปลายน้ำ ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลทางการตลาดเพื่อช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสม

5.4

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

5.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- ⊖ การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายในและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อแก้ปัญหาจากผลกระทบเชิงลบและเตรียมพร้อมต่อผลกระทบที่กำลังเกิดขึ้น
- ⊕ การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายในและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นควรจัดทำแผนส่งเสริมเพื่อให้อุตสาหกรรมได้ประโยชน์สูงสุดจากการเปลี่ยนแปลง

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

เป็นกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการจัดหาและผลิตเส้นใยธรรมชาติ รวมถึงอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์หรืออุตสาหกรรมเส้นใยประดิษฐ์

ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ต้นน้ำ)

ปัจจัยภายใน	การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรม							
	เศรษฐกิจในประเทศ	เศรษฐกิจในภูมิภาค	เศรษฐกิจโลก/ตลาดหลักของอุตสาหกรรม	ความร่วมมือระหว่างประเทศ (AEC และการเปิดเสรีการค้า)	ความต้องการของลูกค้า	คู่แข่งหลักและคู่แข่งเกิดใหม่	เทคโนโลยี	อื่นๆ
- การบริโภคภายในประเทศเป็นครั้งหนึ่งที่กำลังการผลิต - ส่งออกสิ่งทอเติบโตร้อยละ 9 - ส่งออกเครื่องนุ่งห่มหดตัว	- การลงทุนข้ามชาติเอเชีย และ ASEAN	- วิกฤตทางการเงินในสหรัฐและยุโรป	- การเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายขึ้น - ขาดแคลนแรงงานฝีมือ - การเปิดเสรีการค้า	- การซื้อสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำเพื่อไปผลิตเองและขายต่อไปยังประเทศที่ 3 - คู่แข่งขึ้นมีต้นทุนผลิตต่ำ เช่น อินเดีย จีน เวียดนามและพม่า - ย้ายการซื้อไปยังประเทศที่มีราคาต่ำ	- สร้างตำแหน่งทางการแข่งขันที่ชัดเจนขึ้น - คู่แข่งขึ้นมีต้นทุนผลิตต่ำ เช่น อินเดีย จีน เวียดนามและพม่า	- เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าขึ้น - ขาดนักวิทยาศาสตร์		
1. ศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์	⊖		⊖	⊖				
2. ศักยภาพด้านการจัดหาวัตถุดิบ	⊕		⊕	⊕				
3. ศักยภาพด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต							⊖	
4. ศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์				⊕				
5. ศักยภาพด้านการตลาดและการกระจายสินค้า	⊕	⊕	⊖			⊖		
6. ศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา				⊕	⊖	⊖	⊕	
7. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ				⊖	⊖	⊖		

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ ศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยี และกระบวนการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการธุรกิจ

Small and Medium Enterprises

อุตสาหกรรมกลางน้ำ

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกลางน้ำเป็นส่วนของอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมปั้นด้าย อุตสาหกรรมผ้าทอและผ้าถัก และอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ลายและแต่งสำเร็จ

ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (กลางน้ำ)

ปัจจัยภายใน	การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรม							
	เศรษฐกิจในประเทศ	เศรษฐกิจในภูมิภาค	เศรษฐกิจโลก/ตลาดหลักของอุตสาหกรรม	ความร่วมมือระหว่างประเทศ (AEC และการเปิดเสรีการค้า)	ความต้องการของลูกค้า	คู่แข่งหลักและคู่แข่งเกิดใหม่	เทคโนโลยี	อื่นๆ
ปัจจัยภายใน	- การบริโภคภายในประเทศเป็นครึ่งหนึ่งของกำลังการผลิต - ส่งออกสิ่งทอเติบโตร้อยละ 9 - ส่งออกเครื่องนุ่งห่มหดตัว	- การลงทุนข้ามมาที่เอเชีย และ ASEAN	- วิกฤตทางการเงินในสหรัฐและยุโรป	- การเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายขึ้น - ขาดแคลนแรงงานฝีมือ - การเปิดเสรีการค้า	- การซื้อสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำเพื่อไปผลิตเองและขายต่อไปยังประเทศที่ 3 - ย้ายการซื้อไปยังประเทศที่มีราคาต่ำ	- สร้างตำแหน่งทางการแข่งขันที่ชัดเจนขึ้น - คู่แข่งที่มีต้นทุนผลิตต่ำ เช่น อินเดีย จีน เวียดนามและพม่า	- เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าขึ้น - ขาดนักวิทยาศาสตร์	
1. สักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์				⊕				
2. สักยภาพด้านการจัดหาวัตถุดิบ		⊕		⊕	⊕		⊕	
3. สักยภาพด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต	⊕	⊕		⊕			⊕	
4. สักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	⊕	⊕			⊕	⊖		
5. สักยภาพด้านการตลาดและการกระจายสินค้า	⊕	⊕	⊖	⊖		⊖		
6. สักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา				⊖		⊖	⊖	
7. สักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ			⊖	⊖		⊖		

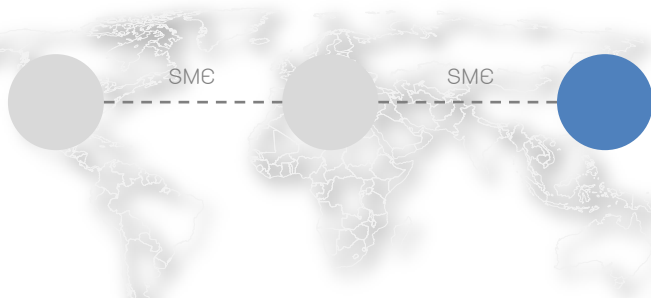
จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกลางน้ำคือ ปัจจัยทางด้านศักยภาพแรงงาน ด้านการตลาดและการกระจายสินค้า ด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการธุรกิจ

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ตารางที่ 5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ปลายน้ำ)

ปัจจัยภายใน	การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรม							
	เศรษฐกิจในประเทศ	เศรษฐกิจในภูมิภาค	เศรษฐกิจโลก/ตลาดหลักของอุตสาหกรรม	ความร่วมมือระหว่างประเทศ (AEC และการเปิดเสรีการค้า)	ความต้องการของลูกค้า	คู่แข่งหลักและคู่แข่งเกิดใหม่	เทคโนโลยี	อื่นๆ
ปัจจัยภายใน	- การบริโภคภายในประเทศเป็นครึ่งหนึ่งของกำลังการผลิต - ส่งออกสิ่งทอเติบโตร้อยละ 9 - ส่งออกเครื่องนุ่งห่มหดตัว	- การลงทุนข้ามมาที่เอเชีย และ ASEAN	- วิกฤตทางการเงินในสหรัฐและยุโรป	- การเข้าถึงวัตถุดิบได้ง่ายขึ้น - ขาดแคลนแรงงานฝีมือ - การเปิดเสรีการค้า	- การซื้อสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำเพื่อไปผลิตเองและขายต่อไปยังประเทศที่ 3 - ย้ายการซื้อไปยังประเทศที่มีราคาต่ำ	- สร้างตำแหน่งทางการแข่งขันที่ชัดเจนขึ้น - คู่แข่งที่มีต้นทุนผลิตต่ำ เช่น อินเดีย จีน เวียดนามและพม่า	- เทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าขึ้น - ขาดนักวิทยาศาสตร์	
1. สักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์	⊖	⊖	⊖	⊖		⊖	⊕	
2. สักยภาพด้านการจัดหาวัตถุดิบ				⊕	⊖	⊖	⊕	
3. สักยภาพด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต		⊕			⊖	⊖		
4. สักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	⊕		⊖	⊖	⊖	⊖		
5. สักยภาพด้านการตลาดและการกระจายสินค้า	⊕	⊖	⊖	⊕	⊖	⊖	⊖	
6. สักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา				⊕	⊖	⊖	⊖	
7. สักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ					⊖	⊖	⊖	

จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมปลายน้ำคือ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการตลาดและการกระจายสินค้า ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ด้านการจัดหาวัตถุดิบ และการบริหารคงคลังและด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต



5.5

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ ของ SME ในตลาด อาเซียนและตลาดโลก

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม กำลังเผชิญข้อท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประกอบด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่ วัตถุดิบหลักเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดและราคาวัตถุดิบในตลาดโลกที่มีความผันผวน แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มควรต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วย

- การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบและพัฒนากระบวนการจัดหาวัตถุดิบ ประเด็นด้านการพัฒนาศักยภาพด้านวัตถุดิบประกอบไปด้วย 2 ประการที่สำคัญ คือ ประเด็นการปรับปรุงปัจจัยเอื้อต่อการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อสนับสนุนความมั่นคงด้านปริมาณการผลิต และประเด็นด้านการส่งเสริมและพัฒนาด้านวัสดุศาสตร์ที่สร้างทางเลือกและความหลากหลายด้านวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการ
- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงานฝีมือ ประเด็นเร่งด่วนด้านทรัพยากรมนุษย์ คือ การจัดหาแรงงานเพื่อสนับสนุนในกระบวนการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการในปัจจุบัน และเตรียมความพร้อมในการพัฒนาทักษะแรงงานที่จะเข้ามาเป็นแรงงานที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในระยะกลางและระยะยาว ซึ่งต้องมีการสนับสนุนการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ การเปิดโอกาสในการฝึกงานขณะเรียน การสร้างความเข้าใจถึง Career Path ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทั้งด้านการบริหารจัดการกระบวนการผลิต และการเป็นแรงงานทักษะฝีมือเฉพาะด้าน

- การพัฒนากระบวนการผลิตและการพัฒนามาตรฐานเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการผลิต ความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาดสากล ควรมีการสนับสนุนด้านการวิจัยและเครื่องจักรกลการผลิตโดยมีหน่วยงานภาครัฐกำหนดมาตรฐานกระบวนการการผลิต และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการดำเนินธุรกิจทั้งในลักษณะคลัสเตอร์ตามพื้นที่ การบูรณาการของห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการ และการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา
- การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าจากการออกแบบและการบริการก่อนและหลังการขาย การปรับตัวด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะด้านการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า และการบริหารจัดการข้อมูลด้านการตลาด เพื่อสนับสนุนในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
- การส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำเป็นต้องสร้างการบริโภคทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างการบริโภคอย่างยั่งยืน ในประเทศควรมีการสร้างกระแสของการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย โดยในเบื้องต้นหน่วยงานภาครัฐสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยเป็นผู้บริโภครายใหญ่ สำหรับการจัดการด้านการตลาดในต่างประเทศ ควรมีการประสานงานพร้อมทั้งตรวจสอบการดำเนินงานด้านกิจกรรมการต่างประเทศของประเทศอื่น เพื่อสร้างความมั่นใจด้านกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศและมีมูลค่าทางอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง หากพิจารณาด้านการตลาดแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก แต่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งในตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และอาเซียน อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนมูลค่าการบริโภคสะท้อนให้เห็นว่า การบริโภคในประเทศอยู่ในระดับต่ำมีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่เริ่มให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ในประเทศ

