



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การปรับรูปแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
Redesigning Supply Chain for Thai Apparel Sector in
Preparation for AEC Participation

โดย รศ.ดร.วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ และคณะ

พฤศจิกายน 2556

รายงานฉบับสมบูรณ์

การปรับรูปแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
Redesigning Supply Chain for Thai Apparel Sector in Preparation
for AEC Participation

คณะผู้วิจัย

สังกัด

รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธภรณ์ เนียมมณี	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิพิมพ์ ฉวีสุข	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรียา ปานปรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร. รณชัย ศิริเวธกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์อรมน ปั่นทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.-วช. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อเตรียมความพร้อม ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุดในกลุ่มของอุตสาหกรรมด้วยกัน จากการสำรวจสถิติการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในช่วงครึ่งปีแรกในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2555 พบว่าโดยเฉลี่ยมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 3,582.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวลดลงร้อยละ 15.61 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2554 ซึ่งการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มของไทยโดยรวมในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2555 นั้นมีมูลค่ารวม 1,483.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวลดลง 10.34% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2554 ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรปและอาเซียน (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2555)

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรม ขั้วปลายน้ำของระบบโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยประเทศไทยมีอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ครบวงจร จึงถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ลูกค้ายังคงให้ความสนใจรวมทั้งคุณภาพของสินค้าของไทยเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าส่งผลให้มีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรม ที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูงและมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนมากนักเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) ในอดีตที่ผ่านมาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ได้สร้างงานให้กับผู้ใช้แรงงานในประเทศเป็นอย่างดี ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีระดับการศึกษาไม่สูงนัก แต่ใช้ทักษะความชำนาญในการทำงานเป็นหลักและรายได้ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับเดียวกับค่าจ้างขั้นต่ำ ในส่วนของจำนวนโรงงานและการจ้างพบว่าส่วนใหญ่จะประกอบด้วยโรงงานขนาดเล็ก ในขณะที่จำนวนแรงงานซึ่งเป็น ปัจจัยที่สำคัญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นพบว่าปัจจุบันกลับมีจำนวนที่ลดน้อยลงเนื่องจากเมื่อแรงงานที่มีอยู่นั้นเมื่อได้รับการพัฒนาฝีมือไปถึงระดับหนึ่งก็ มักจะย้ายไปสู่อุตสาหกรรมอื่น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น หรือแรงงานบางส่วนก็จะย้ายไปทำงานห้างร้านต่าง ๆ ซึ่งนับวันจะมีจำนวนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากลักษณะงานที่สะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานแล้วยังประสบปัญหาการปรับขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ส่งผลให้การผลิตเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยมีต้นทุนการผลิตที่สูงมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านจนอาจทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ ทำให้ผู้ว่าจ้างส่วนหนึ่งได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นที่มีค่าแรงต่ำกว่า เช่น สปป.ลาว กัมพูชา และเมียนมาร์ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและประเมินความพร้อมของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อปรับปรุงรูปแบบโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



3. เพื่อนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการปรับตัวของภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่อการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4. เพื่อเสนอแนะต้นแบบที่เหมาะสมให้แก่ผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วิธีการดำเนินงานวิจัยโดยย่อ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในภาคอุตสาหกรรมเพื่อทำการคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพและมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียนมาเป็นตัวแทนในการศึกษาค้นคว้าซึ่งจะมีประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษาค้นคว้า

จากนั้นดำเนินการ เก็บข้อมูล ในประเทศต่างๆ ดังกล่าวโดยใช้แบบ สอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั้ง 6 ประเทศ เยี่ยมชมโรงงานและขั้นตอนการผลิต การจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็น การเข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งการจัดสัมมนา (Workshop) กับผู้ประกอบการในต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในภาคอุตสาหกรรมและข้อคิดเห็น รวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยงานวิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและลักษณะของการดำเนินธุรกิจของแต่ละประเทศ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการแต่ละประเทศพิจารณาว่าส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการแต่ละประเทศ โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของแต่ละประเทศ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่ผู้ประกอบการประสบอยู่ในปัจจุบันและแนวทางที่ควรเป็นในการปรับปรุง/ปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาในเชิงลึกและจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและลักษณะของธุรกิจของแต่ละประเทศ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการแต่ละประเทศพิจารณาว่าส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าลงทุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของแต่ละประเทศ และการศึกษาถึงโครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของแต่ละประเทศ สรุปได้ดังนี้

- ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ผลจากการวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของผู้ประกอบการแต่ละประเทศใน 8 ด้าน สรุปได้ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้



ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการลงทุนของผู้ประกอบการ 6 ประเทศ

ลำดับที่	ไทย	สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	อินโดนีเซีย	กัมพูชา	เมียนมาร์	สปป.ลาว
1	ด้านแรงงาน	ด้านวัตถุดิบ	ด้านวัตถุดิบ	ด้านแรงงาน	ด้านวัตถุดิบ	ด้านวัตถุดิบ
2	ด้านวัตถุดิบ	ด้านแรงงาน	ด้านแรงงาน	ด้านรัฐบาล	ด้านโลจิสติกส์	ด้านแรงงาน
3	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านรัฐบาล	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านวัตถุดิบ	ด้านแรงงาน	ด้านโลจิสติกส์
4	ด้านโลจิสติกส์	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ด้านโลจิสติกส์	ด้านโลจิสติกส์	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน
5	ด้านรัฐบาล	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ด้านรัฐบาล	ด้านรัฐบาล
6	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านโลจิสติกส์	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านทำเลที่ตั้ง
7	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านรัฐบาล	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านทำเลที่ตั้ง	ด้านเศรษฐกิจ
8	ด้านความเสี่ยง	ด้านความเสี่ยง	ด้านความเสี่ยง	ด้านความเสี่ยง	ด้านความเสี่ยง	ด้านความเสี่ยง

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ประกอบการเกือบทุกประเทศมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการลงทุนหรือส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม คือ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และปัจจัยด้านโลจิสติกส์

- ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจำแนกตามประเภทการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC)

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัย 4 อันดับแรกที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของผู้ประกอบการตามประเภทการผลิตโดยได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือรับจ้างผลิต (CMT/OEM) ผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) ผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM) พบว่าผู้ประกอบการทั้ง 3 ประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัย 3 อันดับแรกเหมือนกัน คือ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สำหรับปัจจัยที่พิจารณาเป็นอันดับที่ 4 มีความแตกต่างกันไปตามประเภทการผลิต อาทิเช่น ผู้ประกอบการประเภทรับจ้างผลิต (CMT/OEM) ยังคำนึงถึงปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นสำคัญเพราะจะส่งผลกระทบต่อ เวลาการส่งมอบ และต้นทุนต่าง ๆ ในการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นต้น หากโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไม่มีประสิทธิภาพ

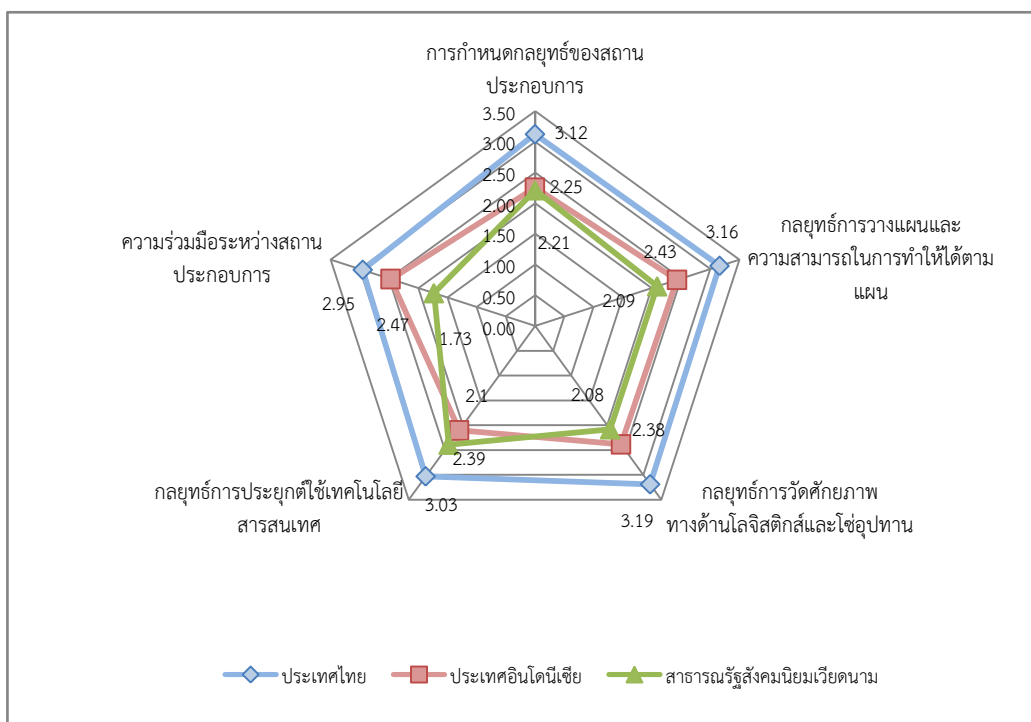
ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการลงทุนตามประเภทการผลิต

ลำดับที่	CMT/OEM	ODM	CMT/OEM & ODM
1	ปัจจัยด้านแรงงาน	ปัจจัยด้านแรงงาน	ปัจจัยด้านแรงงาน
2	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ
3	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
4	โครงสร้างพื้นฐาน	ปัจจัยด้านโลจิสติกส์	ปัจจัยด้านรัฐบาล



• การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการแต่ละประเทศในด้าน 5 ดังนี้ 1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) ด้านการวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ โดยภาพที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ ในประเทศไทย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และประเทศอินโดนีเซีย ส่วนภาพที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ ใน ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งจะทำการเปรียบเทียบศักยภาพออกเป็น 2 กลุ่มตามเนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกโดยจะทำการรับจ้างผลิตในรูปแบบที่ผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิตจะจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต (Cutting Making Trim : CMT) โดยผู้ผลิตทำการตัดเย็บเพียงอย่างเดียวโดยใช้แบบและวัตถุดิบจากผู้สั่งซื้อ รวมทั้งผู้สั่งซื้อจะทำหน้าที่จัดหาและนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จากต่างประเทศให้แก่โรงงานที่ทำการว่าจ้าง ทั้งนี้ กระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Productions) จะดำเนินการโดยสำนักงานใหญ่ของนักลงทุนต่างประเทศหรือบริษัทแม่เท่านั้น



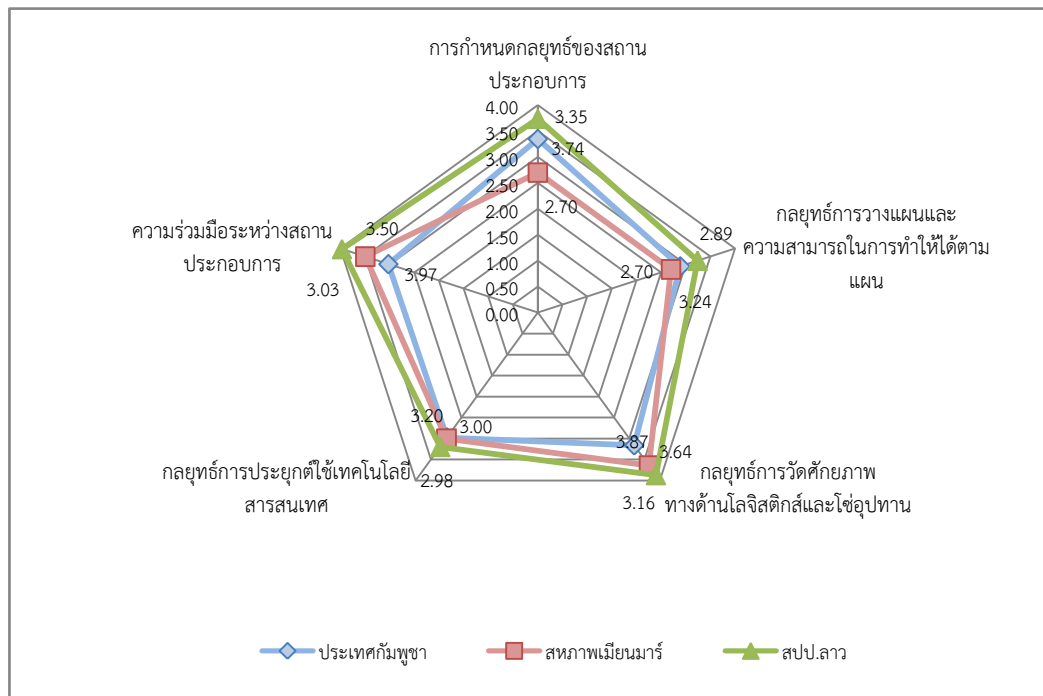
ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการประเทศไทย

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และประเทศอินโดนีเซีย

จากภาพที่ 1 จะพบว่าศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศไทยสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในทุกด้าน อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพด้านกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสูงกว่าประเทศ



อินโดนีเซีย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้นส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ลงทุนโดยชาวต่างชาติ



ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากภาพที่ 2 จะพบว่าศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน สปป.ลาว สูงกว่า ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ในทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ลงทุนโดยชาวต่างชาติซึ่งมีการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ซึ่งเป็นนักลงทุนต่างชาติซึ่งเข้ามาลงทุนเพื่อรับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีในการส่งออก

• โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของผู้ประกอบการในประเทศต่าง ๆ

จากการสำรวจต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของแต่ละประเทศพบว่าต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนด้านวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) เช่น ผ้าผืน เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป (ยกเว้นประเทศกัมพูชาที่มีต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสูงสุด) โดยตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใน 5 ประเทศ ทั้งนี้ไม่ได้นำข้อมูลของประเทศเมียนมาร์มาทำการเปรียบเทียบเนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามของประเทศเมียนมาร์มีเพียง 2 รายเท่านั้น



ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบต้นทุนเฉลี่ยของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศ

ต้นทุน	ไทย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	กัมพูชา	สปป.ลาว
ค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material)	40.00	35.00	42.58	28.56	36.00
แรงงานทางตรง (Direct Labor)	35.00	37.24	23.67	33.04	24.60
ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead)	25.00	27.76	33.75	35.04	39.40

โดยแนวทางหนึ่งในการลดต้นทุนวัตถุดิบนั้นควรมีการรวมตัวกันของกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน (Cluster of Supporting Industry) ที่เป็นต้นน้ำในการผลิตวัตถุดิบให้มีคุณภาพแล้ว จะสามารถทำให้ต้นทุนของวัตถุดิบมีราคาลดลงซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนรวมของสินค้าลดลงด้วย

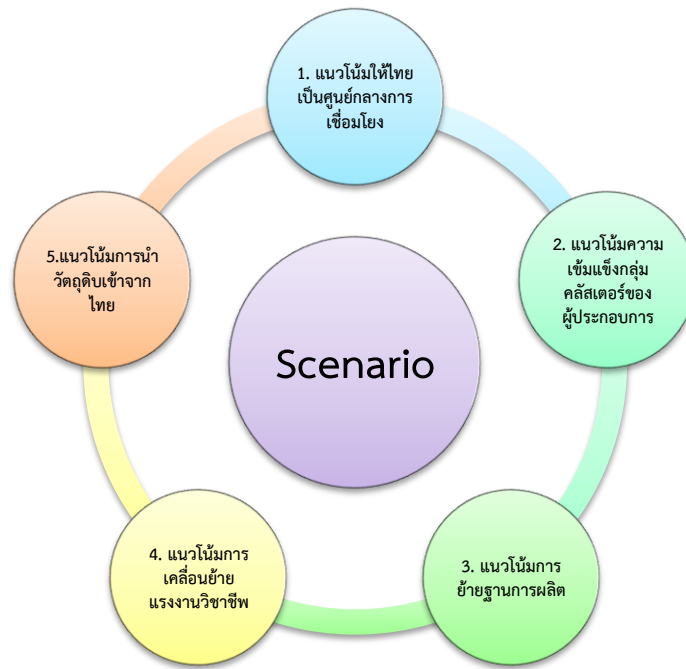
- ประเด็นความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการไทยต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการไทยต้องการสนับสนุนจากภาครัฐในการเจรจาด้านสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น FTA กับประเทศคู่ค้าต่างๆ กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุน เช่น ภาษีการนำเข้าและส่งออก การนำเข้าเงินเข้าและออกประเทศ เป็นต้น ส่วนในเรื่องแนวโน้มการย้ายฐานการผลิตนั้นผู้ประกอบการไทยต้องการให้มีหน่วยงานที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนทั้งในด้านเงินลงทุนตลอดจนข้อมูลเชิงลึกในแต่ละประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มไทยสามารถเป็นศูนย์กลางในอุตสาหกรรมนี้ต่อไป

- สถานการณ์แนวโน้มที่ควรเป็น (Scenario) ในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ภายใต้บริบทของการเปิดการค้าเสรีอาเซียนและใช้ TOWS Matrix เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ กำหนดแนวทาง และมาตรการให้ผู้ประกอบการเพื่อปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้หลังจากรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 โดยได้นำเสนอสถานการณ์แนวโน้มที่ควรเป็น (Scenario) ในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับเตรียมความพร้อมไว้ 5 ด้าน ได้แก่ 1) แนวโน้มให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค 2) การสร้างความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ 3) การย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในประเทศ CLMV มากขึ้น 4) การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ และ 5) ประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ดังภาพที่ 3 ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการในการพัฒนาผู้ประกอบการและเตรียมความพร้อมของประเทศโดยมีปัจจัยหลักที่สำคัญได้แก่ 1) การพัฒนาทักษะแรงงาน ให้สูง 2) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ คุณภาพ ของผู้จัดหาวัตถุดิบ 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งที่รวดเร็ว 4) ปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้มีเพียงพอและมีประสิทธิภาพ และ 5) มีต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำ





ภาพที่ 3 Scenario ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

บทคัดย่อ

การเปิดการค้าเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะก่อให้เกิดการขยายตลาดโอกาสด้านการค้าและการลงทุน สร้างอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ ต้องมีการปรับโครงสร้างของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมใหม่ (Supply Chain Redesign) เพื่อให้เกิดความซับซ้อนลงรวมทั้งเกิดการรวมตัวกันทางเครือข่ายทางธุรกิจใหม่หรือปรับเปลี่ยนบทบาทใหม่ในโซ่อุปทาน รวมทั้งการย้ายฐานการผลิต ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ASEAN นั้นก็จะสามารถแก้ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานรวมทั้งค่าแรงของประเทศไทยที่ปรับสูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามการย้ายฐานการผลิตหรือการปรับรูปแบบโซ่อุปทานใหม่ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีอาเซียนนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษา วิจัยและวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งในด้านเชิงรุกและเชิงรับให้แก่ผู้ประกอบการไทย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและประเมินความพร้อมของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม 2) ปรับปรุงรูปแบบโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3) นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการปรับตัวของภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่อการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 4) เสนอแนะต้นแบบที่เหมาะสมให้แก่ผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยงานวิจัยนี้ได้ทำการคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพและมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียนรวมทั้งสิ้น 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ จากนั้นดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศต่างๆ ดังกล่าวโดยใช้แบบ สอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั้ง 6 ประเทศ เยี่ยมชมโรงงานและขั้นตอนการผลิต การจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็น การเข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งการจัดสัมมนา (Workshop) กับผู้ประกอบการในต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในภาคอุตสาหกรรมและข้อคิดเห็นรวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยงานวิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและลักษณะของการดำเนินธุรกิจของแต่ละประเทศ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการแต่ละประเทศพิจารณาว่าส่งผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการแต่ละประเทศ โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของแต่ละประเทศ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการประสบอยู่ในปัจจุบันและแนวทางที่ควรเป็นในการปรับปรุง /ปรับรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

ผลจากการวิจัยได้นำเสนอสถานการณ์แนวโน้มที่ควรเป็น (Scenario) ในการปรับรูปแบบโซ่อุปทานไว้ 5 ด้าน ได้แก่ 1) แนวโน้มให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค 2) การสร้างความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ 3) การย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในประเทศ CLMV มากขึ้น 4) การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ และ 5) ประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการในการพัฒนาผู้ประกอบการและ



เตรียมความพร้อมของประเทศโดยมีปัจจัยหลักที่ต้องพิจารณาให้สำคัญ ได้แก่ 1) การพัฒนาทักษะแรงงานให้สูงขึ้น 2) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ คุณภาพของผู้จัดหาวัตถุดิบ 3) มีระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งที่รวดเร็ว 4) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ และ 5) มีต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำ

คำสำคัญ : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเตรียมความพร้อม การปรับปรุงแบบโซ่อุปทาน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม



Abstract

The trade liberalization under the framework of ASEAN Economic Community (AEC) will enable the expansion of the market, trade and investment opportunity. It will also create a bargaining power and increase competitive capability, which will result in the supply chain redesign so as to reduce complexity, to realign the business network, or to change the role within the supply chain. Also, the relocation of production bases to neighboring countries in ASEAN can help solve the problem of labor shortage and higher labor cost in Thailand. However, for the relocation of production bases or the supply chain redesign of garment industry to accommodate ASEAN free trade, it is necessary to conduct studies and analysis of possible situation in order to prepare Thai entrepreneurs to be both proactive and defensive. This study, thus, has the objectives of 1) analyzing the change and assessing the readiness of garment industry supply chains, 2) redesigning garment industry supply chains and value chains to be suitable for entering AEC, 3) offering strategic plans for the adjustment of public and private sectors in garment industry to respond to the development of AEC, 4) providing recommendations on appropriate prototypes to the entrepreneurs to be prepared to enter AEC. This study focuses on 6 selected countries with potential and expertise in garment industry in ASEAN, namely, the Kingdom of Thailand, the Republic of Indonesia, Socialist Republic of Vietnam, the Kingdom of Cambodia, the Republic of the Union of Myanmar and the Lao People's Democratic Republic. The Information has been collected from entrepreneurs together with government agencies and the private sector relevant to garment industry in each country by means of questionnaires, interviews, factory tours, meetings with focus groups for brainstorming, attending seminars on relevant topics organized by various agencies, participating in garment trade fairs, organizing workshops to exchange and collect information on industrial sector with entrepreneurs from other countries. This research focuses on studying the overall picture of garment industry, the business practices in each country, factors considered by entrepreneurs in each country as having effect on the decision to invest in garment industry. The research also assesses potential of logistics and supply chains of entrepreneurs in each country together with cost structure of garment industry as well as the problems and difficulties encountered by those entrepreneurs at present, and possible means to adjust or redesign the supply chains to prepare for the advent of AEC.

The findings of this research present 5 desirable scenarios for supply chain redesign as follows: 1) Thailand to be a hub of the industry in the region 2) entrepreneurial clusters are to be strengthened 3) production bases should be invested more in CLMV countries 4) professional labors are to be relocated and 5) ASEAN countries import more raw materials from Thailand. As for industrial sector and government agencies concerned, they need to develop the entrepreneurs and prepare the country in 5 main areas: 1) improving skills of labor force 2) attaching importance to the quality of raw material suppliers 3) providing rapid transportation 4) providing sufficient and effective logistic service providers and 5) providing low cost logistics.

