

การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไทยเพื่อส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลาง
กรณีศึกษาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ประเภทชุดชั้นในสตรี

The Potential Increment of Entrepreneurs for Export to Middle East Market
: A Case Study of Garment Industry of Lady Underwear

สรานฎตา กาญจนวารังกูร (Saranta Kanjanawarangoon)* สุรนาท ฆมะณะรงค์ (Suranart Khamanarong) **

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไทย เพื่อส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลาง เนื่องจากระบบโควตาสินค้าประเภทสิ่งทอ และการเปิดเขตการค้าเสรี มีผลต่อผู้ประกอบการ ตลาดส่งออกหลักเดิมได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ผู้นำเข้าสิ่งทอลดการนำเข้าสินค้าไทย ผู้ประกอบการส่งออกสิ่งทอต้องปรับตัวเพื่อหาตลาดใหม่ตลาดตะวันออกกลางเป็นตลาดที่น่าสนใจ และเป็นตลาดที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจน้อย และตะวันออกกลางเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าที่สำคัญ จึงเป็น โอกาสเพิ่มช่องทางการส่งออกไปยังตลาดใหม่ๆที่ไทยยังไม่คุ้นเคย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ประกอบการชุดชั้นในสตรีที่เป็นสมาชิกของสมาคมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา จำนวน 35 ราย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนี้คือ คุณภาพวัตถุดิบ การสื่อสาร ทักษะฝีมือแรงงาน และข้อตกลงทางการค้า หากผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น เพิ่มทักษะของแรงงานฝีมือ ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้าประกอบกับภาครัฐให้การสนับสนุน โดยจัดนิทรรศการแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ผลิตได้พบปะกันประกอบกับการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการมีศักยภาพสูงขึ้นและพัฒนาสู่ตลาดตะวันออกกลางได้ในอนาคต

ABSTRACT

The objective of this research is to study factors influencing the potential of entrepreneurs for export to Middle East market. Because of quota system and free trade agreement were effected the entrepreneurs. The previous major export markets have effected from the world of economic crisis and affect the volume of export from Thailand. The entrepreneurs tried to adapt. Middle East market is interesting because of the less effect from economic crisis. This market is the distribution center. It can make opportunity of new distribution channel for new market that Thai entrepreneurs should be acquainted with. The sample group of this study was the manufacturers who were the member of Thai Garment Manufacturers Association (TGMA). The study tool used the interviewing technique. There were 35 correspondents. The research found that the factors influencing the entrepreneurs for export to Middle East market are material quality, communication, labor skill, and trade agreement. If the entrepreneurs can develop the quality of raw material, increase the customer relation, develop the labor skill, including with the provision of exhibition for Thai entrepreneurs to met importer, these issues will help to increase their potential very well. The provision of management knowledge and foreign market information are the further issues, Then the entrepreneurs will be able to develop for export to Middle East in the future.

คำสำคัญ : การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมส่งออก อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

Key words: The development of entrepreneurs, Export, Garment industry

* นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ สังกัดกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. บทนำ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีมานานกว่า 50 ปี และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อพิจารณาทั้งในด้านการจ้างงาน การส่งออก และมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรม อาทิ ในปี 2548 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ระบบเศรษฐกิจเท่ากับ 370,179 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมร้อยละ 5.51 รวมทั้งมีบทบาทในการสร้างงานมากที่สุดในหมวดอุตสาหกรรม คิดเป็นจำนวนการจ้างงานในปี 2548 เท่ากับ 1,083,700 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.6 ของการจ้างงานในหมวดอุตสาหกรรมทั้งหมด

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก แม้ว่าในบางช่วงจะเกิดปัญหาค่าแรงงานขั้นต่ำ เช่น ปี 2548 ทำให้รายได้ลดลงค่อนข้างมาก แต่ในระยะต่อมา อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยก็ได้เริ่มมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและในจำนวนที่สูงมากขึ้นอีกครั้ง โดยปี 2548 อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 223,512 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.0 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีการขยายตัวมาหลายครั้ง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตภายในประเทศ จำนวนเครื่องจักรเพื่อการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอทุกสาขาก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

เมื่อวิเคราะห์ถึงสภาพและอายุการใช้งานของเครื่องจักรแล้ว ในช่วงการขยายตัวที่ผ่านมาส่วนใหญ่ใช้เครื่องจักรเก่าที่ผ่านการใช้งานมาหลายปีจากต่างประเทศ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงที่ผ่านมา ส่วนมากจึงได้มาจากการผลิตด้วยเครื่องจักรเก่าที่มีเทคโนโลยีล้าสมัย ผลผลิตและคุณภาพต่ำ ประกอบกับเทคโนโลยีการผลิตในต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าของไทยค่อนข้างมาก ทั้งในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพ คุณภาพ รูปแบบและชนิดของสินค้า โดยเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลเครื่องจักรของประเทศต่างๆ ที่