สำหรับทิศทางในอนาคตด้านความต้องการของผู้บริโภคจะมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ความมีอัตลักษณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของบริโภค การพัฒนาเพื่อการใช้งานเฉพาะด้าน และผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ จากความต้องการของผู้บริโภคทั้งในตลาดโลกและตลาดในประเทศ ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการสร้างความเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวในหลายด้าน ได้แก่ 1) การวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบ 2) การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต 3) โครงการพื้นฐานที่ช่วยด้านการโอนถ่ายองค์ความรู้จากผู้ประกอบการสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนอุตสาหกรรม 4) การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการและการจัดกลุ่มคลัสเตอร์ 5) การสื่อสารให้ภาครัฐและภาคการศึกษาเข้าใจถึงความต้องการในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะปัจจัยด้านโครงสร้างและลักษณะของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งจากกระแสสังคมความต้องการของผู้ใช้แรงงาน 6) การกำหนดนโยบายทั้งในด้านการศึกษา และด้านสวัสดิภาพของผู้ใช้แรงงาน

จากข้อมูลเบื้องต้นการกำหนดแผนยุทธศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และการพัฒนาศักยภาพด้านกระบวนการผลิต 2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ 3) การพัฒนาโครงสร้างด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ 4) การพัฒนาระบบเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ และ 5) การพัฒนาโครงสร้างระบบการสนับสนุนด้านแรงงานให้กับผู้ประกอบการ สำหรับโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประกอบด้วยประเด็นสำคัญด้านวิสัยทัศน์ เป้าหมาย แผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการ (โครงการ) ที่ครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่ทัดเทียมหรือเหนือกว่าผู้ประกอบการในต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอ
และเครื่องนุ่งห่ม

6.1

แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

วิสัยทัศน์: ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

พันธกิจ: สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านกระบวนการผลิตและการพัฒนาด้านการตลาดบนพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงและระบบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ

จากการประมวลทิศทาง การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในระดับประเทศจากแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ. 2555-2559) ของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ การเก็บข้อมูลเชิงลึกสถานการณ์ปัจจุบันของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และการทบทวนยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลักดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การพัฒนารฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การสนับสนุนและพัฒนาตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การพัฒนาและเสริมสร้างด้านแรงงานและบุคลากร

ทั้งนี้ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์อุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ สามารถสรุปได้ ดังนี้

รูปที่ 6.1 ภาพรวมแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

วิสัยทัศน์					
ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
พันธกิจ					
สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านกระบวนการผลิตและการพัฒนาด้านการตลาดบนพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงและระบบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ					
แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.1 การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการดำเนินงานผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.2 การทำตลาดเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.3 พัฒนาระบบข้อมูลผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.4 พัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	6.5 การพัฒนาคนและสร้างต้นแบบผู้ประกอบการ
	6.3.1 การสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.2.1 การเข้าถึงช่องทางตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	6.3.1 การบริหารจัดการข้อมูลผู้ประกอบการ	6.4.1 สนับสนุนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	6.5.1 การพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
	1. โครงการส่งเสริมสิทธิประโยชน์ทางภาษีผู้ประกอบการ	12. โครงการส่งเสริมช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	16. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลผู้ประกอบการ	18. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	28. โครงการสร้างต้นแบบผู้ประกอบการนวัตกรรม
	2. โครงการพัฒนาระบบการตรวจสอบและประเมินผลผู้ประกอบการ	13. โครงการส่งเสริมช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Network Integration)	17. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลผู้ประกอบการที่มีข้อมูลด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	19. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	29. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
	3. โครงการสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการ	14. โครงการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Business Hub/Support)	18. โครงการศูนย์ข้อมูลเชิงพาณิชย์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	20. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	30. โครงการพัฒนาระบบข้อมูลผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
	4. โครงการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการ	15. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนและผู้ประกอบการ		21. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	31. โครงการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
	6.3.2 การเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม			22. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	32. การสนับสนุนด้านภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
	1. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม			23. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	
	2. โครงการพัฒนาระบบการตรวจสอบและประเมินผลผู้ประกอบการ			24. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	
	3. โครงการสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการ			25. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	
	4. โครงการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการ			26. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	
	5. โครงการสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการ			27. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้ประกอบการ	
	6. โครงการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการ				
	7. โครงการพัฒนาระบบการตรวจสอบและประเมินผลผู้ประกอบการ				
	8. โครงการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการ				
9. โครงการสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการ					
10. โครงการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการ					
11. โครงการสนับสนุนด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมผู้ประกอบการ					



ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการ ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: ยกระดับศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนาความหลากหลาย
ทางด้านวัตถุดิบสำหรับ
ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาความหลากหลายทางด้านวัตถุดิบ

1. โครงการพัฒนาวัตถุดิบใยสังเคราะห์

ชื่อโครงการ	การวิจัยและพัฒนาความหลากหลายของวัตถุดิบเส้นใยธรรมชาติ
หลักการและ เหตุผล	วัตถุดิบเส้นใยธรรมชาติที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยคือ ฝ้ายและไหม ซึ่งผลผลิตของวัตถุดิบธรรมชาติทั้ง 2 ประเภทนั้นมีข้อจำกัดหลายประการทั้งในด้านพื้นที่ปลูกและกลไกราคาในตลาดสินค้าเกษตร เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพืชผลทางการเกษตรจำนวนมากดังนั้นการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบธรรมชาติจากพืชชนิดอื่นจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีทางเลือกมากยิ่งขึ้นในการใช้เส้นใยธรรมชาติ และการเป็นการสร้างความแตกต่างหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาความหลากหลายของเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากพืชชนิดต่าง ๆ - เพิ่มประสิทธิภาพด้านวัตถุดิบและศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - สร้างโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดทิศทางการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบเส้นใยธรรมชาติที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและวิถีมุมชน - ดำเนินการสรรหาผู้เชี่ยวชาญ หรือ หน่วยงานที่มีศักยภาพ - ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบจำนวกพืชเส้นใย และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นต้น - ติดตามความก้าวหน้าของโครงการ - เผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่กลุ่มเป้าหมาย - สนับสนุนการจัดตั้งห้องปฏิบัติการกลางสำหรับตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนโครงการวิจัยและพัฒนาเส้นใยธรรมชาติ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	เส้นใยธรรมชาติที่ได้รับการพัฒนาถูกนำไปใช้โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และสามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี)

เป้าหมาย: พัฒนาความหลากหลาย
ทาง ด้าน วัต ถู ดิ บ ส า ห ร ้ บ
ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
อย่างยั่งยืน

2. โครงการการวิจัยและพัฒนาความหลากหลายของวัตตุดิบเส้นใยธรรมชาติ⁴⁴

ชื่อโครงการ	การวิจัยและพัฒนาความหลากหลายของวัตตุดิบเส้นใยธรรมชาติ
หลักการและ เหตุผล	วัตตุดิบเส้นใยธรรมชาติที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยคือ ฝ้ายและไหม ซึ่งผลผลิตของวัตตุดิบธรรมชาติทั้ง 2 ประเภทนั้นมีข้อจำกัดหลายประการทั้งในด้านพื้นที่ปลูกและกลไกราคาในตลาดสินค้าเกษตร เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพืชผลทางการเกษตรจำนวนมากดังนั้นการวิจัยและพัฒนาวัตตุดิบธรรมชาติจากพืชชนิดอื่นจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีทางเลือกมากยิ่งขึ้นในการใช้เส้นใยธรรมชาติ และการเป็นการสร้างความแตกต่างหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาความหลากหลายของเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากพืชชนิดต่าง ๆ - เพิ่มประสิทธิภาพด้านวัตตุดิบและศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - สร้างโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดทิศทางการวิจัยและพัฒนาวัตตุดิบเส้นใยธรรมชาติที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน - ดำเนินการสรรหาผู้เชี่ยวชาญ หรือ หน่วยงานที่มีศักยภาพ - ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับวัตตุดิบจำพวกพืชเส้นใย และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นต้น - ติดตามความก้าวหน้าของโครงการ - เผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่กลุ่มเป้าหมาย - สนับสนุนการจัดตั้งห้องปฏิบัติการกลางสำหรับตรวจสอบคุณภาพวัตตุดิบ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนโครงการวิจัยและพัฒนาเส้นใยธรรมชาติ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	เส้นใยธรรมชาติที่ได้รับการพัฒนาถูกนำไปใช้โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และสามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี)

Footnote:

⁴⁴สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554.

เป้าหมาย: พัฒนาความหลากหลายทางด้านวัตถุดิบสำหรับผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างยั่งยืน

3. โครงการการสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบธรรมชาติอย่างยั่งยืน⁴⁵

ชื่อโครงการ	การสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบธรรมชาติอย่างยั่งยืน
หลักการและเหตุผล	เนื่องจากกลไกด้านการตลาดสินค้าเกษตรในประเทศมีความผันผวนส่งผลให้เกษตรกรที่ผลิตพืชผลการเกษตรสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีลักษณะการปลูกพืชที่เปลี่ยนแปลงตามสถานะของตลาดและเศรษฐกิจ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพืชทำให้วัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอขาดความสม่ำเสมอทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพดังนั้นการกำหนดกลไกและวิธีการเพื่อสร้างเสถียรภาพด้านวัตถุดิบจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อสร้างเสถียรภาพด้านปริมาณวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์พื้นที่ที่มีการผลิตพืชสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - กำหนดแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรให้มีผลตอบแทนเชิงเศรษฐศาสตร์ที่เหมาะสม - จัดทำแผนสัญญาในลักษณะ Contract Farming - ติดตามผลการผลิตทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ
ตัวชี้วัดผลผลิต	ปริมาณวัตถุดิบสิ่งทอจากธรรมชาติในประเทศอยู่ในระดับที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบการ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	สามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี

Footnote:

⁴⁵สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554.