Key Words: ASEAN Economic Community (AEC), Preparation, Supply Chain Redesign, Garment Industry



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ ค-	1
Abstract	A-1
บทสรุปผู้บริหาร	E-1
สารบัญ	I
สารบัญตาราง	VII
สารบัญรูป	XIV
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	1-3
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย	1-3
1.4.1 การศึกษาและทบทวนสภาพการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน	1-3
1.4.2 การประเมินผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มภายใต้บริบทของ AEC	1-4
1.4.3 การเตรียมความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	1-5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-5
1.6 เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด	1-5
1.6.1 ผลผลิต	1-5
1.6.2 ตัวชี้วัด	1-6
1.7 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	1-6
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	1-6
1.9 องค์ประกอบของรายงานการวิจัย	1-8
1.10 ทีมนักวิจัย	1-9
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	2-1
2.1 ทฤษฎีและสมมติฐาน	2-1
2.1.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	2-1
2.1.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มภายในอาเซียน	2-9
2.1.3 โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิต	2-11
2.2 AEC กับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	2-13
2.3 การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	2-14
2.3.1 ความหมายของการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	2-15
2.3.2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์	2-16
2.3.3 องค์ประกอบและความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน	2-16



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3.4 การจำลองกระบวนการในโซ่อุปทาน	2-18
2.4 เกณฑ์การประเมิน (Evaluation Criteria)	2-19
2.4.1 ความหมายและคุณสมบัติของเกณฑ์การประเมิน	2-19
2.4.2 แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต้นแบบ	2-20
2.4.3 ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทย	2-21
2.4.4 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน	2-22
2.5 Supply chain redesign	2-25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	3-1
3.1 การคัดเลือกสินค้าเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา	3-1
3.1.1 ขั้นตอนในการคัดเลือกสินค้า	3-1
3.1.2 ผลการคัดเลือกสินค้า	3-2
3.2 รูปแบบโซ่อุปทานและขั้นตอนการผลิตของสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากผ้าถักและผ้าทอ	3-2
3.2.1 รูปแบบของโซ่อุปทานของสินค้า	3-2
3.3 โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิต	3-4
3.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	3-4
3.4.1 เกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร	3-5
3.4.2 พัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินความน่าสนใจในการลงทุน สำหรับธุรกิจใอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	3-5
3.5 ศึกษาและ ประเมินศักยภาพประเทศต่างๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน	3-6
3.6 การกำหนดค่าน้ำหนักของคุณลักษณะ (Attribute Weighting)	3-10
3.7 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ ประชาคมอาเซียน	3-11
3.8 ประเมินและคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	3-11
3.9 ศึกษาฐานธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในประเทศที่มีศักยภาพสูง	3-12
3.10 เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศ ไทยเพื่อประเมินความน่าสนใจการลงทุนทำธุรกิจใอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	3-12
3.11 เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศ ที่มีศักยภาพ	3-12
3.12 จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการหรือประชุมกลุ่มย่อย	3-13
บทที่ 4 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศไทย	4-1
4.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศไทย	4-1
4.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย	4-1
4.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศไทย	4-4
4.2 ทำเลที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-6



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.3	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-6
4.3.1	ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย	4-6
4.3.2	ปัญหาและอุปสรรคสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย	4-7
4.4	โซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศ	4-9
4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	4-11
4.5.1	การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	4-11
4.5.2	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม	4-17
4.5.3	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-18
4.5.4	การประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในปัจจุบัน	4-23
4.5.5	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย	4-23
บทที่ 5	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-1
5.1	อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-1
5.1.1	การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-1
5.1.2	ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-3
5.2	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-5
5.2.1	ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเวียดนาม	5-5
5.2.2	ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-6
5.3	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-7
5.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	5-9
5.4.1	การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	5-9
5.4.2	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม	5-13
5.4.3	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-14
5.4.4	การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	5-19
5.4.5	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-19
บทที่ 6	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศอินโดนีเซีย	6-1
6.1	อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-1
6.1.1	การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-1
6.1.2	การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยของประเทศอินโดนีเซีย	6-3
6.1.3	ตลาดเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย	6-3



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-4
6.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย	6-4
6.2.2 ปัญหาอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-5
6.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-6
6.4 ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบสอบถาม	6-7
6.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	6-7
6.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม	6-11
6.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-12
6.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ	6-17
6.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-17
บทที่ 7 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา	7-1
7.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา	7-1
7.1.1 การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของราชอาณาจักรกัมพูชา	7-2
7.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในราชอาณาจักรกัมพูชา	7-3
7.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-4
7.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชา	7-4
7.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชา	7-5
7.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา	7-5
7.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	7-6
7.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7-7
7.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม	7-11
7.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-11
7.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	7-16
7.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา	7-17
บทที่ 8 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-1
8.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-1
8.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-1



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.1.2 การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-2
8.1.3 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-3
8.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-4
8.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-4
8.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-5
8.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-5
8.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	8-6
8.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	8-6
8.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-8
8.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-9
8.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ	8-13
บทที่ 9 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-1
9.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-1
9.1.1 สถานการณ์ทั่วไป	9-1
9.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-3
9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-4
9.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-4
9.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-5
9.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-5
9.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม	9-6
9.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	9-6
9.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม	9-10
9.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-10
9.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	9-15



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-16
บทที่ 10 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน	10-1
10.1 การวิเคราะห์ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC)	10-3
10.1.1 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก	10-3
10.1.2 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย	10-5
10.1.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจในการลงทุนสำหรับ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	10-9
10.1.4 การคำนวณค่าน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่ม ประเภทการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC)	10-10
10.2 การคำนวณค่าน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภท การผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	10-14
10.2.1 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภท ผู้รับจ้างผลิต (OEM)	10-14
10.2.2 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภท ผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)	10-16
10.2.3 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภท ผู้รับจ้างผลิตและเป็นผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM & ODM)	10-17
10.3 การวิเคราะห์ Score Card	10-18
บทที่ 11 แนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและ ข้อเสนอแนะ	11-1
11.1 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	11-1
11.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการรวมเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (Scenario)	11-6
11.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario)	11-8
11.2.2 การวิเคราะห์ตัวชี้วัด (Outcome)	11-12
11.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพและการจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix	11-14
11.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)	11-14
11.3.2 การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix	11-15



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
11.4 ข้อเสนอแนะ	11-19
11.4.1 กลยุทธ์เชิงรุก	11-20
11.4.2 กลยุทธ์เชิงรับ	11-20
11.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	11-21
11.5 กรณีศึกษารูรูกิจที่ประสบความสำเร็จ Best Practies	11-21
11.5.1 กรณีศึกษา บริษัทลาวแอปพาวเรล (Lao Apparel Co., Ltd.)	11-21
11.5.2 กรณีศึกษาบริษัท Green Cotton ประเทศไทย จำกัด	11-24
บรรณานุกรม บ-	1
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ก-	1
ภาคผนวก ข ข-	1



สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 2.1	ศักยภาพการผลิตของประเทศไทย	2-7
ตารางที่ 2.2	รายการสินค้าเครื่องนุ่งห่มส่งออกที่สำคัญของไทย (2553)	2-7
ตารางที่ 2.3	สินค้าส่งออกของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบและที่ต้องปรับปรุง	2-9
ตารางที่ 2.4	การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า	2-11
ตารางที่ 2.5	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	2-12
ตารางที่ 2.6	ผลกระทบ/โอกาสของ AEC ต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	2-13
ตารางที่ 2.7	กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์	2-20
ตารางที่ 2.8	ต้นทุนโลจิสติกส์	2-22
ตารางที่ 3.1	การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า (2555)	3-2
ตารางที่ 3.2	แบบบันทึกข้อมูลโครงสร้างต้นทุนขององค์กร	3-4
ตารางที่ 3.3	ระดับของศักยภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร	3-5
ตารางที่ 3.4	ประชากร พื้นที่ และเศรษฐกิจภายในอาเซียน (2010)	3-6
ตารางที่ 3.5	อัตราเงินเฟ้อในปี 1998-2010	3-7
ตารางที่ 3.6	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปี 1998-2010	3-7
ตารางที่ 3.7	อัตราแลกเปลี่ยนในปี 1998-2010	3-7
ตารางที่ 3.8	การกระจายของประชากรตามช่วงอายุ (2010)	3-8
ตารางที่ 3.9	อัตราการว่างงาน	3-9
ตารางที่ 3.10	อัตราส่วนของแรงงานแบ่งตามเพศ	3-9
ตารางที่ 3.11	มูลค่าการลงทุนและสัดส่วน GDP ในปี 1998-2010	3-9
ตารางที่ 3.12	ตัวอย่าง การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	3-11
ตารางที่ 4.1	ปริมาณการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553)	4-2
ตารางที่ 4.2	การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า (2555)	4-2
ตารางที่ 4.3	ปริมาณการนำเข้าและมูลค่าการนำเข้าของเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553)	4-3
ตารางที่ 4.4	ดุลการค้าเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553)	4-3
ตารางที่ 4.5	ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่ม 10 ประเทศแรกของไทย	4-4
ตารางที่ 4.6	สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยตามประเภทของอุตสาหกรรม	4-8
ตารางที่ 4.7	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	4-12



สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 4.8	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	4-13
ตารางที่ 4.9	ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	4-13
ตารางที่ 4.10	ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	4-14
ตารางที่ 4.11	การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	4-14
ตารางที่ 4.12	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	4-15
ตารางที่ 4.13	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	4-16
ตารางที่ 4.14	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-18
ตารางที่ 5.1	การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามปี 2553 จำแนกตามตลาดที่สำคัญ	5-2
ตารางที่ 5.2	การนำเข้าสิ่งทอของเวียดนามปี 2553 จำแนกตามประเภทของสินค้า	5-3
ตารางที่ 5.3	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	5-10
ตารางที่ 5.4	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	5-10
ตารางที่ 5.5	ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	5-11
ตารางที่ 5.6	ผลเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	5-11
ตารางที่ 5.7	การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	5-11
ตารางที่ 5.8	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	5-12
ตารางที่ 5.9	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	5-12
ตารางที่ 5.10	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-14
ตารางที่ 6.1	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นผ้าสำเร็จรูปของอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2549-2553	6-2
ตารางที่ 6.2	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นผ้าสำเร็จรูปของอินโดนีเซียระหว่างปี 2551-2553	6-2



สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 6.3	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่ม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	6-8
ตารางที่ 6.4	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างสมบูรณ์	6-9
ตารางที่ 6.5	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนอย่างสมบูรณ์	6-9
ตารางที่ 6.6	ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	6-9
ตารางที่ 6.7	การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	6-10
ตารางที่ 6.8	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน	6-10
ตารางที่ 6.9	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	6-11
ตารางที่ 6.10	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-12
ตารางที่ 7.1	มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปี 2554 และ 2555 ในครึ่งปีแรก	7-2
ตารางที่ 7.2	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่ม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7-8
ตารางที่ 7.3	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนอย่างสมบูรณ์	7-8
ตารางที่ 7.4	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนอย่างสมบูรณ์	7-8
ตารางที่ 7.5	ผลเสีย เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	7-9
ตารางที่ 7.6	ความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7-9
ตารางที่ 7.7	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน	7-10
ตารางที่ 7.8	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	7-10
ตารางที่ 7.9	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-12
ตารางที่ 8.1	แสดงสินค้าส่งออกหลัก 10 รายการ ตั้งแต่ปี 2547-2554	8-1
ตารางที่ 8.2	แสดงสินค้านำเข้าหลัก 10 รายการ ตั้งแต่ปี 2547-2554	8-2
ตารางที่ 8.3	ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-2

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 8.4	สินค้าไทยส่งออกไปตลาดสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ปี 2553-2554	8-3
ตารางที่ 8.5	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	8-7
ตารางที่ 8.6	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	8-7
ตารางที่ 8.7	ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	8-7
ตารางที่ 8.8	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	8-7
ตารางที่ 8.9	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	8-8
ตารางที่ 8.10	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-9
ตารางที่ 9.1	การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	9-7
ตารางที่ 9.2	การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	9-7
ตารางที่ 9.3	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	9-8
ตารางที่ 9.4	ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์	9-8
ตารางที่ 9.5	การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	9-8
ตารางที่ 9.6	ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	9-9
ตารางที่ 9.7	แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน	9-9
ตารางที่ 9.8	การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-11
ตารางที่ 10.1	ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	10-1
ตารางที่ 10.2	ผลการคำนวณค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย (AGV of Rank)	10-3
ตารางที่ 10.3	ค่าคะแนนน้ำหนักของปัจจัยหลักจากการเรียงลำดับความสำคัญ	10-4
ตารางที่ 10.4	ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย	10-5
ตารางที่ 10.5	ค่าเฉลี่ยของผลรวมและการจัดลำดับความสำคัญของคะแนนของปัจจัยหลักทั้ง 8 ปัจจัย	10-9
ตารางที่ 10.6	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างผลิต (OEM)	10-10
ตารางที่ 10.7	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)	10-12



สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 10.8	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM & ODM)	10-13
ตารางที่ 10.9	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างผลิต (OEM)	10-15
ตารางที่ 10.10	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM)	10-16
ตารางที่ 10.11	ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM & OEM)	10-17
ตารางที่ 10.12	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านแรงงาน	10-19
ตารางที่ 10.13	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านวัตถุดิบ	10-19
ตารางที่ 10.14	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านเศรษฐกิจ	10-19
ตารางที่ 10.15	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านโลจิสติกส์	10-20
ตารางที่ 10.16	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านโครงสร้างพื้นฐาน	10-20
ตารางที่ 10.17	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านทำเลที่ตั้ง	10-21
ตารางที่ 10.18	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านรัฐบาล	10-21
ตารางที่ 10.19	ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านความเสี่ยง	10-21
ตารางที่ 10.20	สรุปผลค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย	10-23
ตารางที่ 10.21	ตัวอย่างการประเมินระดับศักยภาพด้านต่างๆ ของแต่ละประเทศโดยวิธี Score Card	10-26
ตารางที่ 10.22	ตัวอย่างการคำนวณศักยภาพแต่ละประเทศในปัจจัยด้านแรงงาน	10-27
ตารางที่ 10.23	การเปรียบเทียบค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยหลักของแต่ละประเทศ	10-28
ตารางที่ 11.1	ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์	11-8
ตารางที่ 11.2	การวิเคราะห์ SWOT Analysis	11-15



สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

ตารางที่ 11.3	การกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยใช้ TOWS Matrix	11-17
ตารางที่ 11.4	กลยุทธ์เฉพาะสำหรับแต่ละลักษณะธุรกิจ	11-18



สารบัญญภาพ

รูปที่ หน้า

ภาพที่ 2.1	โครงสร้างโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	2-2
ภาพที่ 2.2	ปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	2-3
ภาพที่ 2.3	โครงสร้างของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มแฟชั่นของไทย (2554)	2-5
ภาพที่ 2.4	อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย (2555)	2-10
ภาพที่ 2.5	กระบวนการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	2-14
ภาพที่ 2.6	แบบจำลองการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	2-17
ภาพที่ 2.7	ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินความสามารถในการแข่งขัน	2-24
ภาพที่ 2.8	แหล่งความไม่แน่นอนในโซ่อุปทาน	2-26
ภาพที่ 3.1	ขั้นตอนการผลิตผ้าฝ้าย	3-3
ภาพที่ 3.2	ขั้นตอนการผลิตผ้าทอ	3-3
ภาพที่ 3.3	การไหลของวัตถุดิบและข้อมูลการผลิต	3-3
ภาพที่ 4.1	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ้เบ้	4-5
ภาพที่ 4.2	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเดอะแพลทินัม แฟชั่นมอลล์	4-5
ภาพที่ 4.3	ทำเลที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย	4-6
ภาพที่ 4.4	โซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	4-10
ภาพที่ 4.5	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย	4-18
ภาพที่ 4.6	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-19
ภาพที่ 4.7	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-19
ภาพที่ 4.8	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-20
ภาพที่ 4.9	ปัจจัยย่อยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-20
ภาพที่ 4.10	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-21
ภาพที่ 4.11	ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-21
ภาพที่ 4.12	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-22
ภาพที่ 4.13	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-22
ภาพที่ 4.14	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	4-23
ภาพที่ 4.15	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย	4-23
ภาพที่ 5.1	ตลาดเครื่องนุ่งห่มในนครโฮจิมินห์	5-4
ภาพที่ 5.2	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดบินถั่น (Ben Thanh Market)	5-4
ภาพที่ 5.3	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-8
ภาพที่ 5.4	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	5-13



สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่ หน้า

ภาพที่ 5.5	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-15
ภาพที่ 5.6	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-15
ภาพที่ 5.7	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-16
ภาพที่ 5.8	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-16
ภาพที่ 5.9	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-17
ภาพที่ 5.10	ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-17
ภาพที่ 5.11	ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-18
ภาพที่ 5.12	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-18
ภาพที่ 5.13	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	5-19
ภาพที่ 5.14	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม	5-20
ภาพที่ 6.1	ตลาดเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย	6-4
ภาพที่ 6.2	Indonesia Economic Corridors	6-5
ภาพที่ 6.3	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย	6-7
ภาพที่ 6.4	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศอินโดนีเซีย	6-12
ภาพที่ 6.5	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-13
ภาพที่ 6.6	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-13
ภาพที่ 6.7	ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-14
ภาพที่ 6.8	ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-14
ภาพที่ 6.9	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-15
ภาพที่ 6.10	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-15
ภาพที่ 6.11	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-16
ภาพที่ 6.12	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-16
ภาพที่ 6.13	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	6-17
ภาพที่ 6.14	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย	6-18
ภาพที่ 7.1	ร้านจำหน่ายเครื่องนุ่งห่มภายในตลาดรัสเซีย	7-3
ภาพที่ 7.2	ร้าน BAMBOU INDOCHINE ในกรุงพนมเปญ	7-4
ภาพที่ 7.3	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในราชอาณาจักรกัมพูชา	7-6
ภาพที่ 7.4	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของราชอาณาจักรกัมพูชา	7-11



สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่ หน้า

ภาพที่ 7.5	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-12
ภาพที่ 7.6	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-13
ภาพที่ 7.7	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-13
ภาพที่ 7.8	ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-14
ภาพที่ 7.9	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-14
ภาพที่ 7.10	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-15
ภาพที่ 7.11	ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-15
ภาพที่ 7.12	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-16
ภาพที่ 7.13	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	7-17
ภาพที่ 7.14	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา	7-17
ภาพที่ 8.1	ตลาดเครื่องนุ่งห่มในย่างกุ้ง	8-4
ภาพที่ 8.2	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-6
ภาพที่ 8.3	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	8-8
ภาพที่ 8.4	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-9
ภาพที่ 8.5	ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-10
ภาพที่ 8.6	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-10
ภาพที่ 8.7	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-11
ภาพที่ 8.8	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-11
ภาพที่ 8.9	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-12
ภาพที่ 8.10	ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-12
ภาพที่ 8.11	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-13
ภาพที่ 8.12	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	8-14
ภาพที่ 9.1	สัดส่วนของตลาดเครื่องนุ่งห่มของประเทศในรอบครึ่งปี 2555	9-1
ภาพที่ 9.2	มูลค่าการส่งออกและจำนวนชิ้นที่ส่งออกตั้งแต่ปี 2546 – 2555	9-2
ภาพที่ 9.3	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าในตลาดเช้า	9-3
ภาพที่ 9.4	ตลาดกลางคืน	9-4
ภาพที่ 9.5	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	9-6



สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่ หน้า

ภาพที่ 9.6	ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-10
ภาพที่ 9.7	ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-11
ภาพที่ 9.8	ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-12
ภาพที่ 9.9	ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-12
ภาพที่ 9.10	ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-13
ภาพที่ 9.11	ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-13
ภาพที่ 9.12	ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-14
ภาพที่ 9.13	ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-14
ภาพที่ 9.14	ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-15
ภาพที่ 9.15	ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	9-16
ภาพที่ 9.16	โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	9-16
ภาพที่ 11.1	แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	11-1
ภาพที่ 11.2	การจัดกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	11-2
ภาพที่ 11.3	Scenario ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	11-7
ภาพที่ 11.4	แนวโน้มให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยง	11-9
ภาพที่ 11.5	แนวโน้มความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ	11-9
ภาพที่ 11.6	แนวโน้มการย้ายฐานการผลิต	11-10
ภาพที่ 11.7	แนวโน้มการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ	11-11
ภาพที่ 11.8	แนวโน้มในการนำวัตถุดิบเข้าจากไทย	11-11
ภาพที่ 11.9	การกำหนดกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มตามลักษณะธุรกิจ	11-16
ภาพที่ 11.10	การเยี่ยมชมโรงงานลาวแอฟฟารล	11-24
ภาพที่ 11.11	สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัท กรีนคอตตอล (ประเทศไทย) จำกัด	11-24



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยนั้นมียุทธภาพในการแข่งขันสูง เมื่อพิจารณาในด้านวัตถุดิบ ประเทศมีกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในด้านการผลิต การใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรสิ่งทอมีความแตกต่างกัน สำหรับด้านบุคลากรแรงงานของไทยโดยรวมมีทักษะทางการผลิตที่ดี ส่วนเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Research and Development) ผู้ประกอบไทยยังมีความหลากหลายในการพัฒนาไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการวิเคราะห์ความมีศักยภาพที่กล่าวมาจึงส่งผลต่อความสำคัญการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยภาพรวมเพื่อการส่งออก ซึ่งผู้ส่งออกเครื่องนุ่งห่มควรตระหนักพร้อมรับมือกับกฎการค้าเสรีในรายละเอียดเรื่องข้อมูลการค้า สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ การกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเปลี่ยนแนวคิดใหม่เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการส่งมอบทันเวลา ราคาขายที่เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และการรักษาความพึงพอใจลูกค้าหลังการขายเพื่อให้เกิดความประทับใจและเกิดการซื้อซ้ำ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และสำหรับการค้าการขายและการผลิตในปัจจุบัน ที่มีการดำเนินธุรกิจในโลกไร้พรมแดน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมีการรวมตัวกับอุตสาหกรรมในกลุ่มอาเซียนเพื่อเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในระดับภูมิภาคอาเซียน

ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา นั้น จะเห็นได้ว่า เอเชียได้ก้าวเข้ามาเป็นมหาอำนาจอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจโลกโดยสัดส่วน GDP ของเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) ต่อ GDP โลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 9.7% ในปี 2541 เป็น 16.3% ในปี 2552 และมูลค่าส่งออกและนำเข้าของเอเชียคิดเป็นสัดส่วนราว 1 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกและนำเข้ารวมของทั้งโลก ส่งผลให้มีการเข้ามาลงทุนในตลาดเอเชียมากขึ้น ดังนั้นอาเซียนเล็งเห็นความสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจร่วมกันหลังจากดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟตา (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ซึ่งบรรลุเป้าหมายในปี 2546 ดังนั้นการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 จึงได้มีความเห็นชอบให้มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งคล้ายคลึงกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community: EEC) โดยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีเป้าหมายเป็นฐานการผลิตเดียวกันมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงานได้อย่างเสรี เช่น การเร่งลดภาษีสินค้าระหว่างกันในปี 2553 และให้ลดภาษีเหลือ 0% ภายในปี 2558 ใน 9 สาขาสำคัญ ได้แก่ สาขาเกษตร สาขาประมง สาขาผลิตภัณฑ์ไม้ สาขาผลิตภัณฑ์ยาง สาขาส่งทอ สาขายานยนต์ สาขาอิเล็กทรอนิกส์สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขภาพ และเปิดเสรีด้านการบริการอีก 3 สาขา ได้แก่ สาขาการท่องเที่ยว สาขาการบิน สาขาโลจิสติกส์ โดยอาเซียนได้จัดทำแผนงานเชิงบูรณาการ (AEC Blueprint) ขึ้นเพื่อเป็นภาพรวมของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่ครอบคลุมทั้งสินค้าการลงทุน บริการแรงงาน และเงินลงทุนที่ใช้เปิดเสรีมากขึ้นในอนาคตเพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ต้องดำเนินงานให้มีความชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายและสร้างพันธมิตรสัญญา ระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวร่วมกัน (พธินันท์ มงคลศิริวัฒน์, 2552) โดยกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นี้จะมีการดำเนินงานที่นำไปสู่การตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน โดยจะไม่มีกีดกันของการผลิต การค้า และการลงทุน นำไปสู่การ



ไหลของสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานที่มีทักษะ รวมทั้งมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความเป็นภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงสุด และเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้าเศรษฐกิจโลกได้เต็มรูปแบบ

การเปิดเสรี ภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะก่อให้เกิดการขยายตลาดโอกาสด้านการค้าและการลงทุน สร้างอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มที่ รวมทั้งเกิดการรวมตัวกันทางเครือข่ายทางธุรกิจใหม่ ซึ่งส่งผลให้ต่างชาติเกิดความสนใจที่จะเข้ามาทำการลงทุนในภูมิภาคมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจและช่วยกระตุ้นให้เกิดการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะส่งผลกระทบหลายประการ ต่อการค้าของประเทศไทยกับประเทศในอาเซียน โดยพบว่าสินค้าส่งออกหลายรายการของไทย นั้นยังมีความได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน แต่ก็จะมีสินค้าหลายรายการที่ จะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ซึ่งกลุ่มสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่คาดว่าจะได้เปรียบเมื่อเปิด การค้าเสรีเช่น ข้าวโพด ผลิภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์ ในตลาดอินโดนีเซีย เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ ในตลาดมาเลเซีย เป็นต้นขณะที่สินค้าส่งออกบางรายการจำเป็นต้องปรับตัว เช่น ผลิภัณฑ์มันสำปะหลัง ผ้าฝ้ายเม็ดพลาสติกในตลาดอินโดนีเซีย และยางพารา ผ้าฝ้ายในตลาดฟิลิปปินส์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นจะเป็นการสร้างโอกาสและตลาดที่ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทยสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มการเปิดเสรีภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นอาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโซ่อุปทาน เช่น เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากต้นทุนแรงงาน วัตถุดิบที่ถูกกว่า หรือเนื่องจากข้อจำกัดในด้านภาษี พิจารณาด้านศุลกากรมีข้อจำกัดน้อยลง ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศอื่น ๆ นี้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจเพื่อทราบถึงข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่จะส่งผลกระทบโดยตรงกับอุตสาหกรรม และเตรียมความพร้อมสำหรับเชิงรุกและเชิงรับไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดในการบริการ และพัฒนาขีดความสามารถของไทยในตลาดอาเซียนและตลาดโลก (พัชรนันท์ มงคลศิริวัฒน์, 2552)

งานวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ ศึกษาถึงศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม รวมถึงแนวทางการปรับปรุงรูปแบบโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าแบบใหม่ที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและประเมินความพร้อมของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อปรับปรุงรูปแบบโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. เพื่อนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการปรับตัวของภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่อการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



4. เพื่อเสนอแนะต้นแบบที่เหมาะสมให้แก่ผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาโซ่อุปทานของสินค้าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยจะทำการคัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพสูง 1 ประเภท เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา ซึ่งในการคัดเลือกนี้จะพิจารณาจากสำคัญของสินค้าจากเกณฑ์ต่างๆ เช่น มูลค่าการส่งออก ปริมาณการส่งออก และส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นต้น
2. ขอบเขตในการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของสินค้ากรณีศึกษา จะพิจารณาโรงงานผลิตและประกอบสินค้าขั้นสุดท้าย (Final Assembly Manufacturing) โดยจะทำการศึกษา Forward Chain ของสินค้าไปจนถึงลูกค้า และศึกษา Backward Chain ของผู้ส่งมอบวัตถุดิบหลักเท่านั้น (วัตถุดิบที่นำมาประกอบเป็นตัวสินค้า) ย้อนกลับไป 2 Tier สำหรับวัตถุดิบสนับสนุน (วัตถุดิบที่ไม่ได้นำมาประกอบเป็นตัวสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น) ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการศึกษา
3. การปรับปรุงแบบของโซ่อุปทาน จะพิจารณาประเทศที่มีศักยภาพสูงในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเป็นคู่แข่งกับประเทศไทยในอุตสาหกรรมนี้ เช่น ประเทศอินโดนีเซีย และ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นต้น โดยจะทำการเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศเหล่านี้กับศักยภาพของประเทศไทย ทั้งในเชิงของศักยภาพ ของอุตสาหกรรมและศักยภาพด้านโลจิสติกส์

1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แบ่งขั้นตอนในการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การศึกษาและทบทวนสภาพการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน
2. การประเมินผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อโซ่อุปทาน เครื่องนุ่งห่ม ภายใต้บริบทของ AEC
3. การเตรียมความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

1.4.1 การศึกษาและทบทวนสภาพการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยนี้จะทำการศึกษาและทบทวนสภาพการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในปัจจุบัน เพื่อทำความเข้าใจและประเมินศักยภาพการจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยจะทำการคัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพสูงเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. สืบหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมและทำการคัดเลือก สินค้าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่มีศักยภาพสูงของไทยเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา โดยพิจารณาสำคัญของสินค้าจากเกณฑ์ต่างๆ เช่น มูลค่าการส่งออก ปริมาณการส่งออก โครงสร้างต้นทุน และส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นต้น
2. ศึกษาสถานภาพการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าในปัจจุบัน ศึกษาแบบการจัดการโซ่อุปทาน เช่น การไหลของสินค้า การไหลของข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น เนื่องจากวัตถุดิบของสินค้าแบ่ง



ออกเป็น 2 ประเภท คือ วัตถุดิบหลัก (วัตถุดิบที่นำมาประกอบเป็นสินค้า เช่น ผ้า เป็นต้น) และวัตถุดิบสนับสนุน (วัตถุดิบที่เป็นส่วนสนับสนุนในการผลิตและการขนถ่ายสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ เครื่องมือที่ช่วยในการผลิต เป็นต้น) ซึ่งขอบเขตในการศึกษาจะพิจารณาการไหลเฉพาะวัตถุดิบหลักเท่านั้น

3. ประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของโซ่อุปทาน ซึ่งดัชนีชี้วัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์นั้นพิจารณาจากกรอบในการประเมินของเครื่องมือต่าง ๆ เช่น Logistics Performance Index (LPI) ซึ่งพัฒนาโดย Enkawa (2005)

4. พัฒนาแบบสอบถาม เพื่อประเมินความน่าสนใจในการลงทุนสำหรับธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยประเมินลำดับความสำคัญของปัจจัยที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยที่จะทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ปัจจัยในการตัดสินใจ (Decision Factors) เช่น โครงสร้างทางด้านต้นทุน (ต้นทุนด้านแรงงาน วัตถุดิบ การขนส่ง พลังงาน ปัจจัยการผลิต) เวลาน่า เทคโนโลยีคุณภาพของแรงงาน ตลาดภายในและต่างประเทศ และศักยภาพในการสนับสนุนกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ เป็นต้น และ 2) ปัจจัยอื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ (Other Factors) เช่น สถานการณ์ทางการเมือง ภัยธรรมชาติ นโยบายสนับสนุนการลงทุน และข้อจำกัดของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการลงทุน เป็นต้น

5. ศึกษาและประเมินลำดับความสำคัญของปัจจัยที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจ สำหรับธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยทำการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เข้ามาลงทุนให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ผลที่ได้จากการประเมินนี้ ทำให้ทราบถึงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกลงทุนให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและทราบถึงสถานภาพของแต่ละปัจจัยในปัจจุบันของประเทศไทย

6. ศึกษาและประเมินศักยภาพของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ รวมทั้งคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยประเมินจากข้อมูลทุติยภูมิของสถานภาพอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน สถานภาพของปัจจัยตัดสินใจในการลงทุน โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามหรือการจ้างผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

7. ศึกษาฐานธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในประเทศที่มีศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมในภาพรวมของโซ่อุปทานสินค้าเครื่องนุ่งห่ม และศึกษาศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ในแต่ละประเทศ

8. เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพที่ได้ทำการคัดเลือกเบื้องต้นจากข้อที่ 6 เปรียบเทียบความน่าสนใจในการลงทุนให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในกลุ่มประเทศอาเซียน

1.4.2 การประเมินผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มภายใต้บริบทของ AEC

1. ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน เพื่อทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อประเทศไทยจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

2. ศึกษาฐานเพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อประเมินความเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อรูปแบบโซ่อุปทานให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม



3. คาดการณ์และประเมินผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นต่อรูปแบบการจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

1.4.3 การเตรียมความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

1. ประเมินโอกาสและการดำเนินการที่จะเกิดขึ้นทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ต่อการเปลี่ยนรูปแบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2. ประเมินผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการเชิงรุกและเชิงรับที่ได้จากข้อที่ 1 โดยการใช้โมเดลที่ได้จากหัวข้อ 1.4.2 เป็นเครื่องมือในการประเมินคาดการณ์ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
3. พัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มภายใต้บริบทของ AEC
4. สรุปและวิเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถบ่งชี้สถานภาพและการเตรียมความพร้อมของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยภายใต้บริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ทราบถึงศักยภาพ ข้อเด่น และข้อด้อยของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเมื่อเทียบกับศักยภาพของประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประชาคมอาเซียน
3. สามารถวิเคราะห์และเสนอแนวทางการปรับปรุงโซ่อุปทานภูมิภาคในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยอันเนื่องมาจากการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
4. สามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในระดับมหภาคและเชิงพื้นที่ของประเทศ
5. สามารถเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่จะเกิดขึ้นภายใต้บริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
6. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทราบถึงแผนกลยุทธ์ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับสำหรับการเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

1.6 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

1.6.1 ผลผลิต

1. ทราบถึงสถานภาพของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยในปัจจุบัน
2. สามารถบ่งชี้ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยภายใต้บริบทของ AEC



3. ทราบถึงศักยภาพ ข้อเด่น และข้อด้อยของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเมื่อเทียบกับศักยภาพของประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประชาคมอาเซียน
4. ทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงโซ่อุปทานภูมิภาคในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย อันเนื่องมาจากการพัฒนาของ AEC
5. ทราบถึงแนวทางการพัฒนาใช้คุณค่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน ระดับมห ภาคว และเชิงพื้นที่ของประเทศ
6. แผนกลยุทธ์เชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่จะเกิดขึ้นภายใต้บริบทของ AEC
7. แผนกลยุทธ์เชิงรับของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่จะเกิดขึ้นภายใต้บริบทของ AEC

1.6.2 ตัวชี้วัด

1. แผนกลยุทธ์เชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่จะเกิดขึ้นภายใต้บริบทของ AEC
2. แผนกลยุทธ์เชิงรับของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่จะเกิดขึ้นภายใต้บริบทของ AEC

1.7 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ผลจากการวิจัยจะทำให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยทราบถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในโซ่อุปทาน และสามารถเตรียมความพร้อมในการปรับปรุงแบบการจัดการโซ่อุปทานทั้งในเชิงรุกและเชิงรับเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ นอกจากนี้การปรับปรุงแบบการจัดการโซ่อุปทานยังจะช่วยยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเชิงพื้นที่ของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยจะส่งผลต่อตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

1. รายได้ของอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น (Revenue Growth)
2. กระแสการค้าที่เพิ่มขึ้น (Trade Flow)
3. การขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Freight Flow)
4. ต้นทุนสินค้าลดลง (Cost Reduction)
5. เวลาในการดำเนินการลดลง (Time Reduction)
6. ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อยอดขายลดลง (Logistics Cost/Sale)
7. การเชื่อมโยงของโซ่อุปทานมากขึ้น (Supply Chain Link)
8. ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น (Efficiency)

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้รับจ้างตัดเย็บ (Cut Mate Trim: CMT) เป็นผู้ผลิตที่รับจ้างตัดเย็บ โดยมีลูกค้าส่งวัตถุดิบผ้าให้ ผู้รับจ้างมีหน้าที่ตัดเย็บตามแบบที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นผู้รับจ้างไม่ต้องจัดหาวัตถุดิบเองทำหน้าที่เพียงผลิตสินค้าเท่านั้น จึงนับว่าได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าสินค้าต่ำที่สุด ผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่



ในประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

2. ผู้รับจ้างผลิตให้แก่ลูกค้าที่มีตราสินค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) เป็นผู้ผลิตที่รับจ้างผลิตสินค้าให้กับลูกค้าซึ่งมีตราสินค้าของตนเอง โดยส่วนใหญ่ลูกค้ามีตราสินค้าชื่อดังในประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เป็นต้น โดยผู้รับจ้างผลิตมีหน้าที่ในการผลิตและจัดหาวัตถุดิบให้เป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า ไม่มีการออกแบบ กระจายสินค้า หรือสร้างตราสินค้า ผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่ในประเทศอินโดนีเซียและไทย (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

3. ผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (Original Design Manufacturer : ODM) เป็นผู้ผลิตที่รับจ้างผลิตมีความเชี่ยวชาญในการผลิตซึ่งได้เรียนรู้จากลูกค้าในเรื่องความต้องการผลิตภัณฑ์มากขึ้น จนกระทั่งนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้า ผ่านการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตามที่ต้องการได้ ทำให้ผู้รับจ้างได้รับกำไรสูงขึ้นจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ แต่ยังไม่พัฒนาไปถึงขั้นที่มีตราสินค้าของตนเอง ทั้งนี้ ODM อาจรับจ้างผลิตสินค้าที่ลูกค้าออกแบบมาแล้ว หรือเป็นทั้ง OEM และ ODM เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่ในประเทศสหภาพยุโรป ตุรกี อินเดียและจีน (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

4. ผู้ผลิตที่มีตราสินค้าของตนเอง (Original Brand Manufacturer : OBM) ผู้ผลิตมีการออกแบบ ผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเอง โดยผู้ผลิตต้องมีการทำการตลาดและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก โดยอาจเริ่มจากการสร้างตราสินค้าภายในประเทศหรือประเทศเพื่อนบ้าน ก่อนแล้วจึงขยายฐานลูกค้าไปทั่วโลก อาจรวมถึงผู้ผลิตที่มีตราสินค้าแต่ไม่มีการผลิตซึ่งได้แก่ผู้ที่มีตราสินค้าชั้นนำในสหรัฐอเมริกา ยุโรปและญี่ปุ่น เป็นต้น ทั้งนี้ OEM อาจมีการรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) และหรือออกแบบและผลิตสำหรับลูกค้า (ODM) เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

5. ผู้ให้บริการ (Service Provider) เป็นผู้ที่เป็นคนกลางประสานงาน และลงทุนในต่างประเทศ เช่น ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย และเกาหลีใต้ เป็นต้น โดยประเทศดังกล่าวเคยเป็นผู้รับจ้างผลิตมาก่อน แต่เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ลูกค้าลดปริมาณการสั่งซื้อ ประเทศเหล่านี้จึงผันตัวเองไปทำกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น ให้บริการด้านโลจิสติกส์ หรือผลิตเครื่องจักรเทคโนโลยีสูง เป็นต้น (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

6. ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences :GSP) หมายถึง ประเทศพัฒนาแล้วให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแก่สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศที่กำลังหรือด้อยพัฒนาโดยลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้าแก่สินค้าที่อยู่ในข่ายได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า ทั้งนี้ประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษฯ จะเป็นผู้ให้แต่เพียงฝ่ายเดียว ไม่หวังผลตอบแทนใดๆ ทั้งสิ้น

7. ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement : TPP) เป็นความตกลงการค้าเสรีรอบพหุภาคีที่มีมาตรฐานสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการทางเศรษฐกิจในด้านการเปิดตลาดการค้าสินค้า บริการและ



การลงทุน การปฏิรูป การสร้างความสอดคล้องในกฎระเบียบทางเศรษฐกิจให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น นโยบายการแข่งขัน การจัดซื้อโดยรัฐ ทรัพย์สินแห่งปัญญา มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

1.9 องค์ประกอบของรายงานการวิจัย

องค์ประกอบของรายงานการวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 11 บท ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทนี้เป็นการนำเสนอความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ในการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการวิจัย และองค์ประกอบของรายงานการวิจัย

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แบ่งออกเป็น การศึกษาและทบทวน เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แนวคิด AEC และเครื่องนุ่งห่มและการประเมินศักยภาพโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน รวมทั้ง Supply Chain Redesign เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในโซ่อุปทาน

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

บทนี้เป็นการนำเสนอวิธีการศึกษาวิจัยและขอบเขตของการดำเนินการศึกษาของการวิจัยในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้วางไว้

บทที่ 4 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศไทย

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

บทที่ 5 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

บทที่ 6 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศอินโดนีเซีย

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

บทที่ 7 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา



บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา

บทที่ 8 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

บทที่ 9 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศ โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

บทที่ 10 การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน

บทนี้จะนำเสนอถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

บทที่ 11 แนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และข้อเสนอแนะ

บทนี้จะนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1.10 ทีมนักวิจัย

1. หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร.วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. ผู้ร่วมโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. พิชราภรณ์ เนียมมณี

คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิพิมพ์ ฉวีสุข

คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล

คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.รณชัย ศิริโรเวฐนุกุล

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วริยา ปานปรุง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อาจารย์อรมน ปั่นทอง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีและสมมติฐาน

ในการศึกษาวิเคราะห์การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มอันเนื่องมาจากการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) คณะผู้วิจัยได้สำรวจทฤษฎี วรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งศึกษาเครื่องมือสนับสนุนการวิจัย โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สถานการณ์ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในอาเซียนและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทาน (Supply Chain Redesign) ส่วนที่สองเป็นการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ การจำลองกระบวนการในโซ่อุปทาน เกณฑ์การประเมินแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยและการประเมินศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมชั้นปลายน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และยังมีเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมกระดุม ซิป ฉลากสินค้า (Label) เป็นต้น มีกระบวนการผลิตในโซ่อุปทานที่ครบวงจรตั้งแต่กระบวนการปั่นด้าย ทอผ้า ถักผ้า ฟอกย้อม และแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและนำรายได้เข้าประเทศ โครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 อุตสาหกรรมย่อย ได้แก่

1) อุตสาหกรรมเส้นใย ประกอบด้วย เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์หรือเส้นใยประดิษฐ์ ซึ่งในส่วนของอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ถือเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เนื่องจากเป็นการนำเอาพอลิเมอร์ที่ได้จากการสังเคราะห์สารเคมีอันเป็นผลมาจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมีมาใช้โดยตรง โรงงานอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์จึงเป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีในระดับสูง (Capital Intensive) และเป็นโรงงานที่ร่วมลงทุนกับชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ โดยมีชนิดของเส้นใยสังเคราะห์ที่ผลิต คือ เรยอน อะคริลิก ไนลอน และพอลีเอสเตอร์

2) อุตสาหกรรมปั่นด้าย เป็นอุตสาหกรรมที่รับเอาเส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย หรือเส้นใยสังเคราะห์มาตีเป็นเกลียวหรือปั่นเป็นเส้นด้าย อุตสาหกรรมปั่นด้ายเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องมีเงินลงทุนสูงและมีการใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง

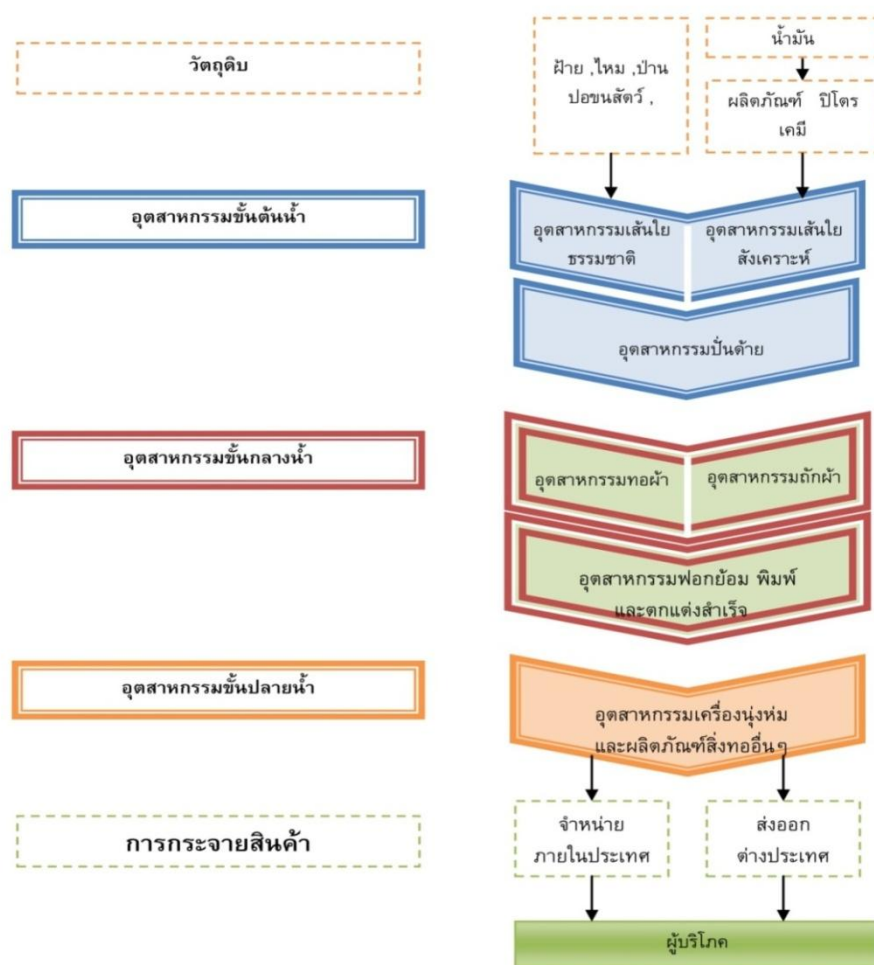
3) อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า เป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและทำให้เครื่องทอผ้าแบบกระสวย (Shuttle Loom) ได้ถูกเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องทอผ้าแบบไร้กระสวย (Shuttle Less Loom) เพื่อลดอันตรายที่เกิดขึ้นจากเสียง การสั่นเปลืองพลังงาน อันตรายที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลให้มีความเร็วในการผลิตที่สูงขึ้น



4) อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสำเร็จ เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ประกอบด้วย กระบวนการต่าง ๆ คือ การเตรียม (Pretreatment) การย้อมหรือพิมพ์ (Dyeing or Printing) ไปจนถึง การตกแต่งสำเร็จ (Finishing) เพื่อให้เกิดความสวยงาม เช่น การขัดมัน การตะกุน เพื่อให้ได้ คุณสมบัติเฉพาะตามที่ต้องการ เช่น ป้องกันแบคทีเรีย และดูดซับความชื้น เป็นต้น

5) อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเคหะสิ่งทอ เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ เงินลงทุนสูง เทคโนโลยีและเครื่องจักรในระดับไม่สูงมากนัก ในขณะที่มีความต้องการใช้แรงงานเป็น จำนวนมาก ในกระบวนการผลิต คุณลักษณะที่สำคัญของแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะต้องมี ประสบการณ์ด้านการฝีมือและการตัดเย็บที่ประณีต มีคุณภาพสม่ำเสมอ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจึงเป็น อุตสาหกรรมที่มีความต้องการแรงงานมากที่สุด

โดยอุตสาหกรรมทั้ง 5 เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมต่อกันแบบครบวงจรและมีการประสานกัน อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการส่งต่อวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมหนึ่งไปยังอุตสาหกรรมหนึ่งโดย อุตสาหกรรมเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำและ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำดังภาพที่ 2.1