ผลิตสินค้าสำหรับตลาดระดับบน จะพบว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพการแข่งขันไม่สูงมากนัก เนื่องจากสาเหตุสภาพเครื่องจักรล้าสมัยดังกล่าว และสำหรับสินค้าตลาดระดับล่าง ผู้ผลิตสิ่งทอไทยก็ไม่อาจแข่งขันกับประเทศที่มีโครงสร้างต้นทุนต่ำกว่า เช่น อินโดนีเซีย จีน และปากีสถานได้ ดังนั้น การหามาตรการปรับปรุงเพื่อให้อุตสาหกรรมนี้มีความสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก จึงเป็นภารกิจเร่งด่วนสำหรับอุตสาหกรรมนี้ การแก้ปัญหาประการหนึ่งของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยให้สามารถแข่งขันได้ จำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้อยู่เดิม เป็นเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้า ให้ผลผลิตและคุณภาพสูง เพื่อที่จะทำให้สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย มีโครงสร้างที่สามารถแบ่งตามขั้นตอนการผลิตออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำ หรืออุตสาหกรรมขั้นต้น (Upstream) เป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกของโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ การเส้นใย (เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์) และอุตสาหกรรมปั่นด้าย มีลักษณะที่เน้นการใช้ทุนและเทคโนโลยี (Capital Intensive) อุตสาหกรรมสิ่งทอกลางน้ำ หรืออุตสาหกรรมขั้นกลาง (Middle stream) อาศัยวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมขั้นต้นมาทำการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การทอผ้า ถักผ้า ฟอก ย้อม พิมพ์และแต่งสำเร็จ ในการผลิตขั้นนี้สามารถเลือกเทคโนโลยีระดับสูง หรือเน้นการใช้แรงงาน (Capital or Labor Intensive) อุตสาหกรรมสิ่งทอปลายน้ำ หรืออุตสาหกรรมขั้นปลาย (Downstream) เป็นขบวนการผลิตขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นการผลิตเครื่องนุ่งห่ม จำพวกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นการผลิตที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมากที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีสัดส่วนจำนวนโรงงานสูงถึงร้อยละ 58.2 เนื่องจากยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตโดยใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) ใช้เงิน

ลงทุนน้อย ซึ่งในระยะที่ผ่านมาไทยได้เปรียบในด้านค่าจ้างแรงงานต่ำ แต่ปัจจุบันไทยได้สูญเสียความได้เปรียบนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ อาทิ จีน เวียดนาม และกัมพูชา

โครงสร้างตลาดของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมี 2 ตลาดที่สำคัญ คือ ตลาดในประเทศ มีช่องทางการจำหน่ายที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ตลาดในประเทศที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นตลาดค้าส่งที่มีบทบาทค่อนข้างมากจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และได้มีการพัฒนามาเป็นลำดับเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ตลาดแต่ละแห่งสามารถพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมาได้ค่อนข้างโดดเด่น ดังนั้น หากพิจารณาทำเลที่ตั้งของตลาดอาจจะมีเนื้อที่ไม่มากนัก แต่พื้นที่การขายมีครอบคลุมทั่วทุกภาคของประเทศที่เดียว และตลาดต่างประเทศ ตลาดส่งออกสิ่งทอของไทย แบ่งเป็นตลาดหลัก 2 กลุ่มคือ (1) ตลาดในข้อตกลงว่าด้วยการค้าสิ่งทอระหว่างประเทศ หรือ MFA (Multi Fibre Agreement) หมายถึงตลาดที่มีข้อตกลงการค้าสิ่งทอสองฝ่ายกับไทยมี 18 ประเทศ ได้แก่ สหภาพยุโรป (15 ประเทศ) สหรัฐอเมริกา แคนาดา และนอร์เวย์ ซึ่งเป็นตลาดที่มีการกำหนดโควตานำเข้า และ (2) ตลาดนอกข้อตกลง หมายถึงตลาดที่ไม่มีข้อตกลงการค้าสิ่งทอสองฝ่ายกับไทย สามารถส่งออกได้โดยเสรีไม่มีการจำกัดปริมาณการนำเข้า ตลาดที่สำคัญของกลุ่มได้แก่ ญี่ปุ่นฮ่องกง และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง สินค้าสิ่งทอส่วนใหญ่ของไทยจะส่งออกไปยังตลาดในข้อตกลงเป็นหลัก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพการซื้อสูงและมีความแน่นอน แม้ว่าในช่วงปี 2548-2549 จะมีสัดส่วนที่ลดลงบ้าง แต่ภายหลังสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดกลุ่มนี้ก็ได้อีกครั้งเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป โดยมีสัดส่วนการส่งออกของทั้งสองประเทศในปี 2548 ร้อยละ 37.7 และ 19.5 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลจากระบบการจัดสรรโควตาของตลาดส่งออกที่สำคัญ อาทิ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดาและนอร์เวย์ ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา มีบริษัทต่างชาติในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