เป้าหมาย: พัฒนาความหลากหลาย
ทางด้านวัสดุพิเศษสำหรับ
ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
อย่างยั่งยืน

4. โครงการสนับสนุนการพัฒนาสิ่งทอเทคนิค (Functional and Technical Textile)⁴⁶

ชื่อโครงการ	การสนับสนุนการพัฒนาสิ่งทอเทคนิค (Functional and Technical Textile)
หลักการและ เหตุผล	แนวโน้มความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะ ด้านมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกอุตสาหกรรม การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา สิ่งทอเทคนิคนอกจากจะเป็นการพัฒนาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเฉพาะด้าน แล้ว ยังเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปลายน้ำ สามารถพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสิ่งทอเทคนิคเพื่อขยายตลาดธุรกิจสิ่งทอ - ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสิ่งทอเทคนิคเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสิ่งทอเทคนิคเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดทิศทางการวิจัยและพัฒนาวัสดุพิเศษสิ่งทอเทคนิคให้สอดคล้องกับ ความต้องการของกลุ่มตลาด - ดำเนินการสรรหาผู้เชี่ยวชาญ หรือ หน่วยงานที่มีศักยภาพ - ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนา - ติดตามความก้าวหน้าของโครงการ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนโครงการวิจัยและพัฒนาสิ่งทอเทคนิค
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ยอดขายสิ่งทอสมบัติพิเศษและสิ่งทอเทคนิคเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

Footnote:

⁴⁶สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554.

เป้าหมาย: เพื่อสนับสนุนการส่งเสริม
การเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบให้กับ
ผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 1.2 การปรับโครงสร้างด้านกฎหมาย

5. โครงการประสานหน่วยงานภาครัฐที่มีผลกระทบต่อ การเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบของผู้ประกอบการ

ชื่อโครงการ	ประสานหน่วยงานภาครัฐที่มีผลกระทบต่อ การเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบของ ผู้ประกอบการ
หลักการและ เหตุผล	เนื่องจากกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งทอ โดยเฉพาะในธุรกิจต้นน้ำและกลางน้ำไม่ได้รับการพิจารณาปรับเปลี่ยนให้ สอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องดำเนิน ธุรกิจอยู่ภายใต้ข้อจำกัดจากกฎระเบียบหลายด้าน ดังนั้นการสร้างความร่วมมือ ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่าจะสามารถ พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ
วัตถุประสงค์	เพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนต่อการเพิ่มผลิตภาพ และพัฒนาคุณภาพธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์กฎหมาย ระเบียบ และมาตรการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งทอต้น น้ำและกลางน้ำ - ระดมความเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย ถึงประเด็นที่ล้ำสมัยและเป็นอุปสรรคต่อ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรม - ระบุหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขอกฎหมายและระเบียบ - ศึกษาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ และ มาตรการต่างๆ - กำหนดบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนากฎหมาย ระเบียบ และมาตรการต่างๆ - ประสานงานกับหน่วยงานราชการเพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุง กฎหมาย ระเบียบ และมาตรการต่างๆ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุง
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	จำนวนผู้ประกอบการใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถขยาย ตลาด หรือ ขยายกำลังการผลิต หรือ ลดต้นทุนการดำเนินงานได้ อย่างน้อย ร้อยละ 20 ในระยะเวลา 5 ปี

เป้าหมาย: เพื่อสนับสนุนการส่งเสริม
การเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบให้กับ
ผู้ประกอบการ

6. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ชื่อโครงการ	พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและ เหตุผล	แม้ว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นที่ยอมรับจากตลาดทั่วโลกแต่เป็นการยอมรับในลักษณะธุรกิจต่อธุรกิจ ประเทศไทยยังไม่มีมาตรฐานคุณภาพสินค้าสิ่งทอของตัวเองในระดับสากลอย่างชัดเจน การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะเป็นการยกระดับทั้งในด้านกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการอย่างครอบคลุมและยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นด้านการตลาดให้กับผู้บริโภคด้วย
วัตถุประสงค์	พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษากฎระเบียบที่มีความจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงโดยแยกเป็นมาตรฐานด้านการผลิตและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ดำเนินการพัฒนามาตรฐานการผลิตและผลิตภัณฑ์ - ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อเข้ารับมาตรฐาน
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนมาตรฐานที่ได้รับการพัฒนาตามลักษณะผลิตภัณฑ์
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นร้อยละ 10 ของผู้ประกอบการ SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการ
ดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 1.3 การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

7. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม⁴⁵

ชื่อโครงการ	พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและเหตุผล	ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาศัยการนำเข้าเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศเป็นหลัก ส่งผลให้มีข้อจำกัดด้านการบำรุงรักษา การพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต และการออกแบบเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบและทักษะแรงงานฝีมือไทย ดังนั้นการพัฒนาประสิทธิภาพเครื่องจักรการผลิตจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมคุณภาพการผลิต วางแผนในการจัดการและซ่อมบำรุง พร้อมทั้งได้เครื่องจักรที่สามารถเพิ่มศักยภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศได้สูงขึ้น
วัตถุประสงค์	เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพเครื่องจักรการผลิต
แนวทางในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ประเด็นความต้องการด้านการพัฒนาผลิตภาพของเครื่องจักรการผลิต - ประสานงานกับหน่วยงานราชการ/สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพในการจัดการอบรมหรือมีศักยภาพในการให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาประสิทธิภาพเครื่องจักรการผลิต - เปิดเป็นโครงการแยกตามลักษณะความต้องการในการพัฒนาประสิทธิภาพเครื่องจักรการผลิต
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพเครื่องจักรการผลิต
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี

Footnote:

⁴⁵สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554.

เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการ
ดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

8. โครงการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ชื่อโครงการ	เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
หลักการและเหตุผล	การบริหารจัดการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาศัยการบริหารจัดการโดยเน้นการใช้ทรัพยากรบุคคลเป็นศูนย์กลางส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการบริหารจัดการหลายประการ เช่น ด้านต้นทุนการดำเนินงาน ความผิดพลาดจากการควบคุมและติดตาม (Human Error) การประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการแล้วยังประหยัดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาวด้วย
วัตถุประสงค์	พัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
แนวทางในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เช่น SIPA และ Software Park - ดำเนินการประสานงานและติดตามความก้าวหน้าด้านการพัฒนาระบบ Software เพื่อการบริหารธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ดำเนินการส่งเสริมการประยุกต์ใช้ Software สำหรับการดำเนินธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่มีการประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ภายใน 5 ปี

เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการ
ดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

9. โครงการสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ SME

ชื่อโครงการ	สนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ SME
หลักการและ เหตุผล	เนื่องจากเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเทคโนโลยีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จึงมีต้นทุนสูง ผู้ประกอบการรายเล็กซึ่งมีเงินทุนจำกัดเข้าถึงนวัตกรรมการผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่ตลาดต้องการได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดสำหรับสิ่งทอเทคนิคและสิ่งทอสมบัติพิเศษ ส่งผลถึงคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า การถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กจะทำให้ผู้ประกอบการก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของตลาด
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ให้สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากขึ้น - เพื่อสร้างผู้ประกอบการให้เป็นนักนวัตกรรม - เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และผู้ประกอบการที่มีผู้ถือสัญชาติไทยเป็นเจ้าของ
แนวทางในการ ดำเนินงาน	<p>โครงการสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นมาตรการช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการ SME ให้เข้าถึงเทคโนโลยีได้มากขึ้น ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินงานเบื้องต้น ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประสานความร่วมมือกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ให้ร่วมดำเนินการเป็นที่เลี้ยงให้แก่ธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ - คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการพัฒนาสิ่งทอเข้าร่วมโครงการ โดย พิจารณาจากรายละเอียดงานวิจัย/เทคโนโลยี หน่วยงานเจ้าของเทคโนโลยี ระยะเวลาการขอใช้สิทธิ์ทางเทคโนโลยี (Licensing) และผลที่คาดว่าจะได้รับ และค่าธรรมเนียมการขอใช้สิทธิ์ (Royalty fee) เป็นต้น - ให้ความช่วยเหลือแก่โครงการที่ตรงตามทิศทางการพัฒนานวัตกรรมของอุตสาหกรรม ได้แก่ สิ่งทอเทคนิคทางยานยนต์ (Mobilttech) สิ่งทอเทคนิคทางการแพทย์ (Medtech) สิ่งทอเทคนิคทางกีฬา (Sporttech) สิ่งทอเทคนิคทางโยธา (Geotech) และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยั่งยืน (Sustainable Product) - ผู้ประกอบการ หรือ กลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าโครงการฯ จะได้รับการสนับสนุนงบประมาณ หรือ เงินกู้เป็นกรณีพิเศษ - ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนจะต้องนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ หรือใช้ตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งมาภายใน 1 ปี หากไม่ปฏิบัติตาม มีสิทธิขอเรียกคืนเงินสนับสนุนพร้อมเงินค่าปรับอีก 1 เท่าตัว
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่เป็นนักนวัตกรรมเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	จำนวนสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากนวัตกรรมออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 15

เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการ
ดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

10. โครงการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อสร้าง Product และ Business Positioning

ชื่อโครงการ	พัฒนาการบริหารจัดการเพื่อสร้าง Product และ Business Positioning
หลักการและ เหตุผล	การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มส่วนใหญ่อาศัยเป็นธุรกิจที่เน้นการรับคำสั่งซื้อเป็นหลัก (Original Equipment Manufacturing) ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแนวคิดในการวางแผนการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ทางด้านธุรกิจในระยะกลางและระยะยาว ดังนั้นการสร้าง ความเข้าใจถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการมีและเข้าใจถึง วิธีการในการกำหนดยุทธศาสตร์ของธุรกิจในระยะยาวจะช่วยผลักดันให้ ผู้ประกอบการมีทิศทางที่ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง
วัตถุประสงค์	พัฒนาศักยภาพธุรกิจโดยอาศัยการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว (Business Positioning and Strategic Directions)
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและมีความมุ่งมั่นในการปรับเปลี่ยนกระบวนการเพื่อความก้าวหน้าของธุรกิจ มีความพร้อมด้านทรัพยากรกำลังคน และเวลา มีอำนาจตัดสินใจ - จัดฝึกอบรม และ Workshop ในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจด้านการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการกำหนด Strategic Positioning - สนับสนุนให้ผู้ประกอบการลงมือกำหนด Strategic Positioning กลยุทธ์ธุรกิจ และแผนธุรกิจด้วยตนเอง - ส่งเสริมผู้ประกอบการที่นำแผนจากการฝึกอบรมไปปฏิบัติเป็นผลสำเร็จ เป็น Flagship Model สำหรับเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ต่อไป
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการอบรมด้าน Business Positioning
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการสามารถกำหนด Positioning ได้อย่างชัดเจนร้อยละ 5 ของผู้เข้าร่วมโครงการ