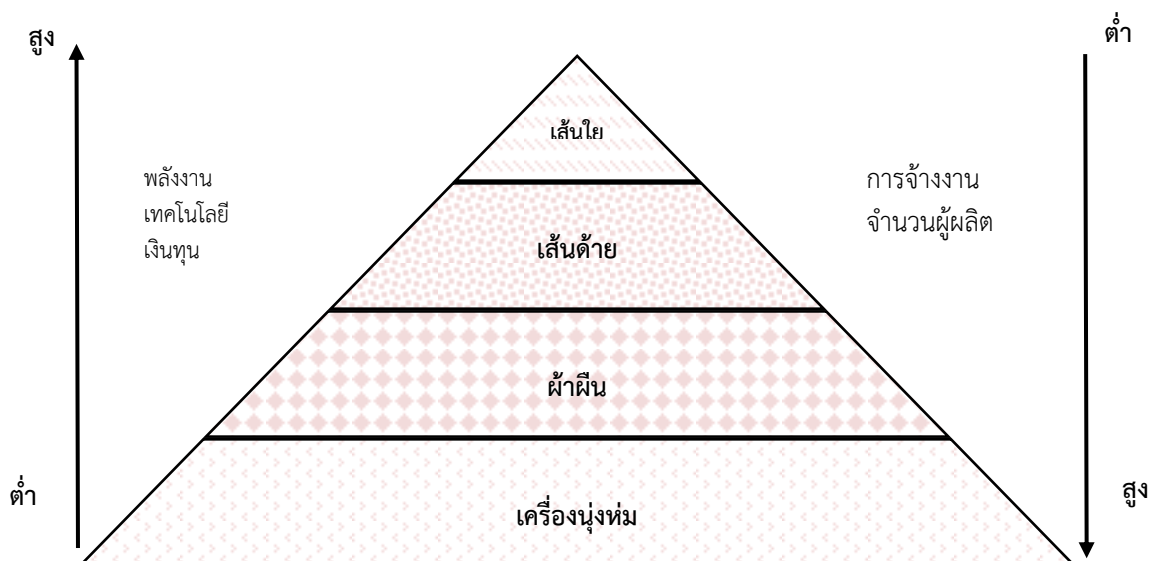


ภาพที่ 2.1 โครงสร้างโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ที่มา : ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2548)



จากการศึกษาถึงโครงสร้างต้นทุนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พบว่าในอุตสาหกรรมผลิตเส้นใยสังเคราะห์ เส้นใยธรรมชาติ อุตสาหกรรมปั่นด้ายที่เป็นเส้นด้ายสังเคราะห์ เส้นด้ายธรรมชาติ อุตสาหกรรมทอผ้า/ถักผ้า (ผ้าผืน) และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จะมีต้นทุนในการผลิตโดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบสูงถึงร้อยละ 72.75 90.81 61.65 62.17 60.0 และ 60.0 ตามลำดับ และยังพบว่าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีต้นทุนค่าแรงงานสูงมากที่สุดคือร้อยละ 20.0 ซึ่งต้นทุนค่าแรงงานมีผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยตรง ขณะที่โครงสร้างต้นทุนค่าแรงงานของอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ เส้นใยธรรมชาติ เส้นด้ายสังเคราะห์ เส้นด้ายธรรมชาติ และอุตสาหกรรมผ้าผืน มีสัดส่วนร้อยละ 3.78 ร้อยละ 4.60 ร้อยละ 9.63 ร้อยละ 9.51 และร้อยละ 8.0 ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2551) ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำมีการใช้แรงงานจำนวนมากกว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ จึงส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานกลายเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยภาพที่ 2.2 แสดงถึงปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประกอบไปด้วย แรงงาน พลังงาน เทคโนโลยีและเงินทุน ซึ่งในแต่ละอุตสาหกรรมจะมีการใช้ปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกัน คือ อุตสาหกรรมผลิตเส้นใย อุตสาหกรรมปั่นด้าย และอุตสาหกรรมทอผ้า/ถักผ้า มีการใช้ปัจจัย ในการผลิตด้านพลังงาน เทคโนโลยี และเงินทุนสูงที่สุด ส่งผลให้มีการใช้แรงงานภายในอุตสาหกรรมน้อย ในขณะที่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานมากที่สุด (Labor Intensive) แต่มีการใช้ปัจจัยการผลิตอื่นๆ เช่น เทคโนโลยี พลังงาน และเงินทุนที่น้อยกว่ามาก



ภาพที่ 2.2 ปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2540)

จากระบบการผลิตในภาคเครื่องนุ่งห่มพบว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีโอกาสที่ดีในการส่งออก ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยของผู้ประกอบการได้แก่ ต้นทุนของการผลิตเสื้อผ้าที่สามารถแข่งขันได้โดยมีต้นทุนต่ำซึ่งต้องอาศัยแรงงานที่มีประสิทธิภาพ วัตถุดิบ วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ ราคาถูกและรวมถึงการมีสภาพคล่องทางการเงินสำหรับส่วนที่จะพัฒนาไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ซึ่งนอกจากต้องการสินค้าที่มีการจัดการทางการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว พบว่าลูกค้าต้องการการ



นำเสนอรูปแบบ Design ใหม่ ๆ ตลอดเวลาโดยมีผลลัพธ์คือต้องการผลิตสินค้ามีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นโครงการที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนที่จะสร้างให้อุตสาหกรรมนี้เจริญก้าวหน้าคือ โครงการที่จะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแฟชั่นในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นความร่วมมือของภาครัฐบาลและเอกชน จึงเป็นโอกาสอันดีของประเทศไทยที่จะพัฒนาความรู้ทางด้านนี้ เมื่อประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนานาประเทศจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจสาขาอื่นของประเทศ

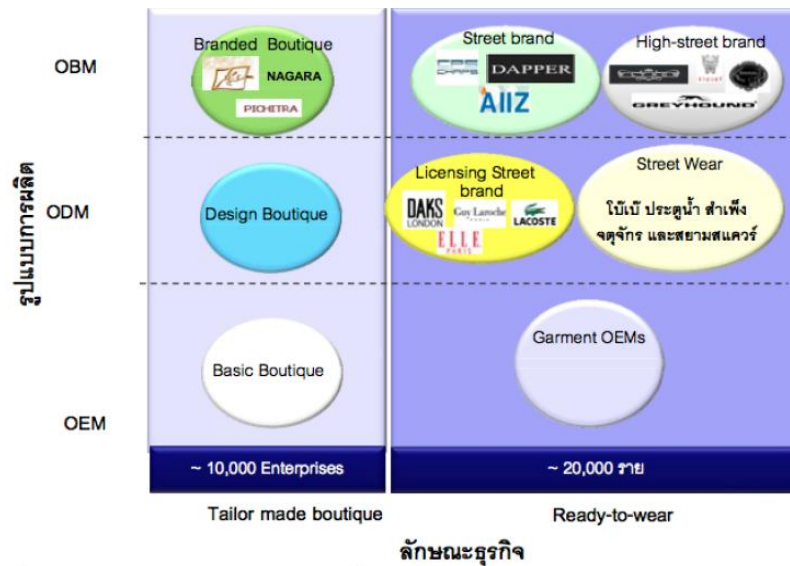
สิ่งแวดล้อมธุรกิจการค้าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงจากอดีตมากมาย ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่น ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การที่ข้อมูลข่าวสารส่งถึงกันทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วทำให้เกิดปรากฏการณ์การสวมใส่เสื้อผ้าเพื่อค่านิยมตามแฟชั่น ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ นำไปสู่กลยุทธ์ช่องทางวิธีการจัดจำหน่ายที่มีหลากหลายได้แก่

1. ธุรกิจการค้าปลีก (Retailing) ในปัจจุบันได้มีความเข้มแข็งและมีบทบาทมากขึ้น ธุรกิจค้าปลีกมีหลักและปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด นั่นคือกลุ่มธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบค้าปลีกสามารถเป็นตัวกลางสั่งซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องผลิตเองและจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งก่อให้เกิดผลต่างและรายได้ตามมา

2. ธุรกิจผู้ผลิต รูปแบบคือตั้งโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มโดยหน้าที่หลัก คือต้องสร้างระบบวางแผนการผลิตที่ดีมีแนวคิดริเริ่มรูปแบบต่างๆ ที่สร้างประสิทธิภาพต่อการผลิต พัฒนารูปแบบสินค้าที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้มากที่สุด พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การหาแหล่งวัตถุดิบที่ดีมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกส่วนหนึ่งด้านการบริหารจัดการในโรงงานต้องคำนึงถึงวิธีการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) ซึ่งต้องวางระบบให้มีการควบคุมได้ทั่วถึงซึ่งหลักการคือ สามารถควบคุมและพัฒนาให้เกิดการประสานงานที่ดีทั้งในองค์กรเดียวกันคือระหว่างแผนกหรือส่วนเดียวกัน และระหว่างองค์กรคือหน่วยงานต่อหน่วยงาน

3. การเป็นผู้จำหน่ายสินค้าภายใต้ชื่อตราสินค้า (Brand Name) ธุรกิจนี้สามารถทำรายได้มหาศาล เนื่องจากว่าเมื่อสามารถพัฒนาจนตราสินค้ามีชื่อติดตลาดตามกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้อย่างชัดเจนหน้าที่หลักของผู้จำหน่ายสินค้านี้คือต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ต่างจากกรณีที่โรงงานเป็นผู้รับจ้างผลิตแต่เพียงอย่างเดียว หรือที่เรียกว่า OEM (Original Equipment Manufacturer) แต่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบสินค้าและสั่งซื้อวัตถุดิบ ซึ่งปัจจุบันสถานการณ์ของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเป็นผู้รับจ้างผลิตกำลังเผชิญกับปัญหาปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ที่ลดน้อยลงและจากสถานะต้นทุนต่างๆ ที่สูงขึ้น โดยสืบเนื่องมาจากสถานะการแข่งขันที่รุนแรงที่เกิดจากประเทศที่มีศักยภาพทางการผลิตสินค้า เช่นเดียวกับประเทศไทย เช่น ประเทศจีน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม อินโดนีเซีย และอินเดีย เป็นต้น โดยภาพที่ 2.3 แสดงโครงสร้างของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มแฟชั่นของไทย (2554) ซึ่งจะมีลักษณะธุรกิจที่เป็นทั้ง OEM ODM และ OBM





ภาพที่ 2.3 โครงสร้างของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มแฟชั่นของไทย (2554)

ที่มา : <http://share-apparel.org/images/stories/download/KK30-03-2012updated.pdf>

สำหรับศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้นพบว่า มีศักยภาพในการแข่งขันสูงเมื่อพิจารณาในด้านวัตถุดิบ ประเทศไทยมีกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในด้านการผลิตการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรสิ่งทอไม่ได้มีความแตกต่างกันสำหรับด้านบุคลากรแรงงานของไทยโดยรวมมีทักษะทางการผลิตที่ดี ส่วนเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Research and Development) ผู้ประกอบการไทยยังมีความหลากหลายในการพัฒนาไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนา ด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการวิเคราะห์ความมีศักยภาพที่กล่าวมาจึงส่งผลต่อความสำคัญการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยภาพรวมเพื่อการส่งออก ซึ่งผู้ส่งออกสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม ควรตระหนักพร้อมรับมือกับกฎการค้าเสรีในรายละเอียดเรื่องข้อมูลการค้า สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ การกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งเปลี่ยนแนวคิดใหม่ เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการส่งมอบทันเวลา ราคาขายที่เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และการรักษาความพึงพอใจลูกค้าหลังการขายเพื่อให้เกิดความประทับใจและเกิดการซื้อซ้ำนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และสำหรับการค้าขายและการผลิตในปัจจุบันมีการดำเนินธุรกิจในโลกไร้พรมแดน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมีการรวมตัวกับอุตสาหกรรมในกลุ่มอาเซียนเพื่อเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในระดับภูมิภาคอาเซียน

ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าเอเชียได้ก้าวหน้าเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจโลก โดยสัดส่วน GDP ของเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) ต่อ GDP โลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากร้อยละ 9.7 ในปี 2541 เป็นร้อยละ 16.3 ในปี 2552 และมูลค่าส่งออกและนำเข้าของเอเชียคิดเป็นสัดส่วนราว 1 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกและนำเข้ารวมของทั้งโลก ส่งผลให้มีการเข้ามาลงทุนในตลาดเอเชียมากขึ้น (www.thailandwisdom.com/images/column) ดังนั้นอาเซียนจึงเห็นความสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจร่วมกัน หลังจากดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟตา (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ซึ่งบรรลุเป้าหมายในปี 2546 ดังนั้นการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 จึงได้มีความเห็นชอบให้มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่



การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งคล้ายคลึงกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community: EEC) โดยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีเป้าหมายเป็นฐานการผลิตเดียวกันมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานได้อย่างเสรี เช่น การเร่งลดภาษีสินค้าระหว่างกันในปี พ.ศ. 2553 และให้ลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ภายในปี พ.ศ. 2558 ใน 9 สาขาสำคัญ ได้แก่ สาขาเกษตร สาขาประมง สาขาผลิตภัณฑ์ไม้ สาขาผลิตภัณฑ์ยาง สาขาสัตว์ สาขายานยนต์ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขาภาพ และเปิดเสรีด้านการบริการ อีก 3 สาขา ได้แก่ สาขาการท่องเที่ยว สาขาการบิน สาขาโลจิสติกส์ โดยอาเซียนได้จัดทำแผนงานเชิงบูรณาการ (AEC Blueprint) ขึ้นเพื่อเป็นภาพรวมของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่ครอบคลุมทั้งสินค้า/บริการ การลงทุน แรงงาน และเงินลงทุนที่ใช้เปิดเสรีมากขึ้นในอนาคต เพื่อกำหนดทิศทางแผนงานที่ต้องดำเนินงานให้มีความชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายและสร้าง "พันธสัญญา" ระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวร่วมกัน (พณันท์ มงคลสิริวัฒน์, 2552) โดยกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นี้จะมีการดำเนินงานที่นำไปสู่การตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน โดยจะไม่มีกีดกันของการผลิต การค้า และการลงทุน นำไปสู่การไหลของสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานที่มีทักษะ รวมทั้งมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความเป็นภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงสุด และเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้าสู่เศรษฐกิจโลกได้เต็มรูปแบบ

การเปิดเสรี ภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น จะก่อให้เกิดการขยายตลาดโอกาสด้านการค้าและการลงทุน สร้างอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มที่ รวมทั้งเกิดการรวมตัวกันทางเครือข่ายทางธุรกิจใหม่ ซึ่งส่งผลให้ต่างชาติเกิดความสนใจที่จะเข้ามาทำการลงทุนในภูมิภาคมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจและช่วยกระตุ้นให้เกิดการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะส่งผลกระทบหลายประการ ต่อการค้าของประเทศไทยกับประเทศในอาเซียน โดยพบว่าสินค้าส่งออกหลายรายการของไทย นั้นยังมีความได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน แต่ก็จะมีสินค้าหลายรายการที่ จะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ซึ่งกลุ่มสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่คาดว่าจะได้เปรียบเมื่อเปิดการค้าเสรี เช่น ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์ ในตลาดอินโดนีเซีย เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ ในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น ขณะที่สินค้าส่งออกบางรายการจำเป็นต้องปรับตัว เช่น ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เม็ดพลาสติก ผ้าผืนในตลาดอินโดนีเซีย ยางพารา ผ้าผืนในตลาดฟิลิปปินส์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นจะเป็นการสร้างโอกาสและตลาดที่ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทย สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แล้วการเปิดเสรีภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น อาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโซ่อุปทาน เช่น เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากต้นทุนแรงงาน วัตถุดิบที่ถูกกว่า หรือเนื่องจากข้อจำกัดในด้านภาษี พิจารณาด้านศุลกากรมีข้อจำกัดน้อยลง ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศอื่นๆนี้ ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจเพื่อทราบถึงข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่จะส่งผลกระทบโดยตรงกับอุตสาหกรรม และเตรียมความพร้อมสำหรับรุก-รับไว้ล่วงหน้า เพื่อประโยชน์สูงสุดในสาขาด้านบริการและพัฒนาขีดความสามารถของไทยในตลาดอาเซียนและตลาดโลก (พณันท์ มงคลสิริวัฒน์, 2552)



อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มร้อยละ 1.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (ปี 2553) มูลค่าการส่งออก 102,386.57 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.7 ของการส่งออกรวมของไทย (ปี 2553) และแหล่งจ้างงานที่สำคัญที่ทำให้เกิดการจ้างงาน 810,850 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.1 ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม (2552) ซึ่งศักยภาพของการผลิตของประเทศไทยแสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ศักยภาพการผลิตของประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ปี	จำนวน		
	โรงงาน (แห่ง)	คนงาน (ราย)	จักรเย็บ (เครื่อง)
2546	2,658	841,520	758,460
2547	2,588	837,680	754,668
2548	2,541	825,650	752,300
2549	2,528	824,500	751,760
2550	2,488	818,530	749,100
2551	2,476	812,800	748,490
2552	2,458	810,850	737,875

ที่มา : Thailand Textile Institute (2553)

เมื่อแบ่งตามรายการสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่ส่งออกสำคัญของประเทศไทย ในปี 2553 จะเห็นได้ว่า 5 อันดับแรกของการส่งที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ชุดชั้นใน เสื้อชั้นในทำด้วยวัตถุดิบอื่น ๆ เสื้อผ้าเด็กทำด้วยผ้าฝ้าย เสื้อเชิ้ตและเสื้อชั้นในทำด้วยผ้าฝ้าย และเจอร์ซีทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ ตามลำดับ ซึ่งรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 รายการสินค้าเครื่องนุ่งห่มส่งออกที่สำคัญของไทย (2553)

รายการ	มูลค่าการส่งออก ล้านเหรียญสหรัฐฯ	สัดส่วน ร้อยละ	ตลาดส่งออกสำคัญ สัดส่วนร้อยละ
เสื้อชั้นใน	298.52	9.23	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 53.36 2. ประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 10.03 3. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 5.17
เสื้อชั้นในทำด้วยวัตถุดิบอื่น ๆ	249.79	7.72	1. ประเทศเบลเยียม ร้อยละ 17.02 2. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 14.48 3. ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 11.29
เสื้อผ้าเด็กทำด้วยผ้าฝ้าย	179.50	5.55	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 65.69 2. ประเทศอิตาลี ร้อยละ 3.59 3. ประเทศเม็กซิโก ร้อยละ 3.31
เสื้อเชิ้ต เสื้อชั้นในทำด้วยผ้าฝ้าย	174.01	5.38	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 35.13 2. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 14.69 3. สหรัฐอาหรับ ร้อยละ 3.78



ตารางที่ 2.2 (ต่อ) รายการสินค้าเครื่องนุ่งห่มส่งออกที่สำคัญของไทย (2553)

รายการ	มูลค่าการส่งออก ล้านเหรียญสหรัฐ ^a	สัดส่วน ร้อยละ	ตลาดส่งออกสำคัญ สัดส่วนร้อยละ
เจอร์ซีทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์	130.74	4.04	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 29.36 2. ประเทศสเปน ร้อยละ 22.67 3. ประเทศเยอรมนี ร้อยละ 14.47
กางเกงชั้นในสตรีทำด้วยฝ้าย	122.51	3.79	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 82.28 2. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 8.56 3. ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 1.63
กางเกงบุรุษทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์	117.58	3.63	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 70.79 2. ประเทศเบลเยียม ร้อยละ 5.18 3. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 4.94
กางเกงบุรุษทำด้วยฝ้าย	101.71	3.14	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 19.47 2. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 13.60 3. ประเทศเยอรมนี ร้อยละ 7.99
กางเกงชั้นในบุรุษทำด้วยฝ้าย	101.33	3.13	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 58.99 2. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 15.45 3. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 7.35
เชิ้ตบุรุษถักแบบนิทหรือโครเชต์ทำด้วยฝ้าย	100.11	3.09	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 58.29 2. ประเทศเยอรมนี ร้อยละ 12.30 3. ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 3.67
เชิ้ตบุรุษไม่ถักทำด้วยฝ้าย	92.75	2.87	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 34.03 2. ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 8.12 3. ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 7.96
เจอร์ซีทำด้วยฝ้าย	82.89	2.56	1. สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 48.06 2. ประเทศเยอรมนี ร้อยละ 20.88 3. ประเทศสเปน ร้อยละ 6.51

ที่มา : World Trade Atlas (2553)



2.1.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มภายในอาเซียน

จากสถิติการส่งออกสินค้าในประเทศไทยที่มีความได้เปรียบและเสียเปรียบในตลาดอาเซียนหลังการเปิดเสรีการค้าอาเซียน สรุปได้ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 สินค้าส่งออกของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบและที่ต้องปรับปรุง

ตลาดส่งออก	สินค้าที่ได้เปรียบของประเทศไทย	สินค้าที่ต้องปรับตัวของประเทศไทย
ประเทศอินโดนีเซีย	ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ยาง ผลไม้สด แช่เย็นแช่แข็ง เพอร์นิเจอร์และ ชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ เครื่องสำอางและสบู่	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผ้าฝ้าย เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติก
ประเทศมาเลเซีย	เสื้อผ้าสำเร็จรูป เพอร์นิเจอร์และ ชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	ข้าวโพด อาหารสัตว์เลี้ยง ผ้าฝ้าย หนัง และผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด วงจรพิมพ์
ประเทศฟิลิปปินส์	ข้าวโพด อาหารสัตว์เลี้ยง เส้นใย ประดิษฐ์ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและ ส่วนประกอบปูนซีเมนต์	ยางพารา ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์ ผ้าฝ้าย เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์
สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาล ทราย ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ยาง ผลไม้ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง และส่วนประกอบรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ปูนซีเมนต์	ยางพารา อาหารสัตว์เลี้ยง
ราชอาณาจักรกัมพูชา	ผลิตภัณฑ์ยาง อาหารสัตว์เลี้ยง เพอร์เจอร์และชิ้นส่วน ตู้เย็น ตู้แช่ แข็งและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ พลาสติก เคมีภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าว ข้าวโพด ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์ ผ้าฝ้าย
สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เครื่องดื่ม เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบคอมพิวเตอร์	ผ้าฝ้าย หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอก และหนังอัด เครื่องรับวิทยุ โทรศัพท์ และส่วนประกอบ ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง
ประเทศสิงคโปร์	เครื่องดื่ม	-
ประเทศบรูไนดารุสซาลาม	ผลิตภัณฑ์ยาง	-

ที่มา : ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2553)



จากตารางที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าสินค้าเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเมื่อเทียบกับการแข่งขันภายในอาเซียน ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศกัมพูชา เป็นต้น ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องมีการผลักดันและสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้ได้เปรียบกับคู่แข่งภายในประเทศอาเซียน

ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2553 หลังจากมีการลดภาษีการค้าระหว่างกันลงเหลือร้อยละ 0 พบว่าการส่งออกของประเทศไทยไปอาเซียน 9 ประเทศมีมูลค่ารวม 40,638.2 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันกับปี 2552 ร้อยละ 39.1 จากที่หดตัวร้อยละ 22.9 ในช่วงเดียวกันกับปี 2552 โดยการส่งออกไปยังอาเซียนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.8 ของมูลค่าการค้ารวมของประเทศไทยกับโลก ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบัน ขณะที่ตลาดส่งออกหลักคือสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 11.1, 10.4 และ 10.3 ของการส่งออกรวม ตามลำดับ ส่วนการนำเข้าของประเทศไทยจากอาเซียนมีมูลค่ารวม 27,567.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันกับปี 2552 ร้อยละ 23.4 จากที่หดตัวร้อยละ 21.1 ในช่วงเดียวกันกับปี 2552

ภาพที่ 2.4 แสดงการส่งออกของเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยพบว่ามีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 840 ล้านบาทในไตรมาสสุดท้ายของปี 2555 มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 5.91 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันที่ผ่านมา



ภาพที่ 2.4 อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย (2555)