เข้ามาตั้งโรงงานผลิตเสื้อผ้าเพื่อส่งออกในไทยอย่างต่อเนื่อง (วรพร, 2548)

หากผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้าของญี่ปุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนถึงการพัฒนาขีดความสามารถด้านคุณภาพสินค้าและการลดต้นทุนการผลิต ช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออก รวมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดญี่ปุ่นได้มากกว่าเดิมด้วย(ธนิต, 2551)

นอกจากนี้ ผู้ส่งออกยังหันมาสนใจให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าโดยใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมคำสั่งซื้อสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่คำนึงถึงความรวดเร็ว และตรงต่อเวลา และล่าสุดมีจากจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกบีบี และสร้างตราสินค้ากลางเพื่อลดต้นทุนการทำตลาดของผู้ประกอบการรายเล็ก เป็นต้น(ธนากรเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2549)

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานเป็นปัจจัยในการวางแผนการเพิ่มศักยภาพในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้เหมาะสม
2. ใช้เป็นข้อมูลแนวทางในการพัฒนา และเพิ่มศักยภาพแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อส่งออกสินค้าไปยังตลาดใหม่ๆในอนาคต
3. ผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลเสริมแก่กระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนแม่บทเพื่อการวิจัยและพัฒนา (Master Research and Development Plan) แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย

3.วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางที่จะพัฒนาการศึกษาองค์กรในการนำกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานมาใช้ในการจัดการองค์กร และการนำการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นกลุ่ม (Cluster) มาใช้ในห่วงโซ่การผลิต เพื่อสนับสนุนระบบการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นกลุ่มให้เกิดเป็นรูปธรรม

4.ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (Thai Garment Manufacturers Association: TGMA) จำนวนทั้งสิ้น 459 ราย โดยศึกษาครอบคลุมถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีการใช้คำถามในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทชุดชั้นในสตรี ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (TGMA) ภายใต้การสนับสนุนของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 215 คน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 95 ซึ่งหมายความว่ายอมให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออก 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตำแหน่ง ขนาดขององค์กร สถานที่ตั้ง การใช้การจัดการโซ่อุปทาน รวมทั้งความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขายปัจจัยการผลิต และผู้ผลิตผู้จัดจำหน่ายสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการสำหรับการนำกลยุทธ์การจัดการไปใช้ในองค์กร

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะการจัดการองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านกระบวนการทางเศรษฐศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยีในการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อใช้พิจารณาความพร้อมในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกไปยังตลาดดูไบ

5.ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการรวบรวมข้อมูลการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยที่คล้ายคลึงกันในทุกๆ สาขาอุตสาหกรรมซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกและนำเข้า ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน ค่าจ้างแรงงาน ปัจจัยทางอุปสงค์ ข้อตกลงทางการค้า การสนับสนุน และมาตรการจากภาครัฐ และข้อตกลงจากต่างประเทศ