เป้าหมาย: เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการ
ดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

1.1. โครงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้ประกอบการใหม่

ชื่อโครงการ	สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้ประกอบการใหม่
หลักการและ เหตุผล	การผลักดันให้ผู้ประกอบใหม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนทางการเงินเพื่อการดำเนินการในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจการกำหนดกลไกในการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรมจะเป็นช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเป็นกลไกที่ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ด้วย
วัตถุประสงค์	ส่งเสริมด้านเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการ
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ประเภทผู้ประกอบการและความต้องการด้านการเงินสนับสนุนด้านการดำเนินธุรกิจ - ประสานงานกับ SME Bank ด้านความต้องการของผู้ประกอบการและแนวทางการส่งเสริมเพื่อพัฒนาศักยภาพ SME - ประสานงานกับเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบถึงโครงการสนับสนุนด้านการเงิน
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับเงินทุนหมุนเวียน
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	จำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาด้านการ
ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

เป้าหมาย: พัฒนาเครือข่ายเพื่อให้
เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พร้อมทั้ง
พัฒนาศักยภาพการผลิตและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ใหม่

กลยุทธ์ที่ 2.1 การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

1.2. โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในลักษณะคลัสเตอร์

ชื่อโครงการ	สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในลักษณะคลัสเตอร์
หลักการและ เหตุผล	การพัฒนาศักยภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการต้องอาศัยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้และข้อมูลข่าวจากผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจจะ สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมถึงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่า
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ - พัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ - เพิ่มผลิตภาพจากการดำเนินงาน - พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดแนวทางและประเด็นในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มคลัสเตอร์ ในแต่ละพื้นที่ เช่น ประเด็นด้านวัตถุดิบ การวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนานวัตกรรม และการขยายการผลิต เป็นต้น - ดำเนินการพัฒนายอดตามกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีอยู่เดิม - ดำเนินการส่งเสริมการรวมตัวของเครือข่ายในพื้นที่ที่ยังขาดการสนับสนุน
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมาย: พัฒนาเครือข่ายเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1.3. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Network Integration)

ชื่อโครงการ	สร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Network Integration)
หลักการและเหตุผล	การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพหากกลุ่มผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลความต้องการ และข้อจำกัดในการดำเนินงาน ซึ่งการแลกเปลี่ยนข้อมูลในประเด็นด้านต่างๆ จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาศักยภาพและผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ตามความต้องการและความเหมาะสมจากการเชื่อมโยงจุดอ่อนจุดแข็งภายในเครือข่ายที่เอื้อประโยชน์กันอย่างครบวงจรตลาดห่วงโซ่อุปทาน
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ - สนับสนุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการสร้างความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายโดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะที่เชื่อมโยงกันคือลักษณะ แม่ข่ายและลูกข่าย (Hub and Spoke) - พัฒนาแม่ข่ายกลางด้านการบริหารจัดการในการสนับสนุนกลุ่มลูกข่าย - ส่งเสริมความร่วมมือของกลุ่มลูกข่าย - ประสานให้กลุ่มแม่ข่ายและกลุ่มลูกข่ายมีการดำเนินงานร่วมกัน
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	<ul style="list-style-type: none"> - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนาเครือข่ายเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1.4. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubators)

ชื่อโครงการ	สร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubators)
หลักการและเหตุผล	การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพหากกลุ่มผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนด้านความรู้ ทักษะ อุปกรณ์ในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างความร่วมมือในลักษณะศูนย์บ่มเพาะสามารถสนับสนุนให้ผู้ประกอบการดำเนินการพัฒนาภายใต้ข้อจำกัด โดยมีหน่วยงานด้านการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐร่วมให้การสนับสนุน
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ - บ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ - เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลด้านต่างๆ
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในระดับภูมิภาคโดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของศูนย์บ่มเพาะที่สอดคล้องกับความต้องการของลักษณะของธุรกิจตามพื้นที่ - ประสานงานในการสนับสนุนให้ศูนย์บ่มเพาะมีรูปแบบการดำเนินงานและอุปกรณ์เครื่องมือในการสนับสนุนที่เอื้อต่อผู้ประกอบการ - พัฒนาเป็นพื้นที่จัดแสดงผลภัณฑ์และตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ - ให้ข้อมูลข่าวสารด้านบทบาทและความสามารถในการช่วยเหลือของศูนย์บ่มเพาะให้กับเครือข่ายธุรกิจและผู้ประกอบการโดยตรง
ตัวชี้วัดผลผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนศูนย์บ่มเพาะระดับภูมิภาคที่ได้รับการจัดตั้ง - จำนวนกิจกรรมในการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ - จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	<ul style="list-style-type: none"> - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: การพัฒนาศักยภาพและ
ความเข้มแข็งด้านเครือข่าย
ต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2.2 ส่งเสริมด้านเครือข่ายเพื่อยกระดับผู้ประกอบการสู่สากล

1.5. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างประเทศ

ชื่อโครงการ	สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างประเทศ
หลักการและ เหตุผล	การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ หากมีการส่งเสริมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าจากต่างประเทศ ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเรียนรู้เทคนิค เทคโนโลยี วัตถุดิบ ทิศทางการดำเนินงาน รวมถึงแนวโน้มด้านการตลาดที่จะช่วยให้สามารถพัฒนาสิ่งทอไปในทิศทางที่ตลาดต้องการในอนาคต
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ - ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ - สร้างโอกาสทางด้านการตลาด - กระตุ้นแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - เชื่อมโยงผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ส่งเสริมการสร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ - เชื่อมโยงผู้ประกอบการและนักออกแบบ - ส่งเสริมเวทีการพบปะทางธุรกิจและการพัฒนาศักยภาพทางด้านธุรกิจของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 5 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	<ul style="list-style-type: none"> - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SME สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนารฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนารฐานข้อมูลเพื่สนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

เป้าหมาย: ข้อมูลของหน่วยงาน
ภาครัฐได้รับการบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 3.1 การบริหารจัดการข้อมูลเชิงบูรณาการ

1.6. โครงการพัฒนารฐานข้อมูลเชิงบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ชื่อโครงการ	พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
หลักการและเหตุผล	เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีความหลากหลายตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านต่างๆ ตามห่วงโซ่คุณค่า การบูรณาการหรือจัดเก็บข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องและจัดให้เป็นหมวดหมู่สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ข้อมูลเพื่อสร้างประโยชน์ในด้านต่างๆ
วัตถุประสงค์	พัฒนารฐานข้อมูลให้กับผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ระบุหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและผู้ประกอบการ SME - ศึกษาความต้องการการใช้งานจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - พัฒนาระบบฐานข้อมูล - ผลักดันให้มีการนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจหรือการจัดทำแผนกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐ สมาคม มูลนิธิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ตัวชี้วัดผลผลิต	ฐานข้อมูลมีการจัดทำแล้วเสร็จ ร้อยละ 100 จำนวนผู้เข้าชมข้อมูล
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	สัดส่วนการนำข้อมูลไปใช้อ้างอิงประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ งานวิจัยของหน่วยงานในภาครัฐ สถาบันการศึกษา มูลนิธิ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

เป้าหมาย: ข้อมูลของหน่วยงาน
ภาครัฐได้รับการบูรณาการ

17. โครงการพัฒนารฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

ชื่อโครงการ	พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ
หลักการและ เหตุผล	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ (Business Positioning) จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการตลาด การจัดฐานข้อมูลด้านการตลาดที่ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงข้อมูลจะเป็นการช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจและรูปแบบและวิธีการด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ - ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลเพื่อกำหนด Positioning ของธุรกิจ - ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการด้านการตลาด
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาลักษณะข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องการใช้สำหรับการพัฒนาศักยภาพธุรกิจ - ศึกษาลักษณะการใช้แรงงานและการเข้าใช้ระบบของผู้ประกอบการ - ดำเนินการพัฒนารฐานข้อมูลและศึกษาแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ได้มีประสิทธิภาพ
ตัวชี้วัดผลผลิต	ระบบฐานข้อมูลได้รับการพัฒนาแล้วเสร็จ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20

เป้าหมาย: ข้อมูลของหน่วยงาน
ภาครัฐได้รับการบูรณาการ

18. โครงการศูนย์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ชื่อโครงการ	ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและเหตุผล	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากหลายด้านทั้งในด้านความต้องการของตลาด ลักษณะของวัสดุที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ ข้อมูลเกี่ยวกับ Pattern สีที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับทิศทางของผู้บริโภคในอนาคตการพัฒนารฐานข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบและการสร้างสรรค์สินค้า - ข้อมูลด้านเทรนด์สีแฟชั่นและวัสดุสำหรับสิ่งทอ - ฐานข้อมูลสีเขียวธรรมชาติ
แนวทางในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - พัฒนารฐานข้อมูลตามความต้องการใช้จากกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs - ประสานงานกับหน่วยงานและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับฐานข้อมูลให้กับ ผู้ที่สนใจและกลุ่มผู้ประกอบการ
ตัวชี้วัดผลผลิต	ระบบฐานข้อมูลที่ได้รับการพัฒนาแล้วเสร็จ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 25

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

เป้าหมาย: เพิ่มศักยภาพ ช่องทางการตลาด และเทคนิคการตลาดที่เหมาะสม
กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภค
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในประเทศ

1.9. โครงการพัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในประเทศ

ชื่อโครงการ	พัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในประเทศ
หลักการและเหตุผล	ในขณะที่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในต่างประเทศ แต่การบริโภคในประเทศที่ยอดการซื้อขายอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมทั้งในด้านการสร้างกระแสความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์ไทย การสร้างพื้นฐานให้ผู้ประกอบการไทยที่มุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เข้าซื้อสินค้า จึงเป็นกลไกที่สำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในอนาคต
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างกระแสการยอมรับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย - สร้างความนิยมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย - เพิ่มยอดการซื้อขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศ
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการด้านการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ประสานงานกับผู้ประกอบการที่มีสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากสากล - จัดแสดงนิทรรศการในรูปแบบต่างๆ ผ่านการประสานงานกับเครือข่ายด้านต่าง ๆ - เปิดกิจกรรมในลักษณะพื้นที่ขายเพื่อกระตุ้นยอดการบริโภคและตรวจสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายในประเทศ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนกิจกรรมสำหรับการสนับสนุนการบริโภคในประเทศ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ยอดขายสินค้าในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 20

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภค
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในประเทศ

20. โครงการจัดพื้นที่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก

ชื่อโครงการ	จัดพื้นที่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
หลักการและเหตุผล	ผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่มีขนาดเล็กจะประสบกับปัญหาพื้นที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การพัฒนาพื้นที่สำหรับการจัดจำหน่ายและช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งพื้นที่จัดจำหน่ายจะเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มศักยภาพด้านการขายได้สูงขึ้น
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก - พัฒนาช่องทางให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค - ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่มีพื้นที่และสามารถจัดเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าได้ เช่น พื้นที่ของกรมรถไฟแห่งประเทศไทย พื้นที่ของกรมธนารักษ์ เป็นต้น - พัฒนารอบแนวคิดในการจัดเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า (Theme) - ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการผ่านหน่วยงานภาครัฐ และเครือข่าย - ประชาสัมพันธ์ต่อประชาชน
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนพื้นที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ยอดขายของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 จำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภค
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในประเทศ

21. โครงการส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก

ชื่อโครงการ	ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
หลักการและเหตุผล	การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนต้องอาศัยการสร้างสภาวะความต้องการทางด้านการตลาด (Demand Creation) การสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกระแสเงินสดและต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายตามความต้องการของตลาดที่แตกต่างกัน
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME ขนาดกลางและขนาดเล็ก - ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการและแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ - ประสานงานและประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐถึงลักษณะและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการในปัจจุบันมีการผลิต - ประสานงานเบื้องต้นระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับผู้ประกอบการ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนหน่วยงานภาครัฐที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ยอดขายของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 จำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้งใน
และต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

22. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

ชื่อโครงการ	พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มคุณค่าโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
หลักการและเหตุผล	การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนกับผู้ประกอบการ นอกจากนี้การเพิ่มขีดความสามารถด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ยังเป็นการผลักดันให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถเปลี่ยนสถานะของการเป็นผู้ผลิตในลักษณะ OEM สูการเป็น OBM
วัตถุประสงค์	สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
แนวทางในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดโครงการฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโดยมุ่งการสร้างความเข้าใจของประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทรัพย์สินทางปัญญา - จัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้พื้นฐานของการสร้าง Product Identity และ Brand Equity พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ - สนับสนุนผู้ประกอบการที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านการตลาด
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านอบรม
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 10

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้งใน
และต่างประเทศ

23. โครงการ Consulting Design Clinic⁴⁶

ชื่อโครงการ	Consulting Design Clinic
หลักการและ เหตุผล	เนื่องจากผู้ประกอบการบางกลุ่มขาดทักษะความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจมาโดยใช้พื้นฐานผลิตภัณฑ์ใน รูปแบบเดิม ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มนี้จำเป็นต้องได้รับคำชี้แนะในลักษณะการให้ คำปรึกษาเฉพาะด้านโดยจัดการอบรมในลักษณะที่มีความต่อเนื่องระยะยาว
วัตถุประสงค์	สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
แนวทางในการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดโครงการฝึกอบรมในลักษณะต่อเนื่อง (Program) - สรรหากลุ่มบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - ดำเนินการฝึกอบรมในลักษณะ Coaching ให้คำปรึกษาตั้งแต่การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การทำตราสินค้า และด้านการทำการตลาด - ติดตามความก้าวหน้า คัดสรรกลุ่มผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ศักยภาพเพื่อส่งเสริม การตลาด
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านอบรม
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 10

Footnote:

⁴⁶หน่วยงานที่ดำเนินการในลักษณะคล้ายกันได้แก่
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ISMED) ศูนย์ต้นคิดภายใต้ความร่วมมือระหว่าง
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ มูลนิธิพัฒนา
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และสถาบันบริหารและ
พัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน).

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้งใน
และต่างประเทศ

24. โครงการ SME ตัดปีกเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าใจการบริหารจัดการด้านการตลาด

ชื่อโครงการ	SME ตัดปีกเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าใจการบริหารจัดการด้านการตลาด
หลักการและ เหตุผล	เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการพัฒนาศักยภาพด้านการใช้กลยุทธ์และวิธีการในการดำเนินการด้านการตลาดที่ครอบคลุมส่งผลให้ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการและกลุ่มของผู้บริโภคการจัดการฝึกอบรมด้านการตลาดจะเป็นการเพิ่มทักษะและวิธีการด้านการตลาดส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ - เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการในการวางแผน และดำเนินธุรกิจโดย การเขียนแผนธุรกิจจริงของตนเองที่สามารถนำไปใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้จริง พร้อมทั้งรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแบบตัวต่อตัว - เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในการประสานความร่วมมือกับแหล่งเงินทุน
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานความร่วมมือกับ ธนาคาร สถาบันการศึกษา และ บริษัทที่ปรึกษาเพื่อเป็นที่เลี้ยง และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ระยะเวลาดำเนินการ 12 เดือน - ขอร้องสนับสนุนจากธนาคารด้านเงินกู้อัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจนเสร็จสิ้น - คัดเลือกผู้ประกอบการจากเครือข่ายเป็น Flagship โดยเลือกผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการปรับเปลี่ยนกระบวนการงานเพื่อความก้าวหน้าของธุรกิจ และมีความพร้อมด้านทรัพยากร กำลังคนเวลา และเป็นบุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจในกิจการนั้นๆ - จัดโครงการฝึกอบรมด้านการจัดการด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจ - ผู้ประกอบการร่วมกับที่ปรึกษาและผู้แทนธนาคาร จัดทำแผนธุรกิจ โดยวิเคราะห์สภาพธุรกิจ สรุปประเด็นปัญหา และเลือกประเด็นปัญหาที่ต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนจำนวน 1-2 หัวข้อมาจัดทำเป็นแผนธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มกำไร (Margin) หรือ เพิ่มยอดการจำหน่าย (Volume) ซึ่งเป็นหัวข้อที่สามารถเห็นผลได้ในระยะ 3-6 เดือน - ผู้ประกอบการจัดทำแผนปฏิบัติการและลงมือปฏิบัติ โดยจะต้องประชุมร่วมกับกลุ่มที่เลี้ยงในการรายงานความก้าวหน้าทุกเดือน พร้อมรับคำแนะนำกลับไปปรับปรุงการปฏิบัติงาน - กลุ่มที่เลี้ยงลงพื้นที่เพื่อสำรวจสภาพจริง ณ สถานประกอบการอย่างน้อย 1 ครั้ง - ขยายผลสำเร็จจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการโดยถอดบทเรียน และเผยแพร่ในวงกว้าง
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการฝึกอบรม
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายหรือลดต้นทุนได้ร้อยละ 10

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้งใน
และต่างประเทศ

25. โครงการคลินิกนวัตกรรมและการตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม⁴⁷

ชื่อโครงการ	โครงการคลินิกนวัตกรรมและการตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและ เหตุผล	ประเทศไทยมีงานวิจัยอีกจำนวนมากที่ยังไม่ได้นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ งานวิจัยบาง ชิ้นมีประโยชน์สูงแต่ตลาดผู้บริโภคยังไม่รับรู้ หรือ ยังไม่เกิดความต้องการขึ้นใน ตลาด หรือช่องทางจำหน่ายโดยทั่วไปอาจไปไม่ถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า ชนิดนี้ อีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้งานวิจัยมีประโยชน์เชิงพาณิชย์ คือ การนำผล วิจัยมาผลิตเป็นสินค้าโดยปรับให้เหมาะสมกับรสนิยมในตลาดเป้าหมาย โครงการ คลินิกนวัตกรรมและการตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจึงเป็นการต่อยอดนำผลวิจัย มาใช้ในเชิงพาณิชย์ เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดสิ่งทอเทคนิคและตลาดสิ่งทอ สมบัติพิเศษ ซึ่งมีความจำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความต้องการซื้อ
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อต่อยอดให้ผู้ประกอบการสามารถนำงานวิจัยที่ได้พัฒนาไปสู่การใช้ ประโยชน์จริง - เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ SME ในการนำงานนวัตกรรมออกสู่ ตลาด - เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม และผู้ประกอบการที่มีผู้ถือสัญชาติไทยเป็นเจ้าของอย่างน้อย ร้อยละ 51 - การสนับสนุนเชิงเทคนิค ครอบคลุมถึง การให้คำปรึกษาจากนักวิจัยที่ เชี่ยวชาญ นักทดสอบมาตรฐานสินค้า และนักออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออาจ รวมถึงการส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมทีมวิจัย แล้วแต่ความต้องการและความ จำเป็นของแต่ละกรณี และการให้คำปรึกษาด้านการจดสิทธิบัตรผลงานวิจัย - การสนับสนุนเชิงการตลาด เช่น การสร้างแบรนด์ (Brand) การสื่อสาร การตลาดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นต้น - การให้คำปรึกษาเชิงเทคนิคแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งให้คำปรึกษาเชิง การตลาดในกระบวนการนำงานวิจัยที่ได้เข้าสู่ตลาด โดยการให้คำปรึกษานี้ อาจใช้ผู้เชี่ยวชาญในสถาบันฯ หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกในเครือข่ายของ สถาบันฯ เช่น มหาวิทยาลัย และสถาบันเฉพาะทางต่างๆ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ออกสู่ ตลาดเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ยอดขายสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใน ประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

Footnote:

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้ง
ต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.3 การพัฒนาศักยภาพตลาดต่างประเทศ

26. โครงการพัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ

ชื่อโครงการ	พัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ
หลักการและ เหตุผล	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในต่างประเทศด้านคุณภาพ แต่เผชิญกับภาวะการแข่งขันรุนแรงและการวางตำแหน่งทางการแข่งขันที่ไม่ชัดเจน ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในต่างประเทศจึงเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารและสร้างกระแสความนิยมการบริโภคผลิตภัณฑ์ไทย การสร้างพื้นฐานให้ผู้ประกอบการไทยที่มุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เข้าซื้อสินค้าจึงเป็นกลไกที่สำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในอนาคต
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างกระแสการยอมรับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย - สร้างความนิยมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย - เพิ่มยอดการซื้อขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในต่างประเทศ
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการด้านการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายในต่างประเทศ - ประสานงานกับผู้ประกอบการที่มีสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากสากล - จัดแสดงนิทรรศการในรูปแบบต่างๆ ผ่านการประสานงานกับเครือข่ายด้านต่างๆ - เปิดกิจกรรมในลักษณะพื้นที่ขายเพื่อกระตุ้นยอดการบริโภคและตรวจสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคภายในต่างประเทศ - จัดกิจกรรม Road show งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าชั้นนำระดับโลก โดยคัดเลือกสินค้าที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน ออกแสดง - จัดสรรงบประมาณให้ผู้ประกอบการที่มีความแข็งแกร่งด้านอัตลักษณ์สินค้า เลือกออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่ตรงกับตลาดและตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้า
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนกิจกรรมสำหรับการสนับสนุนการบริโภคในประเทศ
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายในต่างประเทศได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี

เป้าหมาย: เพิ่มยอดการบริโภคทั้ง
ต่างประเทศ

27. โครงการจัดตั้ง SME ASEAN TEXTILE & CLOTHING CENTER⁴⁸

ชื่อโครงการ	การจัดตั้ง SME ASEAN TEXTILE & CLOTHING CENTER
หลักการและ เหตุผล	เนื่องจากในสภาวะปัจจุบันที่มีพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างรวดเร็ว การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประสานงานกับด้านการตลาดกับกลุ่มประเทศใน ASEAN จะเป็นช่องทางที่สำคัญในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถทราบข้อมูลทิศทางความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ
วัตถุประสงค์	การจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และลักษณะการดำเนินงานของศูนย์ SME ASEAN TEXTILE & CLOTHING CENTER - ประสานงานในการดำเนินการจัดตั้งศูนย์ - ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบถึงประโยชน์ของศูนย์ SME ASEAN TEXTILE & CLOTHING CENTER - รวบรวมเครือข่ายผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการในอาเซียน - บริการข้อมูลธุรกิจ เช่น กฎระเบียบการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจในประเทศต่างๆแบบเป็นลำดับขั้นตอน ความเคลื่อนไหวผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในอาเซียน - สนับสนุนความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในอาเซียน จัดกิจกรรม Business Matching เพื่อให้เกิดการซื้อขายภายในห่วงโซ่อุปทาน
ตัวชี้วัดผลผลิต	ความสำเร็จของการจัดตั้งศูนย์
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายในต่างประเทศได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี

Footnote:

⁴⁸สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอดูแลการจัดตั้งศูนย์ในระดับทั้งอุตสาหกรรม.

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาและเสริมสร้างด้านแรงงานและบุคลากร

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ให้สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 5.1 การพัฒนาบุคลากรเชิงบูรณาการสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและ
เครื่องนุ่งห่มสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

28. โครงการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้กับแรงงานใหม่

ชื่อโครงการ	สร้างทัศนคติเชิงบวกให้กับแรงงานใหม่
หลักการและ เหตุผล	อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกำลังเผชิญกับปัญหาด้านแรงงานที่มีทักษะและ ศักยภาพเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจและมีแนวโน้มที่จะเผชิญกับการขาด แคลนด้านแรงงานที่มีศักยภาพที่เข้ามาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในอนาคตดังนั้นจึง จำเป็นที่จะต้องพัฒนาและเตรียมความพร้อมทั้งในมุมมองด้านทักษะความรู้และ ปริมาณให้เพียงพอกับความต้องการของการดำเนินธุรกิจในอนาคต
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาศักยภาพและเพิ่มปริมาณแรงงานสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม - กระตุ้นความสนใจนักเรียนนักศึกษาารุ่นใหม่ให้มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานใน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
แนวทางในการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานด้านลักษณะงานระหว่างผู้ประกอบการ สมาคมวิชาชีพและภาค การศึกษาเพื่อส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพและการกำหนดลักษณะ Career Path ของธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ประสานงานกับผู้ประกอบการเพื่อสอบถามต้องการลักษณะและประเภทแรงงาน - ประสานงานกับเครือข่ายเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร - สรุปรณศึกษาผู้ประกอบการและแรงงานที่มีคุณภาพจากภาคอุตสาหกรรมและ เผยแพร่ต่อสาธารณะและภาคการศึกษา - ใช้สื่อหลักในการสื่อสารเชิงบวกผสมความบันเทิง โดยสื่อสารด้าน Career Path ของธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และลักษณะงานในอุตสาหกรรมซึ่งมีความ หลากหลายและมีความสำคัญ ไม่ใช่แรงงานระดับล่างเท่านั้น โดยเฉพาะ แรงงานระดับหัวหน้างาน และผู้จัดการโรงงาน ซึ่งขาดแคลนบุคลากรที่มี กระบวนการคิดเชิงระบบ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนแรงงานที่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอย่างน้อยร้อยละ 30
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ศักยภาพด้านการดำเนินงานของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ได้สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการ

29. โครงการพัฒนานักออกแบบด้านวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ชื่อโครงการ	พัฒนานักออกแบบด้านวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและ เหตุผล	การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพโดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ที่สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมสิ่งทอได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะด้านวัสดุศาสตร์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ในห่วงโซ่คุณค่า
วัตถุประสงค์	พัฒนาศักยภาพแรงงานด้านการวิจัยและพัฒนา สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานภาคการศึกษาถึงแนวโน้มความต้องการประเภทและลักษณะแรงงานด้านการพัฒนาวัสดุศาสตร์ - จัดโครงการสนับสนุนการแข่งขันด้านวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการนำวัสดุสิ่งทอไปใช้ - สนับสนุนการดำเนินการด้านข้อมูลข่าวสารในการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการใหม่ - จัดทำฐานข้อมูลด้านแรงงานด้านวัสดุศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการ - ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนนักวัสดุศาสตร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการมียอดการขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ใหม่ ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ได้สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการ

30. โครงการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ชื่อโครงการ	พัฒนานักออกแบบแฟชั่นสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
หลักการและ เหตุผล	การยกระดับผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากการเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) สู่การเป็นผู้ขายที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง (OBM) ให้ได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องอาศัยนักออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการกำหนดแนวทางการพัฒนานักออกแบบสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นกลไกสนับสนุนการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมในภาพรวม นอกจากนี้นักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังเป็นการโอกาสในการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการใหม่อีกด้วย
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาศักยภาพนักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ - ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับหน่วยงานภาคการศึกษาถึงแนวโน้มความต้องการประเภทและลักษณะแรงงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - จัดโครงการสนับสนุนการแข่งขันด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการนำวัสดุสิ่งทอไปใช้ - สนับสนุนการดำเนินการด้านข้อมูลข่าวสารในการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการใหม่ - จัดทำฐานข้อมูลด้านแรงงานนักออกแบบเพื่อผู้ประกอบการ - ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนนักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 10
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการ SME มียอดขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี จำนวนผู้ประกอบการ SME ใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ภายใน 5 ปี

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ได้สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการ

31. โครงการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา

ชื่อโครงการ	สนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา
หลักการและ เหตุผล	การพัฒนาทักษะและฝีมือแรงงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานและตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการนั้นจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะแรงงานตั้งอยู่ในภาคการศึกษา ดังนั้นการสนับสนุนให้เกิดการฝึกงาน (Apprentice ship) ของนักศึกษากับผู้ประกอบการจะเป็นการเพิ่มศักยภาพแรงงานสำหรับอนาคตที่สามารถดำเนินงานและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
วัตถุประสงค์	พัฒนาศักยภาพแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สนับสนุนการจัดสรรและจัดหาแรงงานที่เหมาะสมให้กับภาคอุตสาหกรรม เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
แนวทางการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการด้านแรงงานของผู้ประกอบการ - ประสานงานกับภาคการศึกษาเพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการ - ดำเนินการติดตามความสอดคล้องระหว่างแรงงานใหม่กับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม - จัดทำฐานข้อมูลศักยภาพด้านแรงงานของผู้ประกอบการ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนโครงการการฝึกงานในภาคอุตสาหกรรม (Apprentice ship) เพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 10
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	สัดส่วนของแรงงานใหม่ ที่ได้รับการจ้างงานเป็นร้อยละ 80 ของผู้สำเร็จ การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ในอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการ
ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 5.2 การสนับสนุนด้านการพัฒนาศักยภาพแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
32. โครงการยกระดับบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร

ชื่อโครงการ	ยกระดับบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร
หลักการและเหตุผล	ในขณะที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภาวะเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แรงงานส่วนใหญ่ที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมยังขาดการพัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้นการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมจะเป็นการสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ
วัตถุประสงค์	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาศักยภาพแรงงาน - เพิ่มผลิตภาพของผู้ประกอบการ - สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานหน่วยงานภาครัฐด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน - กำหนดโครงการพัฒนาศักยภาพฝีมือแรงงาน - จัดอบรมบุคลากรที่จะดำเนินงาน/ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายธุรกิจ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรม
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หรือลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี

เป้าหมาย: พัฒนาศักยภาพแรงงาน
ในอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการ
ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

33. โครงการสนับสนุนการจัดหาแรงงานเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ชื่อโครงการ	สนับสนุนการจัดหาแรงงานเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Labor Bank)
หลักการและเหตุผล	ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประสบกับปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างอัตราค่าจ้างและทัศนคติของผู้ใช้แรงงาน ดังนั้นแนวทางในการจัดหาแรงงานเพื่อเติมเต็มความต้องการของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนการให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง
วัตถุประสงค์	เพิ่มจำนวนแรงงานตามความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้มีประกอบการมีแรงงานที่สอดคล้องกับความต้องการ
แนวทางการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานงานกับผู้ประกอบการที่ต้องการแรงงานฝีมือในแต่ละด้าน - ประสานงานหน่วยงานภาครัฐด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน - กำหนดโครงการพัฒนาศักยภาพฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับตำแหน่งที่ผู้ประกอบการต้องการ - จัดอบรมบุคลากรที่จะดำเนินงาน/ธุรกิจในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม - ประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายธุรกิจ
ตัวชี้วัดผลผลิต	จำนวนแรงงานที่เพิ่มขึ้นในภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 10
ตัวชี้วัดผลลัพธ์	ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หรือ เพิ่มยอดขายได้ ร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 5 ปี



6.2 การจัดลำดับความสำคัญ ของแผนการปฏิบัติการ

จากโครงการข้างต้นสามารถจัดลำดับความสำคัญตามผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและความซับซ้อนในการปฏิบัติได้ 2 กลุ่มดังนี้

รูปที่ 6.2 การจัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- (1) แผนระยะยาว (Strategic Move) ที่ส่งผลถึงการยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการได้ในระยะยาว และ
- (2) แผนระยะสั้น (Quick Win) คือ โครงการที่สามารถปฏิบัติได้ทันทีและสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการได้ในระยะเวลาอันสั้น สรุปได้ดังนี้