ที่มา : <http://www.thaitextile.org/MAIN/documents/ForecastV11.pdf>

ภาพรวมการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มเมื่อแยกตามหมวดของสินค้าจะพบว่า หมวดเสื้อผ้าในเดือนมกราคม – พฤษภาคม ปี 2555 ลดลงอัตราร้อยละ -10.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปี 2554 คิดเป็นมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 3,274.99 ล้านบาท โดยมีการขยายตัวเป็นลบในทุกหมวดสินค้า ยกเว้นสินค้าในหมวดถุงมือและถุงเท้า ดังแสดงในตารางที่ 2.4



ตารางที่ 2.4 การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			อัตราการขยายตัว (%)		
	2554	2554 (ม.ค.-พ.ค.)	2555 (ม.ค.-พ.ค.)	2554	2554 (ม.ค.-พ.ค.)	2555 (ม.ค.-พ.ค.)
ยอดการส่งออกรวม	3,274.99	1,331.57	1,209.12	2.16	13.41	-9.20
1. เสื้อผ้า	2,851.81	1,161.39	1,035.14	2.55	13.73	-10.87
1.1 ผลิตจากผ้าฝ้าย	1,081.86	452.57	380.66	-5.51	5.88	-15.89
1.2 ผลิตจากเส้นใยสังเคราะห์	882.08	334.02	339.12	10.47	19.84	1.53
1.3 ผลิตจากผ้าไหม	7.05	3.26	1.73	-14.75	5.33	-47.04
1.4 ผลิตจากขนสัตว์	44.25	11.36	6.94	-1.82	31.50	-38.92
1.5 ผลิตจากวัตถุดิบอื่นๆ	576.34	250.22	238.06	8.66	17.00	-4.86
1.6 เสื้อผ้าเด็ก	260.24	109.97	68.64	2.58	22.98	-37.58
2. ชุดชั้นในและเครื่องประดับ	308.52	129.41	128.71	-3.94	8.51	-0.54
3. ถุงเท้าและถุงน่อง	98.03	34.48	37.64	16.45	23.51	9.15
4. ถุงมือ	16.63	6.28	7.63	-15.62	8.87	21.42

ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department (2010)

2.1.3 โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิต

ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและการจ้างงานอย่างมาก มีการแข่งขันกันสูง ทำให้ผู้ประกอบการในยุคโลกาภิวัตน์ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทำให้ต้องตระหนักถึงการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมและเหนือคู่แข่งเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจอย่างยั่งยืนในทุกสถานการณ์ ข้อมูลทางด้านต้นทุนจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความสามารถให้กับกิจการ เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารทางด้านต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ และจะทำให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดี ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ นั้นกิจการจำเป็นต้องเลือกเทคนิคการคำนวณต้นทุนที่เหมาะสมและสร้างประโยชน์ให้กับกิจการมากที่สุด การปฏิบัติงานที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบันจะต้องสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ต้นทุนต่ำ และสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วทั้งในด้านการส่งมอบ การออกแบบ และการเปลี่ยนแปลงขนาดการผลิต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นการบริหารต้นทุนในสถานะแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันในปัจจุบันประกอบด้วยเทคนิคการบริหาร



ต้นทุน เช่น การคำนวณต้นทุนแบบเดิม การบริหารต้นทุนตามกิจกรรม การผลิตแบบลีน การบริหารต้นทุนแบบทันเวลา การบริหารต้นทุนคุณภาพ ต้นทุนตามเป้าหมาย ต้นทุนที่ปรับปรุงต่อเนื่อง ต้นทุนวงจรอายุ และต้นทุนสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ต้นทุนการผลิต หมายถึง มูลค่าของสิ่งที่เสียไปเพื่อให้ได้ประโยชน์ตอบแทนในรูปของสินค้าหรือบริการ อาจแบ่งได้หลายประเภทตามวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ประกอบด้วย

1. **วัตถุดิบทางตรง (Direct Material)** หมายถึง ต้นทุนของวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปและสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและวัดปริมาณได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเป็นจำนวนและราคาเท่าใด วัตถุดิบทางตรงจะเป็นต้นทุนผันแปรคือถ้าผลิตสินค้าจำนวนมากค่าวัตถุดิบทางตรงก็จะมาก ถ้าผลิตสินค้าจำนวนน้อยค่าวัตถุดิบทางตรงก็จะน้อย

2. **ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor)** หมายถึง ต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ค่าแรงงานทางตรงสามารถวัดจำนวนการทำงานได้แน่นอนในรูปชั่วโมงการทำงานหรือผลผลิต

3. **ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead)** หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรง และค่าแรงงานทางตรง

ตารางที่ 2.5 แสดงถึงโครงสร้างต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในอดีตซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544) ได้ทำการสำรวจไว้ พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีต้นทุนด้านวัตถุดิบถึงร้อยละ 60 จำแนกเป็น ค่าวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 27 นำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 33 และที่เหลือจำแนกเป็นค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 20 เท่ากัน

ตารางที่ 2.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (หน่วย : ร้อยละ)

โครงสร้างต้นทุน (ร้อยละ)	เส้นใยสังเคราะห์	เส้นใยฝ้าย	เส้นด้ายสังเคราะห์	เส้นด้ายฝ้าย	ผ้าผืน	พอกย้อมพิมพ์ลายและแต่งสำเร็จ	เครื่องนุ่งห่ม
ค่าวัตถุดิบในประเทศ	14.2	7.3	61.7	62.1	55-60	0	33
ค่าวัตถุดิบนำเข้า	58.6	83.5	0	0	0	48	27
ค่าแรงงาน	3.8	4.6	9.6	9.5	8-10	15	20
ค่าสาธารณูปโภค	10.9	1.1	10.6	10.4	10-15	14	0
ค่าเสื่อมราคา	6.1	0.4	5.6	5.5	0	9	0
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	6.7	4.41	13.03	12.93	20-25	14.65	20

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544)

2.2 AEC กับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของระบบโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ซึ่งเน้นการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ไม่จำเป็นต้องลงทุนสูงและใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนมากนัก แต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ค่อนข้างสูง ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังใช้เครื่องจักรที่มีอายุการใช้งานมานานแต่ก็ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูง



นอกจากนี้แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการถัก

สำหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเช่น อุตสาหกรรมไหม อุตสาหกรรมนอนวูฟเวนซึ่งผลิตผ้าอ้อมเด็ก ชุดผ่าตัดของแพทย์ ผลิตภัณฑ์ไว้ใช้ในโรงพยาบาล และ อุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อการเคหะ เป็นต้น ที่ผ่านมามีประเทศไทยได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานโดยผลิตตามคำสั่งซื้อ (OEM) แต่ผลจากค่าแรงที่สูงขึ้นทำให้ผู้ว่าจ้างได้ย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่นที่มีค่าแรงต่ำกว่า เช่น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ประเทศจีน ประเทศบังคลาเทศ และประเทศอินเดีย เป็นต้น ดังนั้นประเทศไทยควรมีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสินค้าที่เป็นตราสินค้า (Brand Name) ของไทยเอง และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีความรวดเร็วและแม่นยำขึ้น ซึ่งได้สรุปถึงผลกระทบและโอกาสของ AEC ต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในตารางที่ 2.6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2.6 ผลกระทบ/โอกาสของ AEC ต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

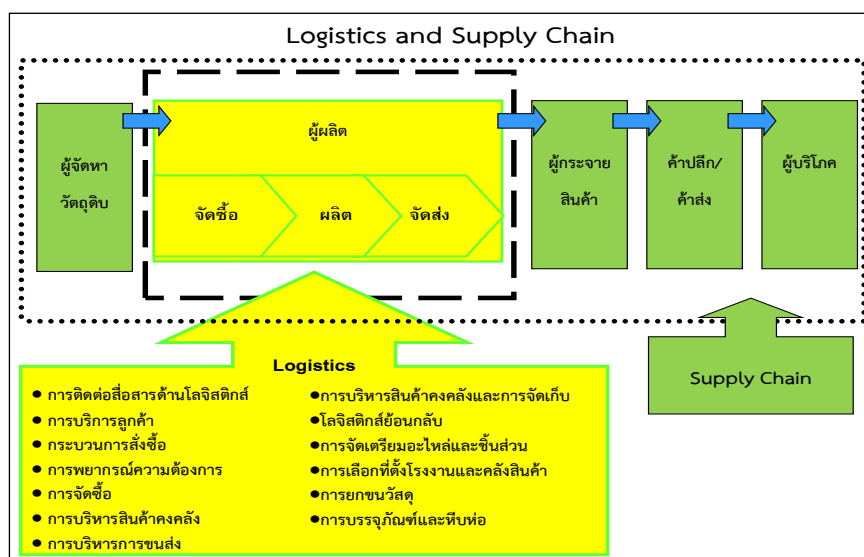
ปัจจัย	ผลกระทบ/โอกาส
1. วัตถุดิบ การผลิต ต้นทุนการผลิต และมาตรฐาน	- วัตถุดิบและวิธีการผลิตมีความหลากหลายขึ้น - ลดต้นทุนการผลิตโดยการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่ค่าแรงถูกกว่า เช่น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและสหภาพเมียนมาร์
2. แรงงานภายในประเทศ และการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ	- มีการพัฒนาฝีมือแรงงานอยู่ตลอดเวลา เมื่อจำนวนแรงงานลดลงก็ไม่กระทบยอดการส่งออก - สามารถใช้แรงงานราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้านได้ - ปัจจุบันมีจำนวนแรงงานต่างด้าวในระบบมากกว่าแรงงานในระบบเกือบ 2 เท่า - ขาดแคลนแรงงานประเภทช่างตัดเย็บในประเทศ - คุณภาพของแรงงานยังไม่ดีเท่าที่ควร
3. ตลาด สินค้า และลูกค้า	- สินค้าหลักของไทยมีน้อยชนิด - การทำตลาดในอาเซียนทำได้ แต่ยังเป็นอุปสรรคอยู่มากต่อโรงงานขนาดเล็ก โดยเฉพาะการพยายามพัฒนาสินค้าตามยุคสมัยและค่านิยม
4. การลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ	- ต่างชาติเริ่มทยอยย้ายฐานการลงทุนออกจากประเทศจีนเพราะไม่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น จึงเป็นโอกาสของประเทศในกลุ่มอาเซียน
5. อุตสาหกรรมสนับสนุนและโลจิสติกส์	- ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในเรื่องอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ครบวงจร
6. อัตราภาษี ระเบียบพิธีการศุลกากร	- ได้สิทธิประโยชน์นำเข้าของประเทศเพื่อนบ้านในการส่งสินค้าไปขายยังทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา - มีมาตรการป้องกันสารปนเปื้อนในเสื้อผ้าเด็ก ซึ่งสินค้าไทยได้มาตรฐานและสามารถส่งออกได้

ที่มา : คู่มือเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (2552)



2.3 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในการศึกษาวิเคราะห์การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นต้องทำการศึกษาโซ่อุปทานของสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งทำให้สามารถมองเห็นการเชื่อมโยงของกิจกรรมภายในโซ่อุปทานได้ โดยจุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการและมีต้นทุนที่แข่งขันได้ โดยจะเห็นว่าจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การเคลื่อนย้าย การผลิต การจัดเก็บ และการกระจายสินค้า หากสถานประกอบการอุตสาหกรรมของไทยมีการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะทำให้สามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์เพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิต ทำให้สินค้าและบริการมีต้นทุนโดยรวมที่ถูกลง เสริมสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ จะเห็นว่าโลจิสติกส์มีความเกี่ยวข้องอย่างมากและมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการค้าและอุตสาหกรรมของไทย เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



ภาพที่ 2.5 กระบวนการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ที่มา : ปรับปรุงจาก สุรพล ว่องวัฒนโรจน์ (2547)

2.3.1 ความหมายของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

นิยามโลจิสติกส์ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดมาจาก The Council of Logistics Management (CLM) ซึ่งเป็นองค์กรทางด้านวิชาชีพโลจิสติกส์ของสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวไว้ว่าการจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารระบบโซ่อุปทาน กล่าวคือโลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการระบบภายในองค์กร ขณะที่การบริหารโซ่อุปทานเป็นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร ซึ่งหัวใจสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ คือ “ระบบ” โดยต้องมีการวางแผนการนำกิจกรรมต่างๆ ไปปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้และที่สำคัญคือ ระบบต้องสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ การจัดการโลจิสติกส์ต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถควบคุมและลดต้นทุนต่างๆ ได้ ในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูลในระบบจะมีการไหลทั้งไปและกลับ เช่น เมื่อมีการขายสินค้าจะต้องมีระบบที่สามารถรองรับกับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนมาเพื่อซ่อมแซมหรือทำลายทิ้ง



จะทำให้กระบวนการไหลของระบบเป็นไปอย่างสมบูรณ์ การกำหนดขอบเขตของการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการภายในองค์กร กิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นขององค์กร เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ส่วนกิจกรรมที่สิ้นสุดตามหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดจำหน่าย เป็นต้น (ฐาปนา บุญหล้า, 2549)

กระบวนการจัดการโซ่อุปทาน คือ การรวบรวมเอากิจกรรมด้านการบริหารที่เกี่ยวข้องกับกลไกของโซ่อุปทานมารวมกัน (Koh et al., 2007) โดยถูกแบ่งเป็นกลุ่มตามลักษณะการบริหารขององค์กรและศาสตร์แขนงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การตลาด การจัดซื้อจัดหา การผลิต การบริหารความสัมพันธ์ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กรว่าควรจะให้มีความสำคัญกับกิจกรรมใดบ้าง โดย Tan et al. (2002) ได้ศึกษากระบวนการบริหารจัดการโซ่อุปทานซึ่งประกอบด้วย 6 กลุ่มคือ การบูรณาการโซ่อุปทาน (Supply Chain Integration) การแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในโซ่อุปทาน (Information Sharing) การจัดการโครงสร้างของโซ่อุปทาน (Supply Chain Characteristics) การบริหารจัดการการบริการลูกค้า (Customer Service Management) ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Proximity) และความสามารถในการดำเนินงานแบบ Just-in-time (JIT Capability) ต่อมา Mohan (2003) ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมในประเทศอินเดียและให้ความสำคัญกับกระบวนการบริหารจัดการโซ่อุปทาน โดยแบ่งเป็น 4 มิติ คือ การจัดการกลยุทธ์ด้านโซ่อุปทาน (Supply Chain Strategy) การบูรณาการโซ่อุปทาน (Supply Chain Integration) การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) และการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี (Infrastructure and Technology Deployment) ซึ่ง Ulusoy (2004) ได้ศึกษาและแบ่งตามมุมมองออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ประกอบด้วยการจัดการโลจิสติกส์ ความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ ความสัมพันธ์กับลูกค้าและการผลิต ส่วน Li et al. (2006) ได้ให้ความสนใจใน 5 ด้านของกระบวนการบริหารจัดการโซ่อุปทาน ได้แก่ กลยุทธ์การบริหารผู้ส่งมอบ ซึ่งให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ส่งมอบ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า ค่าติชม และความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร คุณภาพของข้อมูล และความสามารถในปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับตลาด สำหรับงานวิจัยของ Chow et al. (2008) ซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการผู้ส่งมอบและลูกค้า โครงสร้างของโซ่อุปทาน การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยในปีเดียวกัน Sauber et al. (2008) ได้แนะนำถึงกิจกรรมในกระบวนการบริหารจัดการ โดยแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย การจัดซื้อจัดหา (Procurement) การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (Customer Relationship Management) การจัดการระบบโลจิสติกส์และการกระจายสินค้า (Logistics and Distribution) การจัดการการผลิต (Operations Management) การวางแผนการจัดการโซ่อุปทาน (SCM Planning) และการจัดการระบบการสื่อสารและเทคโนโลยี (Information Technology)

2.3.2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์

กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์แบ่งได้เป็น 13 กิจกรรม โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่เป็นกิจกรรมหลักขององค์กรมีทั้งหมด 8 กิจกรรม และกลุ่มที่เป็นกิจกรรมสนับสนุนการทำงานขององค์กรมีทั้งหมด 5 กิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (<http://www.lopburi.go.th/logistic.htm>)

1. การบริการลูกค้า (Customer Service)
2. การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing)



3. การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting)
4. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
5. กิจกรรมการขนส่ง (Transportation)
6. การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage)
7. โลจิสติกส์ย้อนรอย (Reverse Logistics)
8. การจัดซื้อ (Purchasing)
9. การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ (Part and Service Support)
10. การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
11. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)
12. การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications)

กิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรม อาจนำมาจัดเป็นกลุ่มได้ 5 กลุ่ม คือกิจกรรมทางด้านการบริหารจัดการการผลิต การตลาดและการบริการลูกค้า การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆ การกระจายสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดส่ง

2.3.3 องค์ประกอบและความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) เป็นการนำกลยุทธ์ วิธีการ แนวปฏิบัติ หรือทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ใน การดำเนินการร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำคือ ผู้ส่งมอบ ไปจนถึงปลายน้ำ คือ ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ตลอดทั้งโซ่อุปทาน พร้อมกันนี้ทุกๆ บริษัทไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือลูกค้าจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน นอกจากนี้จะทำให้ต้นทุนการดำเนินงานในโซ่อุปทานต่ำที่สุดแล้ว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย ซึ่งหลักการพื้นฐานของการจัดการโซ่อุปทาน สามารถพิจารณาออกเป็น 3 มิติ ได้แก่

มิติแรกคือ การผสมผสานข้อมูล (Information Integration) โดยจะเป็นเรื่องของ การนำข้อมูล ที่ไหลผ่านระบบ SCM มาแลกเปลี่ยนให้รับรู้ภายในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องที่อยู่ในองค์กรเดียวกัน เช่น ข้อมูลการขาย ข้อมูลสินค้าคงคลัง ข้อมูลการผลิต การตลาด และการขนส่งสินค้า เป็นต้น

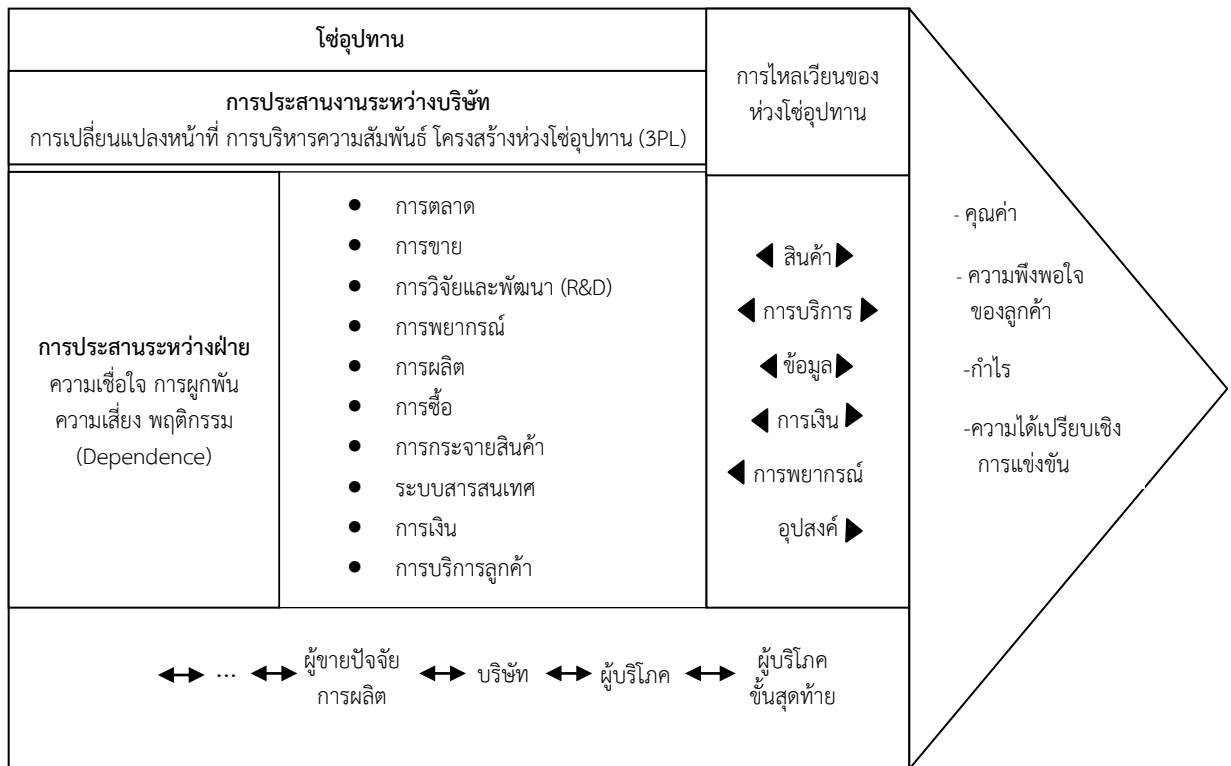
มิติที่สองคือ การร่วมมือกัน (Collaboration) หมายถึงการร่วมมือกันทำงาน การตัดสินใจทั้งภายในองค์กรและต่างองค์กร เพื่อให้การดำเนินการของแต่ละหน่วยงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น ผู้ผลิต อาจจะมีการร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายหลักของบริษัทในวางแผนการผลิตในอนาคต หรือถ้าเป็นกิจการร้านค้าปลีกก็อาจจะให้ผู้ส่งมอบได้เข้ามาช่วยบริหารสินค้าคงคลัง (Vendor Managed Inventory - VMI) หรือเติมเต็มสินค้าอย่างต่อเนื่อง (Continuous replenishment - CRP)

ส่วนมิติที่สาม คือ การเชื่อมโยงระหว่างองค์กร (Organizational Linkage) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ที่ถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็ว อันจะเป็นการทำให้เกิด การร่วมมือและประสานงานกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้กระบวนการ SCM สมบูรณ์ขึ้น มากขึ้น สามารถทำได้โดย การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เช่น EDI (Electronic Data Interchange) และการติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรจำเป็นต้องมีเครื่องมือประเมินผลการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายประกอบไปด้วย โดยรูปแบบจะขึ้นอยู่กับผลการตัดสินใจร่วมกันของทุกฝ่าย

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการจัดการโซ่อุปทานจึงมุ่งเน้นไปที่ความมีประสิทธิภาพจากการดำเนินงานและประสิทธิผลทางด้านต้นทุน (Cost Effective) ซึ่งต้องมีการบริหารกิจกรรมในหลายมิติ



(Multi-Dimensional Management) เช่น การประสานกิจกรรมภายในฝ่ายงาน (Intra-functional Activities) การประสานกิจกรรมระหว่างฝ่ายงาน (Inter-functional Activities) และการประสานกิจกรรมระหว่างบริษัทภายในโซ่อุปทาน (Inter-organizational)



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองการบริหารโซ่อุปทาน

ที่มา: Mentzer et al. (2001)

ในการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการที่ต้องดำเนินการ ซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบต่างๆ ในการบริหารจัดการโซ่อุปทานได้ดังนี้ (ธนิต โสรัตน์, 2550)

1. การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) การจัดการความสัมพันธ์เป็นการจัดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับคู่ค้าที่เป็นแหล่งกำเนิดของผู้ส่งมอบ (Source of Suppliers) และลูกค้าปลายทางที่เป็นลูกค้าขั้นสุดท้าย (End Customers) แต่ต้องพัฒนาไปสู่ระดับที่เป็นพันธมิตรที่ดีที่มีความยุติธรรมทางธุรกิจต่อกันรวมถึงการไว้วางใจและเชื่อถือต่อกัน ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มทำให้โซ่อุปทานกลายเป็นโซ่แห่งคุณค่าที่เรียกว่า Value Chain

2. การจัดการความร่วมมือ (Chain Collaborate Management) การจัดการความร่วมมือระหว่างองค์กรหรือระหว่างหน่วยงานต่างบริษัท เพื่อให้เกิดการประสานภารกิจ (Co-ordination) จะส่งผลต่อต้นทุนรวมและส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของทุกธุรกิจภายในโซ่อุปทาน