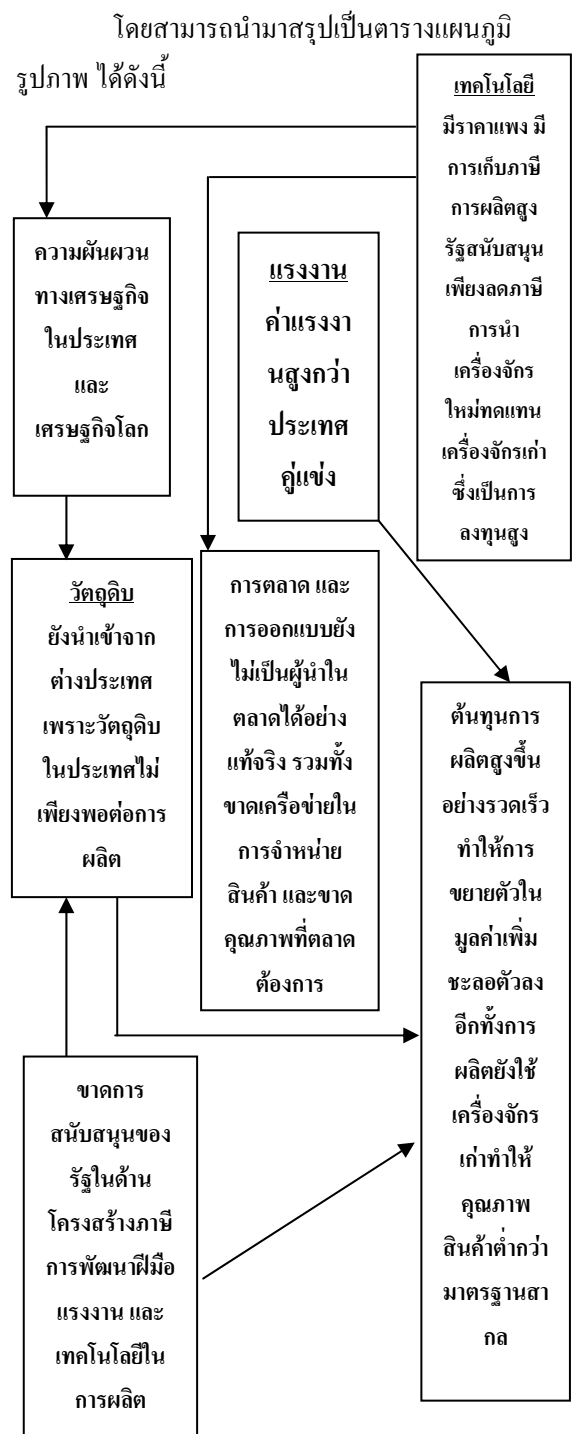
ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม อัตราค่าจ้างแรงงาน การแข่งขันด้านราคา ทักษะฝีมือแรงงานในการผลิต

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมจากรัฐ การย้ายฐานการผลิต และการลดการรวมทุนของต่างประเทศ

ปัจจัยด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมแบบกลุ่ม (Cluster) ได้แก่ การจัดตั้งสมาคม กลุ่มองค์กร พันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสามารถเจาะ รวมถึงขยายช่องทางการตลาดได้มากขึ้น และเพื่อให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ สู่อุตสาหกรรมในประเทศ

ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทชุดชั้นในสตรีที่ได้จากการศึกษาได้ดังตาราง ดังนี้

ปัจจัย	อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป	
	เพิ่ม	ลด
การส่งออก	อัตราแลกเปลี่ยนที่ลดลง	ค่าจ้างแรงงานที่สูงทำให้ต้นทุนสูงและเสียเปรียบคู่แข่ง
การนำเข้า	การนำเข้าวัตถุดิบจากการขยายตัวของภาคการส่งออก	ข้อตกลงทางการค้าสินค้าถูกตีราสินค้าต่างประเทศ
มูลค่าเพิ่ม	การพัฒนาผลิตภัณฑ์เน้นสินค้าตลาดบน	ค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นไม่สอดคล้องกับคุณภาพสินค้า
การลงทุน	การส่งออกพื้นที่ขยายขนาดการลงทุน	วิกฤตการณ์ทางการเงิน
ผลผลิตรวม	สร้างมูลค่าเพิ่มและการส่งออกเพิ่มขึ้น	การนำเข้าวัตถุดิบเพิ่มขึ้น
การพัฒนาอุตสาหกรรมแบบกลุ่ม	สร้างเครือข่ายเพิ่มขึ้น	ลดข้อตกลงทางการค้า



จากตารางข้างต้น จะสังเกตเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีปัญหาในโครงสร้างการผลิตที่เหมือนกัน

ภายใต้ภาวะการณ์ การแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลาง มีดังนี้

1. การศึกษาข้อกำหนดของตลาดตะวันออกกลาง ผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกควรศึกษาข้อกำหนดในแต่ละตลาดว่าเหมือน หรือต่างกันอย่างไร เนื่องจากถ้าในกรณีที่ตลาดส่งออกในหลายๆ ตลาดที่มีข้อกำหนดเหมือนกันก็อาจจะทำให้ลดต้นทุนทางด้านการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของผู้ส่งออกลดลง