แผนการระยะยาว (Strategic Move)	แผนการระยะสั้น (Quick Win)
1) โครงการพัฒนาวัตถุดิบใยสังเคราะห์	1) โครงการสนับสนุนการพัฒนาสิ่งทอเทคนิค (Functional and Technical Textile)
2) โครงการวิจัยและพัฒนาความหลากหลายของวัตถุดิบเส้นใยธรรมชาติ	2) โครงการพัฒนาการบริหารเพื่อสร้าง Product และ Business Positioning
3) โครงการสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบธรรมชาติอย่างยั่งยืน	3) โครงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้ประกอบการใหม่
4) โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	4) โครงการจัดพื้นที่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
5) โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	5) โครงการส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
6) โครงการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	6) โครงการ Consulting Design Clinic
7) โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในลักษณะคลัสเตอร์	7) โครงการ SME ติดปีกเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าใจการบริหารจัดการด้านการตลาด
8) โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain Network Integration)	8) โครงการสนับสนุนการจัดหาแรงงานเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Labor Bank)
9) โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubators)	9) โครงการคลินิกนวัตกรรมและตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
10) โครงการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	10) โครงการประสานงานหน่วยงานภาครัฐที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบของผู้ประกอบการ
11) โครงการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	11) โครงการสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ SME
12) โครงการจัดตั้ง SME ASEAN Textile & Clothing Center	12) โครงการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดในประเทศ
13) โครงการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้กับแรงงานใหม่	13) โครงการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ
14) โครงการพัฒนานักออกแบบด้านวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	
15) โครงการยกระดับบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร	
16) โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างประเทศ	
17) โครงการศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	
18) โครงการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้แรงงานใหม่	
19) โครงการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	
20) โครงการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา	

6.3

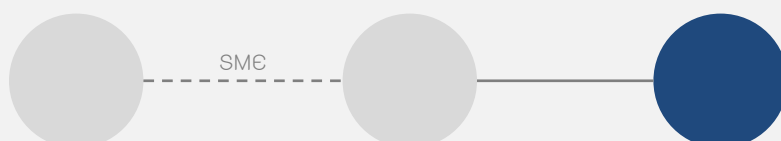
ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2555-2559

จากแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559 ที่ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก คือ

- ยุทธศาสตร์ 1: สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- ยุทธศาสตร์ 2: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้ได้อย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่
- ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559 มี 5 เป้าหมาย คือ

- เป้าหมาย 1: SME จดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 250,000 ราย ภายในปี 2559
- เป้าหมาย 2: SME สาขากลุ่มเป้าหมายได้รับการ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน 30,000 ราย ภายในปี 2559
- เป้าหมาย 3: เครือข่ายผู้ประกอบการ SME ได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็ง 60 เครือข่าย ต่อปี
- เป้าหมาย 4: พัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจให้เอื้อต่อ SME มากขึ้น
- เป้าหมาย 5: การบริหารจัดการงานส่งเสริม SME มีประสิทธิภาพและทำงานเชิงบูรณาการ

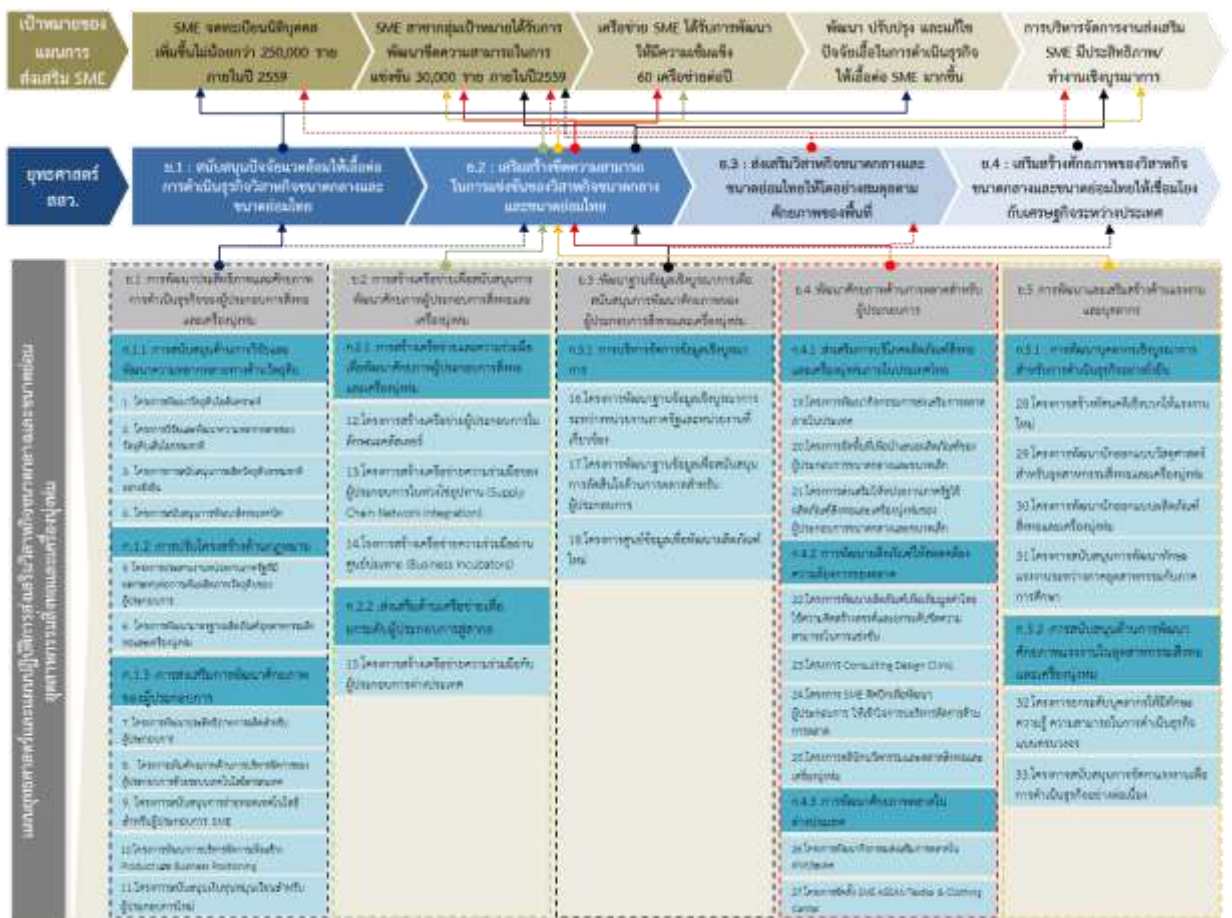


แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3



รูปที่ 6.3 ความเชื่อมโยงกับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559 และเป้าหมายยุทธศาสตร์



ตารางที่ 6.1 ความสอดคล้องประมาณการผลลัพธ์แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และเป้าหมายยุทธศาสตร์

กลยุทธ์และโครงการ	ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ แผนส่งเสริม SMC ฉบับที่ 3 พ.ศ.2555 - 2559				ความสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2556-2559					การประมาณการผลลัพธ์	
	ย.1	ย.2	ย.3	ย.4	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5		
	ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม										
กลยุทธ์ที่ 1.1 การสนับสนุนด้านความรู้และพัฒนาความหลากหลายทางด้านวัตถุดิบ											
1. โครงการพัฒนาวัตถุดิบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓	✓				✓					เส้นใยสังเคราะห์ที่ได้รับการพัฒนาถูกนำไปใช้โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (สามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี)
2. โครงการวิจัยและพัฒนาความหลากหลายของวัตถุดิบเส้นใยธรรมชาติ	✓	✓				✓			✓		เส้นใยธรรมชาติที่ได้รับการพัฒนาถูกนำไปใช้โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและสามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี)
3. โครงการการสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบธรรมชาติอย่างยั่งยืน	✓	✓				✓			✓		สามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี
4. โครงการสนับสนุนการพัฒนาสิ่งทอเทคโนโลยี (Functional and Technical textile)	✓	✓			✓	✓			✓		ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ผู้ประกอบการเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 5
กลยุทธ์ที่ 1.2 การปรับโครงสร้างด้านกฎหมาย											
5. โครงการประสานงานหน่วยงานภาครัฐที่มีผลกระทบต่อเพิ่มผลิตภาพวัตถุดิบของผู้ประกอบการ	✓								✓		ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบได้อย่างน้อยร้อยละ 10
6. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓								✓	✓	ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นร้อยละ 10 ของผู้ประกอบการ SMC สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
กลยุทธ์ที่ 1.3 การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ											
7. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม		✓							✓		ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี
8. โครงการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓	✓							✓		ผู้ประกอบการมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ภายในระยะเวลา 5 ปี
9. โครงการสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ SMC	✓	✓			✓	✓					จำนวนสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากนวัตกรรมออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15
10. โครงการพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อสร้าง Product และ Business Positioning		✓							✓		ผู้ประกอบการสามารถกำหนด Positioning ได้อย่างชัดเจนร้อยละ 5 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ
11. โครงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้ประกอบการใหม่		✓			✓	✓					ผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของผู้ประกอบการ SMC
ยุทธศาสตร์ที่ 2: การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม											
กลยุทธ์ที่ 2.1 การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม											
12. โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในลักษณะคลัสเตอร์			✓							✓	- จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้
13. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Network Integration)		✓	✓		✓	✓	✓			✓	- จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพเครื่องจักรการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง

ตารางที่ 6.1 ความสอดคล้องประมาณการผลลัพธ์แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และเป้าหมายยุทธศาสตร์ (ต่อ)

กลยุทธ์และโครงการ	ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ แผนส่งเสริม SMC ฉบับที่ 3 พ.ศ.2555 - 2559				ความสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559					การประมาณการผลลัพธ์
	ย.1	ย.2	ย.3	ย.4	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	
										<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 6 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SMC สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
14. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubators)		✓	✓		✓	✓	✓			<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 10 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี - ผู้ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพเครื่องจักรการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 6 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SMC สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
กลยุทธ์ที่ 2.2 ส่งเสริมด้านเครือข่ายเพื่อยกระดับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม										
15. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการต่างประเทศ		✓		✓	✓	✓	✓			<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนเครือข่ายที่ได้รับการจัดตั้งไม่น้อยกว่า 5 คลัสเตอร์ภายในระยะเวลา 3 ปี - ร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มศักยภาพเครื่องจักรการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง - ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 20 ภายใน 6 ปี - มีผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ของจำนวนผู้ประกอบการ SMC สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนารฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม										
กลยุทธ์ที่ 3.1 การบริหารจัดการข้อมูลเชิงบูรณาการ										
16. โครงการพัฒนารฐานข้อมูลเชิงบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	✓				✓		✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> - สัดส่วนการนำข้อมูลไปใช้อ้างอิงประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ งานวิจัยของหน่วยงานในภาครัฐ สถาบันการศึกษา มูลนิธิ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60
17. โครงการพัฒนารฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ	✓	✓				✓		✓		<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปใช้เพื่อเพิ่มยอดขายได้ ร้อยละ 20
18. โครงการศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่		✓				✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 25
ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ										
กลยุทธ์ที่ 4.1 ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศไทย										
19. โครงการพัฒนาศักยภาพการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ			✓			✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 20
20. โครงการจัดพื้นที่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก			✓		✓	✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 - จำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10
21. โครงการส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก			✓		✓	✓			✓	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 - จำนวนผู้ประกอบการใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10
กลยุทธ์ที่ 4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความต้องการของตลาด										
22. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า		✓				✓				<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการเพิ่มขายผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 10