3. การจัดการความน่าเชื่อถือ (Reliability Value Management) การเพิ่มระดับของความเชื่อมั่นที่มีต่อการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลาไปสู่ความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือในการที่จะเพิ่ม



ประสิทธิภาพของการจัดการความสิ้นไหลของสินค้าในโซุ่ปทาน ภายใต้เงื่อนไขของข้อจำกัดของสถานที่ ต่อเงื่อนไขของเวลา (Place & Time Utility) เป็นปัจจัยต่อการลดต้นทุนสินค้าคงคลังส่วนเกินหรือเรียกว่า Buffer Inventory

4. การรวมพลังทางธุรกิจ (Business Synergy) ความร่วมมือทางธุรกิจในกลุ่มของผู้ส่งมอบใน โซุ่ปทานทั้งที่มาจากอุตสาหกรรมสนับสนุน (Support Industries) เช่น ผู้ผลิตกล่อง ผู้ผลิตฉลาก ผู้ผลิต วัสดุพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุ ผสม และประกอบ รวมตลอดไปจนถึงธุรกิจให้บริการ ด้าน โลจิสติกส์ โดยบริษัทจะต้องมียุทธศาสตร์ในการจัดการความสมดุลของความสัมพันธ์ของคู่ค้า (Supplier Relationship Management: SRM) กับความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ทั้งระบบการสื่อสาร การประสานผลประโยชน์ที่เป็น Win-Win Advantage และการใช้ยุทธศาสตร์ร่วมกันภายใต้ลูกค้าคนสุดท้ายเดียวกัน

2.3.4 การจำลองกระบวนการในโซุ่ปทาน

อุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มในปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่ซับซ้อน และมีตัวแปรที่มีความไม่แน่นอน เกี่ยวข้องเช่น ความไม่แน่นอนของลูกค้า เป็นต้น ในการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ จึงทำได้ยาก นอกจากนั้นการรวมตัวกันเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ขึ้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะนำแบบจำลองสถานการณ์มาใช้เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นว่า จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มอย่างไร โดยทางทฤษฎีแล้วแบบจำลองสถานการณ์แบ่งออก ได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. แบบจำลองแบบสถิต (Static Model) และแบบจำลองพลวัต (Dynamic Mode) การจำลอง สถานการณ์แบบสถิตเป็นการจำลอง ณ เวลาหนึ่ง โดยที่เวลาไม่ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการจำลอง การ จำลองสถานการณ์นี้มีอีกชื่อหนึ่งว่า การจำลองสถานการณ์แบบมอนติคาร์โล (Monte Carlo Model) เช่น การจำลองตัวแบบทางการเงิน ส่วนการจำลองแบบพลวัตเป็นการจำลองระบบที่สามารถเปลี่ยนแปลง ไปตามเวลาได้ เช่น การจำลองระบบแถวคอย เป็นต้น

2. แบบจำลองแบบต่อเนื่อง (Continuous Model) และแบบจำลองไม่ต่อเนื่อง (Discrete Model) การจำลองสถานการณ์แบบต่อเนื่องเป็นการจำลองที่สามารถทราบสถานะของระบบได้ ตลอดเวลา เช่น ปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำที่มีการไหลเข้า-ออก เป็นต้น ส่วนการจำลองแบบไม่ต่อเนื่องเป็น การจำลองระบบที่มีการเปลี่ยนแปลง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

3. แบบจำลองแบบเชิงกำหนด (Deterministic Model) และแบบจำลองแบบเพ้นสุ่ม (Stochastic Model) การจำลองสถานการณ์แบบเชิงกำหนด เป็นการจำลองสถานการณ์ไม่มีความเสี่ยง เนื่องจากข้อมูลป้อนเข้าไม่ได้เป็นแบบสุ่ม (Non-Random Input Data) จึงไม่ก่อให้เกิดความแปรปรวน ทุกอย่างเกิดขึ้นในปริมาณที่แน่นอน ส่วนการจำลองสถานการณ์แบบเพ้นสุ่มจะใช้ข้อมูลป้อนเข้าแบบสุ่ม (Random Input Data) จึงทำให้มีความแปรปรวนหรือความเสี่ยงจากข้อมูลที่ป้อนเข้าไป

2.4 เกณฑ์การประเมิน (Evaluation Criteria)

เกณฑ์การประเมิน เป็นเครื่องมือ ใช้สำหรับตัดสินคุณภาพของผลงาน ผลการกระทำ หรือการ ปฏิบัติ เป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการประเมินผล เนื่องจากการประเมินเป็นกระบวนการในการพิจารณา ตัดสินลักษณะของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ต้องการประเมิน เพื่อกำหนดคุณภาพหรือคุณค่าภายใน หรือมูลค่าของ สิ่งนั้นๆ ที่สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายหนึ่งๆ (บาลินท์ ท้ามตัน, 2546)



2.4.1 ความหมายและคุณสมบัติของเกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์ หมายถึง ระดับที่ใช้ในการตัดสินความสำเร็จของการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ที่กำหนด (สุวิมล ว่องวาณิช, 2544) หรือหมายถึงความมุ่งหวังหรือความปรารถนาของจุดมุ่งหมายหนึ่ง ๆ ซึ่งบรรยายคุณสมบัติหรือลักษณะที่เป็นความสำเร็จ เช่น ในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่ใช้สำหรับการประเมินอาจประกอบด้วยราคาขาย ขนาด บรรจุภัณฑ์ ความสวยงาม ความแข็งแรงคงทน เป็นต้น (องอาจ นัยวัฒน์, 2544) ซึ่งเกณฑ์ควรมีลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ การนิยามหรือการยกตัวอย่างจะต้องมีความชัดเจนและจะต้องมีสเกล (Scale) ที่แสดงถึงระดับของคุณภาพ เพื่อเป็นการให้คะแนน ช่วงห่างของการให้คะแนนจะต้องเป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน เช่น 1, 2, 3 คะแนน และจะต้องมีมาตรฐานที่เด่นชัดในแต่ละระดับของการให้คะแนน มีคำอธิบายที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการปฏิบัติงานสำหรับสเกลแต่ละระดับว่าในการให้คะแนนนั้นหมายความว่าอย่างไร เพื่อช่วยให้คะแนนมีความเชื่อมั่นไม่ลำเอียง เป็นต้น

การประเมินเป็นวิธีการหรือเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จของงานตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในระดับหน่วยงานขององค์กรต่างๆ การประเมินจะช่วยให้ทราบว่าสิ่งที่ดำเนินการอยู่เป็นอย่างไร สามารถจัดการปัญหาได้อย่างไร และจะปรับปรุงการปฏิบัติงานได้อย่างไร เป็นต้น ดังนั้นการประเมินจะประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับได้จะต้องพิจารณาเลือกใช้เกณฑ์ให้สอดคล้องกับสิ่งที่ประเมินและหน้าที่ของการประเมิน ซึ่งเกณฑ์ที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้ (บาลินท์ ท้ามตัน, 2546)

1. ครอบคลุมทุกมิติที่เป็นความต้องการและความคาดหวังของสิ่งที่ประเมินทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ
2. บ่งชี้การยอมรับปริมาณหรือคุณภาพแต่ละระดับชัดเจน
3. มีความเที่ยงและเป็นปรนัย
4. ไม่สูงหรือต่ำเกินไป
5. เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือค่านิยมของสังคมนั้น
6. มีความตรงภายในและมีความตรงภายนอก
7. เป็นที่ยอมรับ
8. มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรม
9. ทำลายต่อการปฏิบัติ

2.4.2 แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต้นแบบ

แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เริ่มต้นจากการนำข้อมูลต่างๆ มาศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และอภิสังเคราะห์ ซึ่งจะเป็นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ บทความ งานวิจัย หนังสือ และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ของแบบประเมินการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของ ทาคะโอะ เอคาวะ (Enkawa, 2005) มาเป็นแบบประเมินศักยภาพต้นแบบ ซึ่งเกณฑ์ประเมินดังกล่าวนี้ในประเทศไทยได้มีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลายอุตสาหกรรม อาทิเช่น อภิชาติ โสภางค์และคณะ (2551) ได้นำแบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ดังกล่าวมาใช้ใน อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค นอกจากนี้ ดนุพันธ์ วิสุวรรณ และ



วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ (2552) ได้นำแบบประเมินไปประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น ซึ่งเกณฑ์การประเมินศักยภาพต้นแบบนั้นได้จำแนกการประเมินกลยุทธ์หลักเป็น 4 ด้านดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย อีก 22 ดัชนี แสดงดังตารางที่ 2.1 อย่างไรก็ตามแบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต้นแบบของทาคะโอเอ เอเควานี้เป็นแบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ที่ใช้ในการประเมินอุตสาหกรรมทั่วไป ซึ่งไม่ได้เจาะจงไปที่อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง

ตารางที่ 2.7 กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

กลยุทธ์	ดัชนี
1. กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร	1. กลยุทธ์ระดับองค์กรในการให้ความสำคัญกับระบบการบริหารโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ 2. การทำสัญญาร่วมกับผู้ส่งมอบ และระดับในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน 3. การทำสัญญาร่วมกับลูกค้า และระดับในการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน 4. ระบบในการประเมินสมรรถภาพ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า 5. ระบบในการฝึกอบรม และการประเมินผลพนักงาน
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน	1. กลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์ทรัพยากร และออกแบบระบบโลจิสติกส์ให้เหมาะสมที่สุด 2. ความสามารถในการพยากรณ์อุปสงค์ และแนวโน้มของลูกค้า 3. ความถูกต้อง แม่นยำและความสามารถในการวางแผนการบริหารโซ่อุปทาน 4. การควบคุม และการติดตามการให้บริการ (ผลิตภัณฑ์/ชิ้นส่วน WIP) ความถูกต้องแม่นยำ และความสามารถในการตรวจสอบ 5. มาตรฐานในแต่ละกระบวนการ และการนำมาตรฐานนั้นๆ ไปใช้



ตารางที่ 2.7 (ต่อ) กลยุทธ์และดัชนีในการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

กลยุทธ์	ดัชนี
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	1. ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-in-time: JIT) 2. รอบในการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และกระแสเงิน 3. ช่วงเวลานำการสั่งซื้อของลูกค้าจนลูกค้าได้รับสินค้า 4. การประเมินสมรรถภาพ และคุณภาพการขนส่ง 5. การรับรู้สถานะของสินค้าคงคลังในโซ่อุปทาน และค่าเสียโอกาส 6. กิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่องค์กรมีส่วนร่วม 7. ค่าโลจิสติกส์โดยรวม ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการถือครองสินค้า (เช่น บริการคำสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นต้น)
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. ขอบข่ายของการใช้ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นสำหรับคู่ค้าผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI) 2. การใช้ระบบบาร์โค้ด หรือระบบติดตามสินค้า (Automatic Identification and Data Capture: AIDC) 3. การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการดำเนินงาน และการตัดสินใจ (เช่น โปรแกรมในการวางแผนทรัพยากรองค์กร โปรแกรมการวางแผนโซ่อุปทาน เป็นต้น) 4. การใช้หมายเลขมาตรฐาน และรหัสในการระบุสินค้า 5. ระบบการตัดสินใจ และการสนับสนุนองค์กรคู่ค้าในโซ่อุปทาน

2.4.3 ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554 โดยมีภารกิจสำคัญประการหนึ่งคือ การลดต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยในภาพรวม (Cost Efficiency) โดยมีตัวชี้วัดตามมาตรฐานสากล คือ สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลและคำนวณตัวชี้วัดดังกล่าว โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และปรับปรุงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2551 เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่ง คือ การใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามและประเมินผลการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในภาพรวมและใช้เป็นข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการวางแผนการพัฒนาในอนาคตให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมต่อไป และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันจึงได้กำหนดนิยามสำคัญที่จะให้เกิด ความเข้าใจ ที่ให้ตรงกัน คือ ต้นทุนโลจิสติกส์ หมายถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1) ต้นทุนการขนส่ง (Transaction Cost) เป็นค่าใช้จ่ายของเจ้าของกิจการเพื่อดำเนินการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปถึงปลายทางหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมุ่งพิจารณาเฉพาะการขนส่งสินค้าเท่านั้น



2) ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง (Inventory Holding Cost) ประกอบด้วย 2 ส่วนย่อย ได้แก่ ต้นทุนการถือครองสินค้า (Inventory Carrying Cost) ที่ เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการถือครองสินค้าหรือค่าเสียโอกาสที่เงินทุนไปจมอยู่ในสินค้า และต้นทุนการบริหารสินค้าคงคลัง (Warehousing Cost) ที่ เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการบริหารภายในคลังสินค้า การจัดเก็บสินค้า การเลือกสถานที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า

3) ต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Administration Cost) เป็นต้นทุนด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมโลจิสติกส์ต่าง ๆ เช่น ต้นทุนในกระบวนการสั่งซื้อ ต้นทุนการจัดเก็บวัตถุดิบ ต้นทุนการจัดการวัตถุดิบ ต้นทุนการพยากรณ์ความต้องการสินค้า และต้นทุนการสื่อสาร เป็นต้น

โดยผลรายงานการศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 พบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวล (ตารางที่ 2.8) ของประเทศไทยเกือบทั้งหมดเป็นต้นทุน ค่าขนส่งสินค้าและ ต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลัง และเมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตแล้วพบว่า ต้นทุน ค่าขนส่งสินค้า มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยค่อนข้างสูง ทำให้กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยจึงมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมการลดต้นทุน ค่าขนส่งสินค้า เป็นหลัก โดยภาครัฐจำเป็นต้องพัฒนาระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพและความเชื่อถือได้สูงมารองรับ

ตารางที่ 2.8 ต้นทุนโลจิสติกส์ (หน่วย : ร้อยละต่อ GDP)

ประเภทต้นทุน	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
ต้นทุนการขนส่งสินค้า	8.0	7.4	7.1	7.9	8.2	7.1	8.2	7.1	7.2	7.2
ต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลัง	7.2	7.2	7.3	7.6	8.0	7.8	7.3	6.6	6.7	6.0
ต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์	1.5	1.5	1.4	1.6	1.6	1.6	1.6	1.4	1.3	1.3
ต้นทุนโลจิสติกส์รวม	16.7	16.1	15.8	17.1	17.8	17.1	17.1	15.1	15.2	14.5

ที่มา: รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทยประจำปี (2554), สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554)

2.4.4 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน

ในการศึกษาวิเคราะห์การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อันเนื่องมาจากการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต้องทำการประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อทำการเปรียบเทียบศักยภาพและประสิทธิภาพของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในด้านต่างๆ โดยอาจทำการเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. Doing Business

การประเมินความสามารถในการแข่งขัน โดยอาจทำการประเมินในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- Starting a Business



- Dealing with Construction Permits
- Registering Property
- Getting Credit
- Protecting Investors
- Paying Taxes
- Trading Across Borders
- Enforcing Contracts
- Closing a Business

จากการนำเสนอรายงานผลการวิจัยเพื่อจัดอันดับความสะดวกในการเข้าไปประกอบธุรกิจในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ประจำปี 2554 (Doing Business, 2011) ผ่านระบบ Video Conference จากกรุงวอชิงตัน ดี ซี สหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2553 ผลการวิจัยระบุว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่มีความสะดวกในการเข้าไปประกอบธุรกิจ อันดับที่ 19 จาก 183 ประเทศทั่วโลก ลดลงจากปี 2010 ที่อยู่ในอันดับ 12 เนื่องจากประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีจากผู้ประกอบการหลายประเภท ซึ่งถือเป็นอุปสรรคของนักลงทุน ขณะที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามปรับอันดับขึ้น 10 อันดับ อยู่ในอันดับ 78 เพราะมีการปฏิรูประเบียบการลงทุน และประเทศสิงคโปร์ ฮองกง นิวซีแลนด์ ยังมีอันดับสูงกว่าประเทศอื่นๆ ทั่วโลกในเรื่องของความสะดวกสบายในการดำเนินธุรกิจ แม้ว่าประเทศไทยจะถูกลดอันดับประเทศที่สะดวกในการลงทุนมาอยู่อันดับที่ 19 แต่ก็ยังเป็นอันดับที่ดีระดับแถวหน้าของเอเชีย นอกจากนั้นธนาคารโลกได้เห็นการพัฒนาทางด้านนี้ของ ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามอันดับที่ถูกลดลง ไม่ได้ทำให้ประเทศไทยสูญเสียการลงทุนจากต่างประเทศ เพราะนักลงทุนไม่ได้พิจารณาเฉพาะประเทศไทย แต่มีการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง อื่นๆ ซึ่งพบว่า ไทยมีความสะดวกในการทำธุรกิจมากกว่า

2. The Global Competitiveness Report

รายงานความสามารถในการแข่งขัน (Global Competitiveness Report) ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยที่ประชุมสมัชชาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ได้ประเมินระดับการแข่งขันของประเทศในด้านสำคัญต่างๆ เกือบทุกด้าน โดยในแต่ละปี ลำดับการแข่งขันโดยรวมของแต่ละประเทศจะสามารถตกย่อยลงมาเพื่อแสดงลำดับในเรื่องต่างๆ หลายด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจมหภาค คุณภาพของหน่วยงานรัฐ และความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น โดยดัชนีที่ถือว่าร้อยละที่จัดทำขึ้นในแต่ละปีจะมีทั้งข้อมูลเชิงปริมาณที่จัดทำโดยหน่วยงานหลักๆ เป็นประจำอยู่แล้ว และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นซึ่งมักจะเป็นการสอบถามผู้บริหารระดับสูงของบริษัทต่างๆ

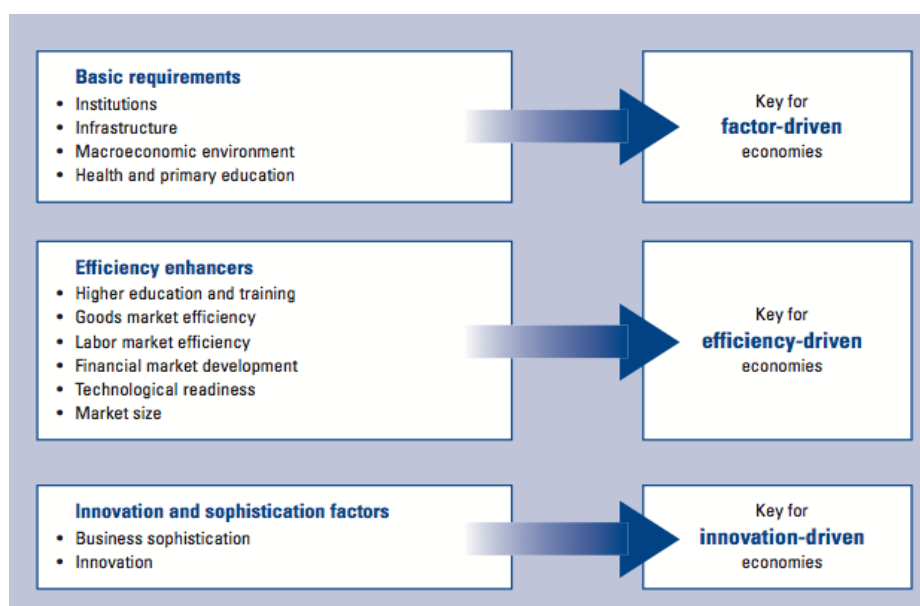
การพิจารณาความสามารถในการแข่งขัน ต้องทำการประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศต่างๆ โดยอาจพิจารณาจากเกณฑ์ การประเมินความสามารถในการแข่งขัน ดังแสดงในภาพที่ 2.7

ที่ประชุมเศรษฐกิจโลก หรือ World Economic Forum ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันระดับโลกปี 2010-2011 ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่อันดับที่ 38 ซึ่งลดลงจากปี 2009 ซึ่งอยู่อันดับที่ 36



ขณะที่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นประเทศสิงคโปร์อยู่ในอันดับที่ 3 มาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 26

การจัดอันดับจะถูกคำนวณจากข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนและการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยที่ประชุมเศรษฐกิจโลกร่วมกับเครือข่ายของพันธมิตร สถาบันการวิจัยชั้นนำและองค์กรธุรกิจ การสำรวจถูกออกแบบมาเพื่อเก็บข้อมูลปัจจัยที่มีผลการดำเนินธุรกิจของเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังรวมถึงรายการที่ครอบคลุมทั้งจุดแข็งหลักและจุดอ่อนของประเทศทำให้เป็นไปได้ที่จะระบุลำดับความสำคัญที่สำคัญสำหรับการปฏิรูปนโยบาย ซึ่งการจัดอันดับใช้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของแต่ละประเทศ และใช้ตัวชี้วัดมากกว่า 110 ตัวชี้วัด ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินความสามารถในการแข่งขัน

ที่มา : The Global Competitiveness Index (2010-2011)

3. The World Competitiveness Scoreboard

การประเมินความสามารถในการแข่งขัน โดยอาจทำการประเมินทั้ง 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

- Economic Performance ทำการประเมินโดยใช้ดัชนีชี้วัด เช่น Domestic Economy, International Trade, International Investment, Employment และ Prices เป็นต้น
- Government Efficiency ทำการประเมินโดยใช้ดัชนีชี้วัด เช่น Public Finance, Fiscal Policy, Institutional Framework, Business Legislation และ Societal Framework เป็นต้น
- Business Efficiency ทำการประเมินโดยใช้ดัชนีชี้วัด เช่น Productivity and Efficiency, Labor Market, Finance, Management Practices, Attitudes and Values เป็นต้น
- Infrastructure ทำการประเมินโดยใช้ดัชนีชี้วัด เช่น Basic Infrastructure, Ethnological Infrastructure, Scientific Infrastructure, Health and Environment และ Education เป็นต้น



สำหรับประเทศไทยในปี 2011 ถูกจัดอันดับให้อยู่ในอันดับที่ 27 ขณะที่ประเทศ อื่นในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นประเทศ สิงคโปร์อยู่ในอันดับที่ 3 มาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 16 อินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 37 ฟิลิปปินส์อยู่ในอันดับที่ 41 และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ในอันดับที่ 171 เป็นต้น

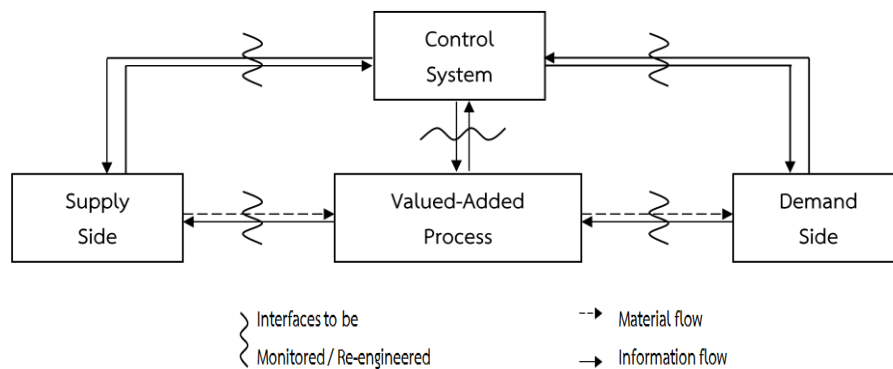
การใช้ฐานข้อมูลดังกล่าวประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อทำการเปรียบเทียบศักยภาพและประสิทธิภาพของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในด้านต่างๆ ทำให้ทราบข้อดี ข้อด้อยของประเทศไทย ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำเสนอกลยุทธ์สำหรับการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อันเนื่องมาจากการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่อไปได้