2. การพัฒนาตลาด ส่งเสริมผู้ประกอบการพัฒนาตลาดเชิงรุก เช่น ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ ส่งเสริมการทำธุรกิจ E- Commerce รวมถึงการหาตลาดใหม่ๆ เพื่อขยายฐานตลาดของลูกค้าให้มีมากขึ้น

3. การปรับบทบาททางธุรกิจ ผู้ประกอบการควรปรับบทบาทหรือแนวธุรกิจ จากที่เคยผลิตตามคำสั่งซื้อหรือรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturing: OEM) ผู้การผู้เสนอขายโดยมีการออกแบบสินค้าเอง (Original Design Manufacturing: ODM)

4. การรองรับอุตสาหกรรมในกลุ่มอาเซียน จาก การเชื่อมโยงวัตถุดิบกับบางประเทศในกลุ่มอาเซียน และทำให้ไทยเป็นประเทศคู่ค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอ (ต้นน้ำ และกลางน้ำ) และในขณะเดียวกันประเทศคู่ค้านั้นได้ผลิตเครื่องนุ่งห่มโดยใช้สิ่งทอที่นำเข้ามาจากไทย เช่น เวียดนาม

5. การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การนำหลักการบริหารจัดการเข้ามาช่วยในขบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) เข้ามาช่วยในการจัดการตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบ การผลิต การกระจายสินค้า ตลอดจนการบริการหลังการขาย เพื่อลดระยะเวลาในกระบวนการผลิตและการส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว และตรงต่อเวลา

สำหรับปัจจัยบวกที่มีผลต่อตลาดสิ่งทอ คือ ศักยภาพของสินค้าสิ่งทอของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้การส่งออกมีทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ ที่สำคัญควมมีเสน่ห์ฝีมือ ความประณีต ในการผลิตสินค้า

โดยเฉพาะสินค้าประเภทผ้าฝ้าย ยังคงสร้างความสนใจให้กับนักลงทุนต่างชาติอยู่

ส่วนปัจจัยลบ น่าจะเป็นการขาด โอกาสทางการตลาดและ โครงสร้างพื้นฐานในรูปแบบของสินค้า และการออกแบบ

การเรียกร้องให้รัฐบาลช่วยส่งเสริมการออกแบบสินค้าและตลาดส่งออกในเชิงรุก รวมทั้งการร่วมมือระหว่างรัฐบาล กับเอกชนในการจัดกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เชื่อได้ว่าใน 3-5 ปี ตลาดอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย น่าจะมีทิศทางที่เติบโตอย่างรวดเร็วได้

6.สรุป

การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับ การเข้าสู่ตลาดใหม่ของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ประเภทชุดชั้นในสตรี เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงข้อมูลปัจจัย 4 ด้าน ในการเข้าสู่ตลาดประเทศตะวันออกกลาง คือ 1. ข้อมูลปัจจัยทางการเมือง ระเบียบข้อบังคับ 2. ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและการค้าการสนับสนุนจากรัฐบาลทั้งไทยและกลุ่มประเทศอาหรับ 3. ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากที่สุด 4.ด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร และเป็นการต่อยอดให้ลูกค้ามีความซื่อสัตย์ในตัวสินค้าของไทยโดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการค้าขาย ซึ่งเป็นปัจจัยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการเข้าถึงนักลงทุนต่างชาติได้และส่งผลต่อการกระจายสินค้าไทยไปยังประเทศที่ไม่รู้จัก โดยผ่านช่องทางการกระจายสินค้าเมืองดูไบ ปัจจัยสำคัญอีกข้อหนึ่งคือ การร่วมมือกันทั้งจากทางภาครัฐบาล และเอกชน ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆที่ใช้ต้นทุนในการดำเนินงานที่ไม่สูงมากนัก การส่งเสริมการสร้างตราสินค้าของตนเอง และการส่งเสริมการเรียนรู้และการ

พัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งเป็นจุดเด่นของสินค้าไทยที่คู่แข่ง
ยังด้อยกว่าอยู่ อย่างไรก็ตามการขาดแคลนวัตถุดิบ รวมไปถึง
ถึงการนำเข้าของวัตถุดิบบางส่วนที่หาไม่ได้ในประเทศยัง
เป็นปัญหาที่ทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยนั้นสูงอยู่การ
พัฒนาวัตถุดิบ หรือ พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบอื่นมา
ทดแทนยังเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

โครงการวิจัยของสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์
เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม, 2543
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2549
ธนิต โสรัตน์ รองเลขาธิการ สายงานเศรษฐกิจ สภา
อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2551
วรพร พรหมกบุตร , 2548
วราพร วิริยะไชยกุล ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ,
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
, 2547