ตารางที่ 6.1 ความสอดคล้องประมาณการผลลัพธ์แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และเป้าหมายยุทธศาสตร์ (ต่อ)

กลยุทธ์และโครงการ	ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ แผนส่งเสริม SMC ฉบับที่ 3 พ.ศ.2555 - 2559				ความสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555-2559					การประมาณการผลลัพธ์	
	ย.1	ย.2	ย.3	ย.4	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5		
โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน											
23.โครงการ Consulting Design Clinic		✓				✓					ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายหรือลดต้นทุนได้ร้อยละ 10
24.โครงการ SMC คัดบิงเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าใจการบริหารจัดการด้านการตลาด		✓				✓					ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายหรือลดต้นทุนได้ร้อยละ 10
25.โครงการคลินิกนวัตกรรมและตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม		✓				✓				✓	ยอดขายสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10
กลยุทธ์ที่ 4.3 การพัฒนาศักยภาพตลาดในต่างประเทศ											
26.โครงการพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ				✓				✓		✓	ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายในต่างประเทศได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี
27.โครงการจัดตั้ง SME ASEAN Textile & Clothing Center			✓	✓				✓		✓	ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มยอดขายในตลาดอาเซียนได้ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี
ยุทธศาสตร์ที่ 5: การพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถและบุคลากร											
กลยุทธ์ที่ 5.1 การพัฒนาบุคลากรเชิงบูรณาการสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน											
28.โครงการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้แรงงานใหม่	✓	✓				✓		✓	✓		ศักยภาพด้านการดำเนินงานของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 20ภายใน 5 ปี
29.โครงการพัฒนานักออกแบบวัสดุศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓	✓				✓		✓	✓		ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี
30.โครงการพัฒนานักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓	✓				✓		✓	✓		- ผู้ประกอบการ SME มียอดขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 20ภายใน 5 ปี - จำนวนผู้ประกอบการ SME ใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ภายใน 5 ปี
31.โครงการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา	✓							✓	✓		สัดส่วนของแรงงานใหม่ที่ได้รับการจ้างงานเป็นร้อยละ 80 ของผู้สำเร็จการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
กลยุทธ์ที่ 5.2 การสนับสนุนด้านการพัฒนาคุณภาพแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม											
32.โครงการยกระดับบุคลากรให้มีทักษะความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร	✓	✓				✓			✓	✓	ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หรือลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้ร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 5 ปี
33.โครงการสนับสนุนการจัดการแรงงานเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง	✓	✓				✓			✓	✓	ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หรือเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 5 ปี



- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก Fiscal Policy Research Institute Foundation: <http://www.fpri.or.th/>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม: <http://www.thaiorc.com/webindex/preview.php?no=0047851>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก OTOP: <http://www.thaitambon.com/OTOP/ProvincialOTOP/Provinces.htm>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก The Thai Weaving Industry Association สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย: <http://www.thaiweaving.org/>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก สถาบันวิทยาการเศรษฐกิจและการคลัง Economics and Finance Academy: <http://www.efa.or.th/>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ: <http://www.thaitextile.org/th/>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก Global Trade Information Services: <http://www.gtis.com/>
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก TDRI: Thailand Development Research Institute: http://www.tdri.or.th/th/php/app_cv.php
- (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก SACICT : ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน): <http://www.sacict.net/th/>
- 3 พันธมิตรเจาะลึก AEC ชี้หลายสิ่งที่ SMEs ยังไม่รู้. (2555). เข้าถึงได้จาก SMEs - Manager Online: <http://www.manager.co.th/smes/viewnews.aspx?NewsID=9550000071639>
- บัญชีประชาชาติ (National Accounts) > Quarterly Gross Domestic Product. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=95>
- A. Pratt. (1997). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain. *Environment and Planning, Vol.29* , 1953-1974.
- C. and Comunian, R. Chapain. (2009). *Enabling and inhibiting the creative economy: the role of the local and regional dimensions in England*. Regional Studies.
- Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE). (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก United Nations Statistics Division : <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?cc=TOTAL&p=0&rg=2&px=H3&r=704&y=2010>
- Culture and Recreation & British Council. (2008). *Gauteng's Creative Industries : An Analysis*. Department of Sports, Arts.
- CURDS. (2001). *Culture Cluster Mapping and Analysis*. Center of Urban and Regional Development Studies.
- D. and Wilson, N. Stokes. (2006). *Small Business Management and Entrepreneurship*. London: Thomson Learning.
- Hong Kong Trade Development Council. (February 2012). *Jewellery Industry in Hong Kong*. เข้าถึงได้จาก http://legacy.intracen.org/appl1/TradeCom/TP_TP_Cl.aspx?RP=008&YR=2010
- Import Export, Trade, International Business Help - Official Sources. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://www.sbdnet.org/small-business-information-center/import-export-help>
- Investment applications in Thailand grew 106% in Q1 2012 (BOI). (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก Investment - Thailand Business News: <http://thailand-business-news.com/investment/37796-investment-applications-in-thailand-grew-106-in-q1-2012-boi>
- J. O'Connor. (1999). *Definition of Cultural Industries*. Manchester Metropolitan University, Manchester: Manchester Institute for Popular Culture.
- K. Oakley. (2006). Include us out – economic development and social policy in the creative industries. *Cultural Trends, Vol.15* , pp.255-273.
- M. Jayne. (2005). Creative industries: the regional dimension? *Environment and Planning, Government and Policy, Vol.23* , pp.537-556.

S

M

E

- (PATTERN IT. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก แพทเทิร์น ไอที สถาบันพัฒนาแพทเทิร์นอุตสาหกรรมและการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป: <http://www.thaipattern.com/>
- Sasin . (2011). *Creative ASEAN*. Bangkok: Department of Intellectual Property.
- STRATEGIES-AND-MASTER-PLAN-FOR-FASHION-INDUSTRY-IN-CREATIVE-ECONOMY*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/study_report/STRATEGIES-AND-MASTER-PLAN-FOR-FASHION-INDUSTRY-IN-CREATIVE-ECONOMY_Thai_Industry_and_AEC. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.med.cmu.ac.th/library/asean-web/asean-pillars/Thai_Industry_and_AEC.pdf
- Trade Map*. (2011). เข้าถึงได้จาก Trade statistics for international business development: <http://www.trademap.org/tradestat/index.aspx?proceed=true&outputoption=byservice&tradetype=E&reporter=764>
- WIPO. (ม.ป.ป.). *Creative Industries*. เข้าถึงได้จาก http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/
- World Economic Outlook database*. (April 2011). เข้าถึงได้จาก <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/weodata/download.aspx>
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2554). *โครงการศึกษาโอกาสสำหรับภาคอุตสาหกรรมและผลกระทบจากการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน*.
- การปรับตัวให้อยู่รอดในอุตสาหกรรมสิ่งทอ*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก Thai-AEC.com: <http://www.thai-aec.com/330#more-330>
- ข้อมูลรายงานวิเคราะห์อุตสาหกรรมสิ่งทอเชิงลึก*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://www.thaitextile.org/th/textile%5Fintel/description.asp?id=825>
- ข้อมูลสินค้าที่ดัดกรรม*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.tisccm.moc.go.th/group2_list.php?mtype_id=2-010
- โครงสร้างประชากรและตลาดแรงงานไทย*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก Thaihealth.or.th: <https://Dropbox/Asean%20Business%20Intelligence/OKMD/RAW%20DATA/Employment/ตรานกยูงพระราชทาน ยกระดับไหมไทย>. (2554). เข้าถึงได้จาก www.ttistextiledigest.com: <http://www.ttistextiledigest.com/articles/textile-insighttrend/item/455-ตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทย>. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก The Thai Weaving Industry Association สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย: <http://www.thaiweaving.org/all-information-ordinary.aspx#1>
- แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574*. (2555). เข้าถึงได้จาก <http://www.industry.go.th>
- ภูมิปัญญาไอทีอุป*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://www.otoptoday.com/wisdom/types/appliance>
- ยุทธศาสตร์การค้าของไทย ปี 2553 - 2558*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www2.moc.go.th/more_news.php?cid=234
- ระบบฐานข้อมูลการค้าการลงทุนจังหวัดเชียงใหม่*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://www.tisccm.moc.go.th/>
- ระบบฐานข้อมูลคลัสเตอร์ (Cluster Mapping)*. (2552). เข้าถึงได้จาก <http://cm.nesdb.go.th/default20.asp>
- รายงานสถานการณ์ส่งออก ม.ค.54*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.thaitextile.org/th/textile_intel/downloads/Q1_54
- วิสาหกิจนาร่อง*. (2554). เข้าถึงได้จาก Chiang Mai Digital Crafts Project: http://cmdigitalcrafts.info/?page_id=216&lang=th
- สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย*. (2555). เข้าถึงได้จาก <http://www.asean-thailand.org/index.php>
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ*. (2555). *สถิติสิ่งทอไทย 2554/2555*. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

S

M

E

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2554). สถิติสิ่งทอไทย 2553/2554. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2553). รายงานการศึกษา โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554-2555 .

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (ม.ป.ป.). ระบบฐานข้อมูลแผนที่คลัสเตอร์. เรียกใช้เมื่อ ตุลาคม 2555 จาก NESDB: http://cm.nesdb.go.th/detail_cluster20.asp?ClusterID=C0014

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2553). รายงานผลิตภาพและผลประกอบการอุตสาหกรรม .

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555). สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2554 และแนวโน้ม 2555.

หัตถกรรมไทยในวิถีชาวไทย « หัตถกรรมไทย. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://thailandhandmadebuu.wordpress.com>

S

M

E

S

M

€



คณะผู้วิจัย:

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การดี เลียวไพโรจน์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดร.ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์