2.5 Supply Chain Redesign

จากการศึกษาวิจัยของ Van der Vorst and Beulens (2002) ได้ศึกษาแหล่งความไม่แน่นอนในโซ่อุปทานเพื่อนำเสนอกลยุทธ์สำหรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ (Supply Chain Redesign) ภายใต้อุปสงค์ การซื้อจำกัด และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในโซ่อุปทานของอาหาร โดยงานวิจัยดังกล่าวได้ เริ่มต้นจากการศึกษากิจกรรมในโซ่อุปทาน และวิเคราะห์เครือข่ายโซ่อุปทานและศึกษาความไม่แน่นอนในโซ่อุปทาน เพื่อระบุสาเหตุและนำเสนอกลยุทธ์สำหรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทาน เพื่อระบุกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นในการระบุและการจัดการแหล่งที่มาของความไม่แน่นอนในโซ่อุปทาน โดยประยุกต์ใช้การตัดสินใจเพื่อระบุกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการเปลี่ยนแปลงในโซ่อุปทาน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบ คือ

1. Chain Configuration: โครงสร้างของสิ่งอำนวยความสะดวกและบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการที่จะดำเนินการในโซ่อุปทาน
2. Chain Control Structure: โครงสร้างในการปกครองการดำเนินการของกิจกรรมการดำเนินงานที่มุ่งสู่วัตถุประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดในโซ่อุปทานและยุทธศาสตร์ เช่น ความถี่ การจัดส่ง การรับคำสั่งการผลิต และการวางแผน เป็นต้น
3. Chain Information Systems: ระบบที่ช่วยในการตัดสินใจและสนับสนุนการดำเนินการ เช่น EDI ERP และ APS เป็นต้น
4. Chain Organization and Governance Structures: องค์กรและโครงสร้างงานพร้อมกับความรับผิดชอบที่สอดคล้องกันและหน่วยงาน เพื่อองค์กรและบุคคลในโซ่อุปทาน





ภาพที่ 2.8 แหล่งความไม่แน่นอนในโซ่อุปทาน

ที่มา : Mason-Jones and Towill (1998)

นอกจากนั้น Mason-Jones and Towill (1998) ได้กล่าวว่าแหล่งความไม่แน่นอนในโซ่อุปทานมีสาเหตุมาจากแหล่งต่าง ๆ 4 ด้านด้วยกันคือ การจัดหา (Supply) ความต้องการ (Demand) ด้านกระบวนการผลิต (Process) และด้านการวางแผนและควบคุม (Planning and Control) (ภาพที่ 2.8) การวิเคราะห์ถึง แหล่งความไม่แน่นอนดังกล่าว จะทำให้สามารถระบุกิจกรรมซึ่งเป็นสาเหตุของความไม่แน่นอนในโซ่อุปทานได้ ทำให้สามารถวางกลยุทธ์สำหรับการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพได้ และทำให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทาน (Supply Chain Redesign) ในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในโซ่อุปทานได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ได้แบ่งหัวข้อวิธีการดำเนินงานวิจัย ไว้ดังนี้

1. การคัดเลือกสินค้าเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา
2. รูปแบบโซ่อุปทานและขั้นตอนการผลิตของสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากผ้าฝ้ายและผ้าทอ
3. โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิต
4. การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
5. ศึกษาและประเมินศักยภาพของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน
6. การกำหนดค่าน้ำหนักของคุณลักษณะ
7. ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน
8. ประเมินและคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
9. ศึกษาฐานธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพสูง
10. เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยเพื่อประเมินความน่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
11. เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพสูง
12. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการหรือประชุมกลุ่มย่อย

3.1 การคัดเลือกสินค้าเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา

เนื่องจากสินค้าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีหลายประเภท ดังนั้นในการศึกษานี้จึงคัดเลือกสินค้าตัวอย่างจำนวน 1 รายการเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและการจัดการโซ่อุปทานต่อไป โดยงานวิจัยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าตัวอย่างในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม 2 ประการ ดังนี้

1. สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูง

พิจารณาสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูง โดยใช้ข้อมูลการส่งออกตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนมิถุนายน 2555 โดยสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงจะได้รับการพิจารณาก่อน

2. สินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

พิจารณาสินค้าที่มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยใช้ข้อมูลการส่งออกตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนมิถุนายน 2555

3.1.1 ขั้นตอนในการคัดเลือกสินค้า

1. หาค่าเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนมิถุนายน 2555
2. คัดเลือกสินค้าที่มีมูลค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก
3. หาค่าเฉลี่ยของอัตราการเติบโตของสินค้าที่ได้ในข้อ 2
4. เลือกสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยของอัตราการเติบโตสูงสุด



3.1.2 ผลการคัดเลือกสินค้า

จากกลุ่มสินค้าที่ใช้ทำการคัดเลือกทั้ง 4 กลุ่ม ข้อมูลการส่งออกตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนมิถุนายน 2555 แสดงดังตารางที่ 3.1 พบว่าสินค้าที่มีมูลค่าสูง 4 อันดับแรก ได้แก่

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป
2. เครื่องยกทรง รัดทรง และส่วนประกอบ
3. ถุงเท้าและถุงน่อง
4. ถุงมือผ้า

จากสัดส่วนการส่งออกในเดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนมิถุนายน 2555 พบว่ามีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงดังตารางที่ 3.1 พบว่าสินค้าทั้ง 4 รายการข้างต้น มีสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง ซึ่งสินค้านี้เป็นสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากผ้าถักและผ้าทอ พบว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะมีมูลค่าการส่งออกในปี 2554 เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกในปี 2553 ดังนั้นในการศึกษานี้จึงใช้เสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสินค้าตัวอย่างเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาต่อไป

ตารางที่ 3.1 การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า (2555)

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	2553	2554	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)	2553	2554	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)
ยอดการส่งออกรวม	3,205.87	3,274.99	1,654.82	1,483.70	8.27	2.16	-10.34
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,780.82	2,851.81	1,445.40	1,483.70	7.02	2.55	-12.16
1.1 เครื่องแต่งกายทำจากผ้าฝ้าย	1,144.89	1,081.86	567.91	1,269.58	5.91	-5.51	-19.33
1.2 เครื่องแต่งกายทำจากใยประดิษฐ์	798.46	882.08	416.87	458.11	6.94	10.47	1.93
1.3 เครื่องแต่งกายทำจากไหม	8.27	7.05	3.96	424.99	7.36	-14.75	-47.85
1.4 เครื่องแต่งกายทำจากขนสัตว์	45.07	44.25	16.16	2.07	18.80	-1.82	-27.71
1.5 เครื่องแต่งกายทำจากวัตถุทอ	530.42	576.34	305.67	11.69	10.92	8.66	-5.67
1.6 เสื้อผ้าเด็กอ่อน	253.70	260.24	134.83	288.35	2.75	2.58	-37.34
2. เครื่องยกทรง รัดทรง และส่วนประกอบ	321.16	308.52	157.50	84.48	11.47	-3.94	-0.54
3. ถุงเท้าและถุงน่อง	84.18	98.03	44.19	156.66	36.62	16.45	9.78
4. ถุงมือผ้า	19.71	16.63	7.72	48.52		-15.62	15.85

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานสารสนเทศธุรกิจระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก (กรกฎาคม 2555)

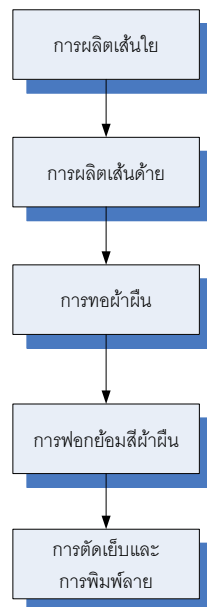
3.2 รูปแบบโซ่อุปทานและขั้นตอนการผลิตของสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากผ้าถักและผ้าทอ

3.2.1 รูปแบบของโซ่อุปทานของสินค้า

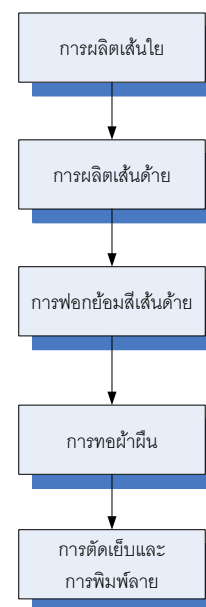
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลักตามโครงสร้างของกระบวนการและขั้นตอนการผลิต 1) อุตสาหกรรม ต้นน้ำ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมเส้นใย 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมผ้าทอและผ้าถัก และ อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ลายและแต่งสำเร็จ และ 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแล้วมักจะกล่าวถึงอุตสาหกรรมสิ่งทอไปด้วย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ สำหรับการผลิตสินค้านุ่งห่มประเภทเสื้อผ้าถักและเสื้อผ้าทอมีความแตกต่างกันในแง่ที่ว่า เสื้อผ้าถักจะมีการผ่านกระบวนการทอก่อนแล้วจึงนำผ้าที่ทอแล้วมาย้อมสี



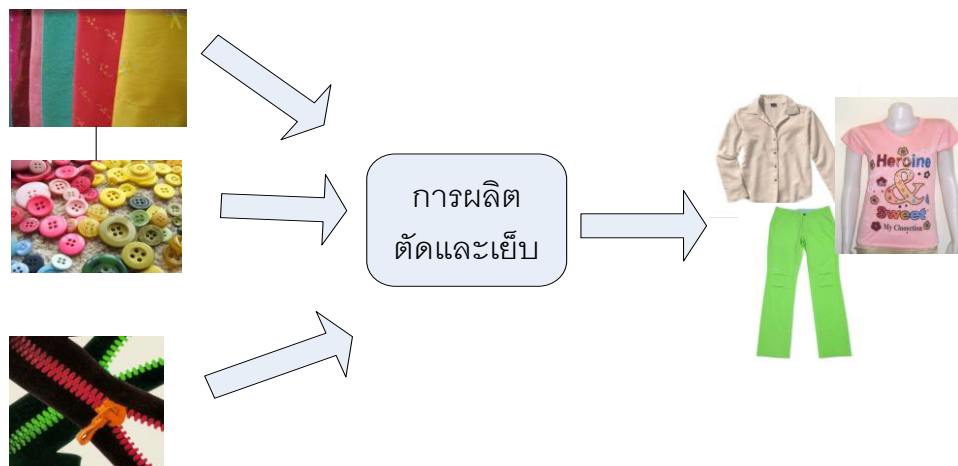
ขณะที่ผ้าทอจะมีการผ่านขั้นตอนการย้อมก่อนที่จะมาผ่านขั้นตอนการทอเป็นผืน โดยภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการผลิตผ้าดกและ ภาพที่ 3.2 แสดงขั้นตอนการผลิตผ้าทอ อย่างไรก็ตามในการศึกษานี้ไม่ศึกษาอุตสาหกรรมเส้นใย อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมพิมพ์ลายและแต่งสำเร็จรวมทั้งอุตสาหกรรมฟอกย้อม ดังนั้นในการศึกษานี้ การไหลเวียนของวัตถุดิบและข่าวสารข้อมูลทั้งหมด ของการผลิตเสื้อผ้าดกและเสื้อผ้าทอ เริ่มตั้งแต่โรงงานผลิตผ้า ผืนซึ่งมีทั้งโรงงานผลิตผ้าทอสำหรับสินค้าประเภทเสื้อผ้าทอ หรือโรงงานผลิตผ้าดกสำหรับสินค้าประเภทเสื้อผ้าดก เพื่อส่งให้โรงงานผลิตเสื้อผ้า (Garment) ให้ตัดเย็บผ้าเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งให้กับผู้ซื้อหรือเจ้าของตราสินค้า ทั้งที่เป็นเจ้าของตราสินค้าเอง (Original Brand) หรือเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ (Licensed Brand) ที่ได้รับการแต่งตั้งจดทะเบียนลิขสิทธิ์เพื่อเป็นตัวแทนผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศไทยได้อย่างถูกต้อง ภาพที่ 3.3 แสดงวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เข้าสู่กระบวนการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ผลจากการผลิตจะได้เสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการผลิตผ้าดก



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการผลิตผ้าทอ



ภาพที่ 3.3 การไหลของวัตถุดิบและข้อมูลการผลิต



3.3 โครงสร้างด้านต้นทุนการผลิต

ศึกษา โครงสร้าง ต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงโครงสร้างต้นทุนที่องค์กรต่าง ๆ ใช้ในการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่ม โดยตารางที่ 3.2 แสดงถึงรายละเอียดแบบบันทึกโครงสร้างต้นทุนการผลิตที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้

ตารางที่ 3.2 แบบบันทึกข้อมูลโครงสร้างต้นทุนขององค์กร

รายการ	ต้นทุนต่อหน่วย (%)	ต้นทุนรวม (%)
แรงงาน		
วัสดุ ชิ้นส่วน อุปกรณ์ วัตถุดิบ		
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งและจัดเก็บ		
ค่าสาธารณูปโภค และพลังงาน		
ค่าบริหารจัดการ		
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (โปรดระบุ.....)		

3.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

สำหรับงานวิจัยนี้ได้นำดัชนีชี้วัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์โดยใช้เครื่องมือ Logistics Performance Index (LPI) ซึ่งพัฒนาโดย Enkawa (2005) โดยเกณฑ์การประเมินศักยภาพนั้นได้จำแนกการประเมินกลยุทธ์หลักออกเป็น 5 ด้านดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
5. กลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ

โดยการประเมินกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้านนั้นประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อยรวมทั้งสิ้น 24 ดัชนี โดยมีรายละเอียดแสดง ตามแบบสอบถาม ตอนที่ 5 ในภาคผนวก ก โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert's Rating Scale) โดยแบ่งระดับเกณฑ์การประเมินศักยภาพทั้งหมดออกเป็น 5 ระดับ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานตามระดับของสถานประกอบการดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ระดับของศักยภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร

ระดับของการดำเนินงาน	ศักยภาพ
1	กิจกรรมต่างๆ ยังไม่ได้กำหนดเป็นกลยุทธ์หรือนโยบายขององค์กร
2	กิจกรรมต่างๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐาน แต่ยังไม่ครบถ้วนและต่อเนื่อง
3	กิจกรรมต่างๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐาน และมีการปฏิบัติอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง
4	กิจกรรมต่างๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐาน และมีการประสานงานเชื่อมโยงกันในองค์กร
5	กิจกรรมต่างๆ ได้มีระบบการทำงานประสานงานอย่างต่อเนื่องทั่วถึงทั้งองค์กร ผู้ส่งมอบและลูกค้า

3.4.1 เกณฑ์การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร

สำหรับการประเมิน ศักยภาพด้าน โลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร เพื่อใช้เป็นดัชนีสำหรับเปรียบเทียบอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศนั้น คณะผู้วิจัยจะได้ดำเนินการแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน (Class Interval) คือ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุดจำนวนชั้น}}{\dots\dots\dots} \text{.....(3.1)} \\ \text{ซึ่งแทนค่าเท่ากับ} &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นจึงได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ไว้ดังนี้

- 1.00 - 1.80 หมายถึง ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กรอยู่ในระดับ “น้อยที่สุด”
- 1.81 - 2.60 หมายถึง ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กรอยู่ในระดับ “น้อย”
- 2.61 - 3.41 หมายถึง ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กรอยู่ในระดับ “ปานกลาง”
- 3.41 - 4.20 หมายถึง ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กรอยู่ในระดับ “มาก”
- 4.21 - 5.00 หมายถึง ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กรอยู่ในระดับ “มากที่สุด”

3.4.2 พัฒนาแบบสอบถามเพื่อประเมินความน่าสนใจในการลงทุนสำหรับธุรกิจในการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

การประเมินความน่าสนใจในการลงทุนสำหรับธุรกิจในการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น งานวิจัยนี้จะจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจ โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษานั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ปัจจัยในการตัดสินใจ (Decision Factors) เช่น โครงสร้างทางด้านต้นทุน (ต้นทุนด้านแรงงาน วัตถุดิบ การขนส่ง พลังงาน ปัจจัยการผลิต) คุณภาพของแรงงาน ตลาดภายในและต่างประเทศ ปัจจัยทางการตลาด ศักยภาพในการสนับสนุนกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ เป็นต้น และ 2) ปัจจัยอื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ (Other Factors) เช่น สถานการณ์ทางการเมือง ภัยธรรมชาติ นโยบาย



สนับสนุนการลงทุน และข้อจำกัดของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการลงทุน เป็นต้น โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้แสดงในภาคผนวก ก

จากนั้นดำเนินการ เก็บข้อมูล ด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในประเทศไทยเพื่อศึกษาและประเมินลำดับความสำคัญของปัจจัยที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจ

3.5 ศึกษาและประเมินศักยภาพของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน

ในงานวิจัยนี้จะ ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ AEC จากฐานข้อมูลของ World Factbook ของ Central Intelligence Agency ประเทศสหรัฐอเมริกา ในดัชนีชี้วัดต่างๆ ได้แก่ พื้นที่ ประชากร อายุเฉลี่ย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ผลผลิตประชาชาติต่อหัว อัตราการว่างงาน และมูลค่าการลงทุน สัดส่วน GDP เพื่อบ่งชี้ถึงศักยภาพของประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประเทศ AEC ดังมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.4 - 3.11 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.4 ประชากร พื้นที่ และเศรษฐกิจภายในอาเซียน (2010)

ประเทศ	พื้นที่ทั้งหมด (ตาราง กิโลเมตร)	จำนวน ประชากร (พันคน)	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ			
			ราคาที่ดินปัจจุบัน		ต่อหัว	
			(ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ)	(PPP Mn)	(ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ)	(PPP)
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	5,765	415	12,402	19,406	29,915	46,811
ราชอาณาจักรกัมพูชา	181,035	15,269	11,168	28,985	731	1,898
ประเทศอินโดนีเซีย	1,860,360	234,181	708,032	1,030,998	3,023	4,403
สปป.ลาว	236,800	6,230	6,508	16,105	1,045	2,585
ประเทศมาเลเซีย	330,252	28,909	238,849	415,157	8,262	14,361
สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์	676,577	60,163	43,025	76,601	715	1,273
ประเทศฟิลิปปินส์	300,000	94,013	189,326	351,686	2,014	3,741
ประเทศสิงคโปร์	710	5,077	223,015	291,934	43,929	57,505
ประเทศไทย	513,120	67,312	318,709	585,698	4,735	8,701
สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม	331,051	86,930	107,650	291,260	1,238	3,351
ASEAN	4,435,670	598,498	1,858,683	3,107,829	3,106	5,193
CLMV	1,425,463	168,592	168,351	412,951	999	2,449
ASEAN+6	3,010,207	429,907	1,690,332	2,694,878	3,932	6,269

ที่มา: ASEAN Finance and Macroeconomic Surveillance Database and IMF-World Economic Outlook April (2011)



ตารางที่ 3.5 อัตราเงินเฟ้อในปี 1998-2010 (หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	1998	2003	2008	2009	2010
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	-0.7	2.0	2.6	2.0	1.5
ราชอาณาจักรกัมพูชา	11.1	0.5	12.5	5.3	3.1
ประเทศอินโดนีเซีย	77.5	5.2	11.9	2.8	7.0
สปป.ลาว	142.4	12.6	3.2	3.9	5.8
ประเทศมาเลเซีย	5.4	1.2	4.4	1.1	2.2
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	-	-	-	-	-
ประเทศฟิลิปปินส์	10.0	3.9	8.0	4.4	2.9
ประเทศสิงคโปร์	-1.4	0.7	4.9	-0.6	4.6
ประเทศไทย	4.3	1.7	0.4	3.5	0.9
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	8.6	2.9	19.9	6.9	7.9

ที่มา : ASEAN Finance and Macroeconomic Surveillance Database (2011)

ตารางที่ 3.6 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปี 1998-2010 (หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	1998	2003	2008	2009	2010
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	6.3	5.5	5.5	5.5	5.5
ราชอาณาจักรกัมพูชา	19.6	21.1	22.4	23.1	23.0
ประเทศอินโดนีเซีย	34.8	15.1	15.2	13.7	12.8
สปป.ลาว	18.5	20.0	18.9	14.4	9.3
ประเทศมาเลเซีย	9.7	6.1	6.5	5.5	6.3
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	16.5	15.0	-	-	-
ประเทศฟิลิปปินส์	14.4	9.6	8.3	7.1	6.7
ประเทศสิงคโปร์	5.9	5.3	5.4	5.4	5.4
ประเทศไทย	11.50-12.00	5.50-5.75	6.75-7.00	5.85-6.25	6.12-6.50
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	14.4	8.4	12.0	11.9	-

ที่มา : ASEAN Finance and Macroeconomic Surveillance Database (2011)

ตารางที่ 3.7 อัตราแลกเปลี่ยนในปี 1998-2010 (หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศ	1998	2003	2008	2009	2010
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	1.7	1.7	1.4	1.5	1.4
ราชอาณาจักรกัมพูชา	3,836	4,001	4,079	4,159	4,190
ประเทศอินโดนีเซีย	10,014	8,575	9,691	10,356	9,078
สปป.ลาว	3,298	10,554	8,744	8,516	8,256
ประเทศมาเลเซีย	3.9	3.8	3.3	3.5	3.2
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	249	737	917	918	842
ประเทศฟิลิปปินส์	40.9	54.2	44.5	47.6	45.1
ประเทศสิงคโปร์	1.7	1.7	1.4	1.5	1.4
ประเทศไทย	41.3	41.5	33.3	34.3	31.7
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	13,268	15,509	16,303	17,067	18,382

ที่มา : ASEAN Finance and Macroeconomic Surveillance Database (2011)



ตารางที่ 3.8 การกระจายของประชากรตามช่วงอายุ (2010)

ประเทศ	กลุ่มช่วงอายุ (ร้อยละ)					
	0-4	5-19	20-54	55-64	มากกว่า 65	รวม
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	8.9	26.6	57.2	4.1	3.2	100.0
ราชอาณาจักรกัมพูชา	12.6	33.8	45.1	4.6	3.8	100.0
ประเทศอินโดนีเซีย	9.2	26.5	52.5	6.6	5.2	100.0
สปป.ลาว	14.2	35.8	41.9	4.4	3.8	100.0
ประเทศมาเลเซีย	11.4	29.5	47.8	6.6	4.7	100.0
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	11.7	29.8	46.1	6.5	5.9	100.0
ประเทศฟิลิปปินส์	11.7	31.7	46.6	5.7	4.3	100.0
ประเทศสิงคโปร์	5.3	19.6	55.3	11.0	8.8	100.0
ประเทศไทย	6.3	22.0	54.6	9.2	8.0	100.0
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	7.5	28.7	50.9	5.7	7.2	100.0
อาเซียน	9.5	27.8	50.4	6.6	5.7	100.0

ที่มา : Brunei Darussalam Key Indicators (2009); Statistic Handbook of Viet Nam (2009)

ตารางที่ 3.9 อัตราการว่างงาน

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	2000	2003	2005	2007	2010
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ราชอาณาจักรกัมพูชา	37.0	34.7	33.0	30.1	26.0
ประเทศอินโดนีเซีย	19.1	17.4	16.0	16.6	13.3
สปป.ลาว	36.0	33.5	30.0	27.6	24.0
ประเทศมาเลเซีย	8.5	5.7	5.7	3.6	3.8
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	26.6	32.0	-	-	-
ประเทศฟิลิปปินส์	26.0	24.9	26.0	26.4	24.0
ประเทศสิงคโปร์	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ประเทศไทย	21.0	11.2	9.6	8.5	8.1
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	28.9	19.5	16.0	14.5	-

ที่มา : Country Submission and the World Bank Data (<http://databank.worldbank.org>)

ตารางที่ 3.10 อัตราส่วนของแรงงานแบ่งตามเพศ

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	เพศหญิง			เพศชาย			รวมทั้ง 2 เพศ		
	2005	2008	2009	2005	2008	2009	2005	2008	2009
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	57.6	56.7	57.5	78.0	77.7	77.4	68.3	67.8	68.2
ราชอาณาจักรกัมพูชา	70.7	76.0	-	78.9	80.8	-	74.6	78.3	-
ประเทศอินโดนีเซีย	50.7	51.1	-	85.6	83.5	-	66.8	67.2	67.2
สปป.ลาว	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ประเทศมาเลเซีย	45.9	45.7	-	80.0	79.0	-	63.3	62.6	62.9
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	49.1	50.1	-	81.1	82.5	-	65.0	66.2	-
ประเทศฟิลิปปินส์	49.8	48.2	-	79.8	78.3	-	64.8	63.7	64.0



ตารางที่ 3.10 (ต่อ) อัตราส่วนของแรงงานแบ่งตามเพศ (หน่วย : ร้อยละ)

ประเทศ	เพศหญิง			เพศชาย			รวมทั้ง 2 เพศ		
	2005	2008	2009	2005	2008	2009	2005	2008	2009
ประเทศสิงคโปร์	52.0	55.6	55.2	74.4	76.1	76.3	63.0	65.6	65.4
ประเทศไทย	64.3	16.1	-	81.1	20.3	-	72.5	18.1	-
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	-	-	-	-	-	-	51.2	55.5	-

ที่มา : ASEAN Statistical Yearbook (2008, 2010)

ตารางที่ 3.11 มูลค่าการลงทุนและสัดส่วน GDP ในปี 1998-2010

ประเทศ	1998	2000	2003	2008	2009	2010
(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	576,108	759,101	824,539	1,897,127	1,536,878	2,045,731
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	3,200	3,237	4,563	12,775	9,602	10,999
ราชอาณาจักรกัมพูชา	-	2,772	5,022	8,776	8,887	10,480
ประเทศอินโดนีเซีย	76,185	95,639	93,609	266,218	213,339	293,442
สปป.ลาว	-	-	482	2,631	2,962	4,509
ประเทศมาเลเซีย	138,075	177,802	188,502	338,795	280,221	363,534
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	-	3,413	6,307	10,415	10,191	11,798
ประเทศฟิลิปปินส์	59,156	72,569	73,728	105,671	83,869	109,660
ประเทศสิงคโปร์	211,299	273,033	296,116	657,956	515,617	699,273
ประเทศไทย	88,193	130,636	156,210	352,534	286,267	385,041
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	-	-	-	141,357	125,922	156,993
(อัตราร้อยละของ GDP)	129.5	133.8	120.8	125.4	102.7	110.1
ประเทศบรูไนดารุสซาราม	79.8	54.0	69.8	88.4	89.3	88.7
ราชอาณาจักรกัมพูชา	-	76.6	108.4	79.2	85.8	93.8
ประเทศอินโดนีเซีย	72.2	57.8	39.8	51.9	39.0	41.4
สปป.ลาว	-	-	22.6	49.8	53.1	69.3
ประเทศมาเลเซีย	191.1	196.9	181.3	152.1	145.1	152.2
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	-	35.5	53.7	45.6	40.8	27.4
ประเทศฟิลิปปินส์	90.2	97.0	92.6	63.5	52.0	57.9
ประเทศสิงคโปร์	248.5	289.5	308.6	340.0	282.2	313.6
ประเทศไทย	78.2	106.2	109.3	129.2	108.3	120.8
สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	-	-	-	156.2	130.7	145.8

ที่มา : ASEAN Trade Statistics Database, as of October (2011)



3.6 การกำหนดค่าน้ำหนักของคุณลักษณะ (Attribute Weighting)

วิธีการตัดสินใจแบบหลายคุณลักษณะ (Multiple Attribute Decision Making: MADM) ส่วนมากจะใช้วิธีการให้น้ำหนักแบบพื้นฐาน คือ ค่าน้ำหนักของทุกหลักเกณฑ์เมื่อรวมกันจะมีค่าเท่ากับ 1 สำหรับวิธีการกำหนดค่าน้ำหนัก หลักเกณฑ์ จะมีหลายวิธีการด้วยกันในการเลือกใช้นั้น จะดูจากความถนัดและความต้องการของผู้ตัดสินใจเป็นหลักโดยในงานวิจัยนี้จะเลือกใช้วิธีการหาค่าน้ำหนักจากการจัดอันดับ (Weight from Ranks) ซึ่งเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดในการกำหนดน้ำหนัก คือ เรียงลำดับความสำคัญของหลักเกณฑ์โดยให้หลักเกณฑ์ที่มีความสำคัญที่สุดมาก่อน และหลักเกณฑ์ที่สำคัญน้อยที่สุดอยู่ในอันดับสุดท้าย โดยให้หลักเกณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดมีค่า เท่ากับ 1 และลดหลั่นลงตามความสำคัญ หรืออาจจะพิจารณาเป็นคู่ (Pairwise Judgment Data) แล้วแสดงผลให้อยู่ในรูปแบบตัวเลข โดยใช้สมการที่ (3.2) และ (3.3) ดังต่อไปนี้ (อภิชาติ โสภาแดง, 2555)

$$Wr = \frac{1}{\sum_{k=1}^n \frac{1}{r_j}} \quad \dots\dots\dots (3.2)$$

$$Wr = \frac{(n-r_j+1)}{\sum_{k=1}^n (n-r_k+1)} \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

โดยที่ r_j คืออันดับของคุณลักษณะที่ j จัดอันดับทั้งหมด n หลักเกณฑ์ เช่น $(X_1 > X_2)$, $(X_1 > X_3)$, $(X_1 > X_4)$, $(X_1 > X_5)$, $(X_2 > X_3)$, $(X_2 > X_4)$, $(X_2 > X_5)$, $(X_3 > X_4)$, $(X_3 > X_5)$ และ $(X_4 > X_5)$ สามารถแสดงในรูปแบบตัวอย่างตัวเลขได้ ซึ่งค่า $\sum c$ เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ได้รับความพึงพอใจมากกว่าหรือจำนวน p ในแต่ละแถว (อภิชาติ โสภาแดง, 2551)

ตารางที่ 3.12 จะแสดงตัวอย่างวิธีคำนวณการจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย มีขั้นตอนการคำนวณคะแนนของแต่ละปัจจัยดังนี้

1. เรียงลำดับปัจจัยหลักในแต่ละกลุ่มตามผลการเก็บข้อมูล โดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนน
2. นำปัจจัยหลักมาหาค่าน้ำหนักโดยใช้วิธีหาค่าน้ำหนักจากค่าเฉลี่ย (Weight from AVG (%))
3. ได้น้ำหนักของแต่ละปัจจัย โดยผลรวมของน้ำหนักในปัจจัยหลักมีค่าเท่ากับ 1
4. นำคะแนนของปัจจัยย่อยที่เก็บได้มาหาค่าเฉลี่ยในแต่ละหมวดปัจจัยหลัก (Weight from AVG Score)
5. นำค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลักคูณกับน้ำหนักของแต่ละปัจจัยหลัก
6. คำนวณเปอร์เซ็นต์โดยนำค่าจากการคำนวณให้ข้อ 5 คูณ 100 จากนั้นหารด้วยผลรวมทั้งหมดในข้อ 5 ก็จะได้เปอร์เซ็นต์ในแต่ละปัจจัย
7. จัดลำดับปัจจัยโดยเรียงลำดับจากเปอร์เซ็นต์มากที่สุดให้เป็น อันดับที่ 1 รองลงมาเป็นอันดับที่ 2, ... ,8 ตามลำดับ



ตารางที่ 3.12 ตัวอย่างการจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านแรงงาน	0.19	3.79	0.73	19.04	1
ด้านวัตถุดิบ	0.16	4.00	0.65	16.99	2
ด้านโลจิสติกส์	0.14	3.83	0.53	13.75	3
ด้านเศรษฐกิจ	0.12	3.88	0.46	12.07	4
ด้านรัฐบาล	0.12	3.74	0.44	11.48	5
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.09	3.83	0.34	8.95	6
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.09	3.77	0.34	8.92	7
ด้านความเสี่ยง	0.09	3.65	0.34	8.80	8
รวม	1.00	30.48	3.82	100	

3.7 ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน

งานวิจัยนี้จะดำเนินการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน เพื่อทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อประเทศไทยจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

3.8 ประเมินและคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน เพื่อทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อประเทศไทยจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน และคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สถาบันสิ่งทอ สภาอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ทูตพาณิชย์ประจำประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน สำนักงานส่งเสริมการลงทุน ร่วมกับการสัมมนาเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศ CLMV รวมทั้งการศึกษาจาก ข้อมูลสถิติภูมิของสถานภาพอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มในปัจจุบัน และเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากการเดินทางเก็บข้อมูลภาคสนามในประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนเบื้องต้นโดยสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเทศต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกประเทศที่มีความเป็นไปได้ที่จะมีการย้ายฐานการผลิต หรือเป็นทางเลือกในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มภายใต้บริบทของ AEC พบว่าประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนที่มีศักยภาพ ในด้านอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่

1. สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
2. ประเทศอินโดนีเซีย
3. ราชอาณาจักรกัมพูชา
4. สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์
5. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



3.9 ศึกษาฐานธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพสูง

งานวิจัยนี้จะดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลภาคสนามประเทศที่มีศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมในภาพรวมของโซ่อุปทาน อุตสาหกรรมกรรม เครื่องนุ่งห่ม และศึกษาศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ในแต่ละประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการคาดการณ์และประเมินผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นต่อรูปแบบการจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมกรรมดังกล่าว

3.10 เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยเพื่อประเมินความน่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

งานวิจัยนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนา ขึ้น และผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ มาเป็นกรอบในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลนี้จะ ทำให้ทราบถึงสถานภาพของปัจจัยการตัดสินใจในการลงทุน เกี่ยวกับ ธุรกิจอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มที่ผู้ประกอบการพิจารณาให้ความสำคัญ

3.11 เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพ

ในงานวิจัยนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพที่ได้ ทำการคัดเลือกเบื้องต้นโดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม หรือการจ้างผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ในการเก็บข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามหรือการจ้างผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ในการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนา ขึ้น และผลจากการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจมากรอบในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสำรวจข้อมูลเชิงประจักษ์และ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อประเมินความเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อรูปแบบโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลนี้จะทำให้ทราบถึง

1. สถานภาพของปัจจัยการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่มีศักยภาพในการลงทุน

2. ประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ เช่น

– ผลกระทบต่อองค์ประกอบของระบบโลจิสติกส์ (Logistics System Components) ซึ่งประกอบไปด้วย โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Institution) ผู้ส่งของ (Shipper or Consignor) และ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider)

– ผลกระทบต่อความต้องการ (Demand) ที่จะเกิดขึ้นในสินค้าอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ผลกระทบต่อปัจจัยตัดสินใจในการลงทุน เช่น ปัจจัยด้านแรงงาน ต้นทุน วัตถุดิบ และการตลาด เป็นต้น



3.12 จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการหรือประชุมกลุ่มย่อย

จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และประชุมกลุ่มย่อย เพื่อประเมินและตรวจสอบผลการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญและสถานภาพของปัจจัยตัดสิน ใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งการให้ผู้เชี่ยวชาญและที่ประชุมกลุ่มย่อยประเมินสถานการณ์ที่ควรเป็นในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวและหาแนวทางร่วมกันในการหามาตรการต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

โดยงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย และประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนได้แก่ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวมทั้งนำเสนอผลการศึกษาศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นรายประเทศในบทที่ 4-10 ต่อไป



บทที่ 4

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศไทย

4.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมชั้นปลายน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และยังมีเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมกระดุม ซิป ฉลากสินค้า (Label) เป็นต้น มีกระบวนการผลิตในโซ่อุปทานที่ครบวงจรตั้งแต่กระบวนการปั่นด้าย ทอผ้า ถักผ้า ฟอกย้อม และแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและนํารายได้เข้าประเทศ โครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 อุตสาหกรรมย่อย ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมเส้นใย ประกอบด้วย เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์หรือเส้นใยประดิษฐ์ 2) อุตสาหกรรมปั่นด้าย เป็นอุตสาหกรรมที่รับเอาเส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย หรือเส้นใยสังเคราะห์มาตีเป็นเกลียวหรือปั่นเป็นเส้นด้าย 3) อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า 4) อุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสำเร็จ เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ คือ การเตรียม (Pretreatment) การย้อมหรือพิมพ์ (Dyeing or Printing) ไปจนถึงการตกแต่งสำเร็จ (Finishing) เพื่อให้เกิดความสวยงาม และ 5) อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเคหะสิ่งทอ เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนเทคโนโลยี และเครื่องจักรในระดับไม่สูงมากนัก ในขณะที่มีความต้องการใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก ในกระบวนการผลิต คุณลักษณะที่สำคัญของแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะต้องมีประสบการณ์ด้านการฝีมือและการตัดเย็บที่ประณีตและมีคุณภาพสม่ำเสมอ

4.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย

1) การส่งออก

จากข้อมูลการส่งออกในปี 2549-2553 มีสัดส่วนเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบสัดส่วนการส่งออกในปี 2549 และ 2553 พบว่าเครื่องแต่งกายผ้าถักมีมูลค่าการส่งออกลดลงจาก 1,989.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 1,918.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนเครื่องแต่งกายผ้าทอมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,487.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 1,918.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ดังแสดงในตารางที่ 4.1



ตารางที่ 4.1 ปริมาณการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	เครื่องแต่งกายผ้าฝ้าย		เครื่องแต่งกายผ้าทอ	
	ปริมาณการนำเข้า	มูลค่าการนำเข้า	ปริมาณการนำเข้า	มูลค่าการนำเข้า
2549	133,296.4	1,989.1	70,214.6	1,487.1
2550	82,348.7	1,944.9	43,395.8	1,342.9
2551	134,783.3	2,035.6	56,441.9	1,368.6
2552	128,342.4	1,777.9	51,555.5	1,093.4
2553	146,236.9	1,918.0	146,236.9	1,918.0

ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department (2010)

ตารางที่ 4.2 แสดงการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มในปี 2554 พบว่ามีมูลค่าการส่งออก 3,274.99 ล้านบาท โดยมียอดการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.16 เมื่อเทียบกับปี 2553 ในปี 2555 (ม.ค.- มิ.ย.) การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีมูลค่า 1,483.70 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 10.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2554

ตารางที่ 4.2 การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มแบ่งตามหมวดสินค้า (2555)

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)				อัตราการขยายตัว (%)		
	2553	2554	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)	2553	2554	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)
ยอดการส่งออกรวม	3,205.87	3,274.99	1,654.82	1,483.70	8.27	2.16	-10.34
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,780.82	2,851.81	1,445.40	1,483.70	7.02	2.55	-12.16
1.1 เครื่องแต่งกายทำจากผ้าฝ้าย	1,144.89	1,081.86	567.91	1,269.58	5.91	-5.51	-19.33
1.2 เครื่องแต่งกายทำจากใยประดิษฐ์	798.46	882.08	416.87	458.11	6.94	10.47	1.93
1.3 เครื่องแต่งกายทำจากไหม	8.27	7.05	3.96	424.99	7.36	-14.75	-47.85
1.4 เครื่องแต่งกายทำจากขนสัตว์	45.07	44.25	16.16	2.07	18.80	-1.82	-27.71
1.5 เครื่องแต่งกายทำจากวัสดุทอ	530.42	576.34	305.67	11.69	10.92	8.66	-5.67
1.6 เสื้อผ้าเด็กอ่อน	253.70	260.24	134.83	288.35	2.75	2.58	-37.34
2. เครื่องยกทรง รัดทรง และส่วนประกอบ	321.16	308.52	157.50	84.48	11.47	-3.94	-0.54
3. ถุงเท้าและถุงน่อง	84.18	98.03	44.19	156.66	36.62	16.45	9.78
4. ถุงมือผ้า	19.71	16.63	7.72	48.52		-15.62	15.85

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานสารสนเทศธุรกิจระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก (กรกฎาคม, 2555)

2) การนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม

จากข้อมูลการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มในปี 2549-2553 พบว่าเครื่องแต่งกายผ้าฝ้ายและเครื่องแต่งกายผ้าทอมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น พบว่าเครื่องแต่งกายผ้าทอมีมูลค่าการนำเข้าสูงกว่าเครื่องแต่งกายผ้าฝ้ายในทุกช่วงเวลา ดังแสดงในตารางที่ 4.3



ตารางที่ 4.3 ปริมาณการนำเข้าและมูลค่าการนำเข้าของเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	เครื่องแต่งกายผ้าถัก		เครื่องแต่งกายผ้าทอ	
	ปริมาณการนำเข้า	มูลค่าการนำเข้า	ปริมาณการนำเข้า	มูลค่าการนำเข้า
2549	8,828.1	61.7	7,352.3	113.7
2550	10,757.5	72.5	12,204.8	140.6
2551	14,858.8	94.1	11,660.4	151.1
2552	16,915.2	85.8	13,183.0	148.8
2553	23,678.6	112.1	13,474.6	172.1

ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department (2010)

3) ดุลการค้า

จากข้อมูลการนำเข้าในปี 2549-2553 มีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบสัดส่วนการส่งออกในปี 2549 และ 2553 พบว่าดุลการค้าลดลงจาก 3,300.8 ล้านบาท เป็น 2,795.2 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ดุลการค้าเครื่องนุ่งห่ม (ปี 2549-2553) (มูลค่า : ล้านบาท)

รายการ	เครื่องแต่งกาย				
	2549	2550	2551	2552	2553
การส่งออก	3,476.1	3,287.8	3,404.2	2,871.3	3,079.3
การนำเข้า	175.4	213.0	245.2	234.6	284.1
ดุลการค้า	3,300.8	3,074.8	3,159.0	2,636.7	2,795.2
% อัตราขยายตัว	1.2	-6.8	2.7	-16.5	6.0

ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department (2010)

4) ตลาดส่งออกที่สำคัญและคู่แข่งในตลาด

การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ผู้ประกอบการไทยได้รับคำสั่งซื้อสูงสุด รองลงมาเป็นประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มลูกค้าในทวีปยุโรป สำหรับการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มของ ประเทศไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน นั้นมีแนวโน้มที่สูงขึ้น เนื่องจากจากข้อตกลง AFTA และ JTEPA ที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตประเทศไทยจะมีแนวโน้มที่จะส่งออกไปยังกลุ่มประเทศต่างๆ ในอาเซียนเพิ่มมากขึ้นด้วย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นสินค้าที่สำคัญต่อการส่งออกของไทย สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก และยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมากขึ้นรวมถึงต้นทุนแรงงานที่มีข้อได้เปรียบเป็นอย่างมาก เช่น

- ประเทศจีน มีส่วนแบ่งทางการตลาดถึงร้อยละ 15 ของมูลค่าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด เนื่องจากประเทศจีนเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศทำให้สามารถผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบ



กับมีค่าแรงงานที่ต่ำและมีความสามารถในการผลิตวัตถุดิบได้หลากหลาย ลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงทำให้ประเทศจีนมีการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นประเทศจีนสามารถลอกเลียนแบบได้อย่างคล่องแคล่วและรวดเร็วทำให้ประเทศจีนสามารถเข้าสู่ตลาดระดับกลางได้

- ประเทศอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 2 ของมูลค่าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด ซึ่งมีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนพลังงานและต้นทุนแรงงานที่ต่ำ รวมทั้งมีการสนับสนุนจากรัฐบาลที่มีการสนับสนุนกองทุนเงินกู้แบบผ่อนปรนให้กับกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่งผลให้ประเทศอินโดนีเซียมีศักยภาพในการผลิตมากขึ้น

- สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ จึงทำให้นักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตไปที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเป็นจำนวนมากทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 4.5 ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่ม 10 ประเทศแรกของไทย

ตลาด	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วน (ร้อยละ)	
	2553	2554	2554 (ม.ค.-มิ.ย.)	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)	2554	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)	2554	2555 (ม.ค.-มิ.ย.)
1. สหรัฐอเมริกา	1,262.47	1,142.04	497.55	-9.54	-9.54	-15.18	34.87	33.53
2. ญี่ปุ่น	252.96	325.33	180.43	28.60	28.60	19.01	9.93	12.16
3. เบลเยียม	103.88	127.32	71.35	22.57	22.57	5.57	3.89	4.81
4. เยอรมนี	163.27	178.68	69.48	9.44	9.44	-23.95	5.46	4.68
5. สหราชอาณาจักร	179.28	168.79	56.94	-5.85	-5.85	-32.70	5.15	3.84
6. ฝรั่งเศส	148.20	145.40	54.99	-1.89	-1.89	-28.96	4.44	3.71
7. สเปน	174.31	144.57	45.81	-17.06	-17.06	-42.03	4.41	3.09
8. เนเธอร์แลนด์	103.59	85.84	40.46	-17.13	-17.13	-12.51	2.62	2.73
9. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	55.74	61.65	30.52	10.61	10.61	-4.74	1.88	2.06
10. แคนาดา	57.99	62.32	28.33	7.47	7.47	-13.16	1.90	1.91
รวม 10 ประเทศ	2,479.41	2,424.67	1,075.86	-2.21	-2.21	-13.87	74.56	72.51
อื่นๆ	726.46	850.32	407.84	17.05	17.05	0.52	25.44	27.49
มูลค่ารวม	3,205.87	3,274.99	1,483.70	2.16	2.16	-10.34	100.00	100.00

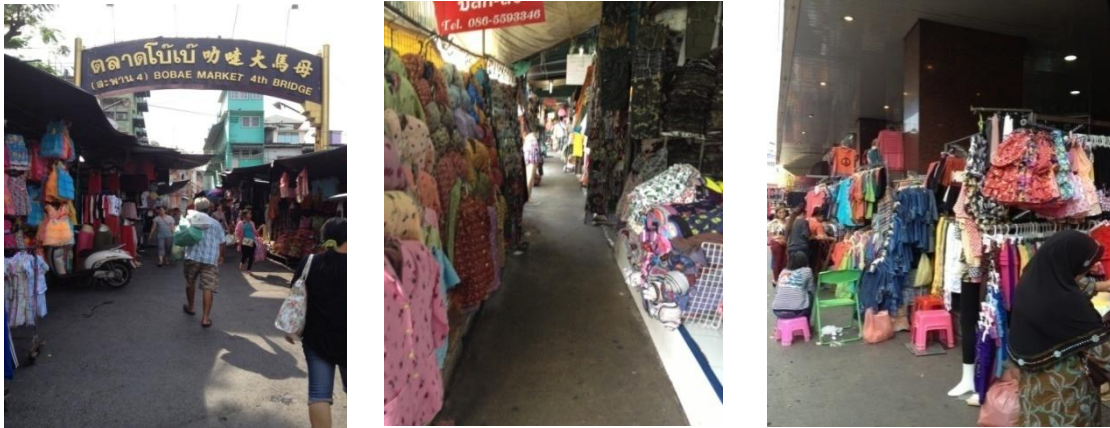
ที่มา : Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department (2010)

4.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศไทย

1. ตลาดโบ้เบ้ (Bobae Market)

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจตลาดโบ้เบ้ (Bobae Market) ซึ่งเป็นตลาดค้าปลีกและค้าส่งของประเทศไทยเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ตลาดนี้เป็นแหล่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งจากชาวต่างจังหวัดและชาวต่างชาติที่มาเลือกซื้อสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อไปจำหน่าย สินค้าที่จำหน่ายจะเน้นที่ราคาถูกเป็นหลักโดยไม่เน้นแฟชั่นมากนัก มีหลากหลาย เช่น เสื้อผ้าเด็ก กางเกงจะมีทั้งกางเกงผ้า กางเกงยีนส์ขาสั้นและขายาว ส่วนเสื้อผ้าผู้หญิงมีหลากหลายรูปแบบ เช่น เสื้อยัดสกรีนลายเสื้อเชิ้ตพิมพ์ลาย ผ้าถุงสำเร็จรูป เป็นต้น

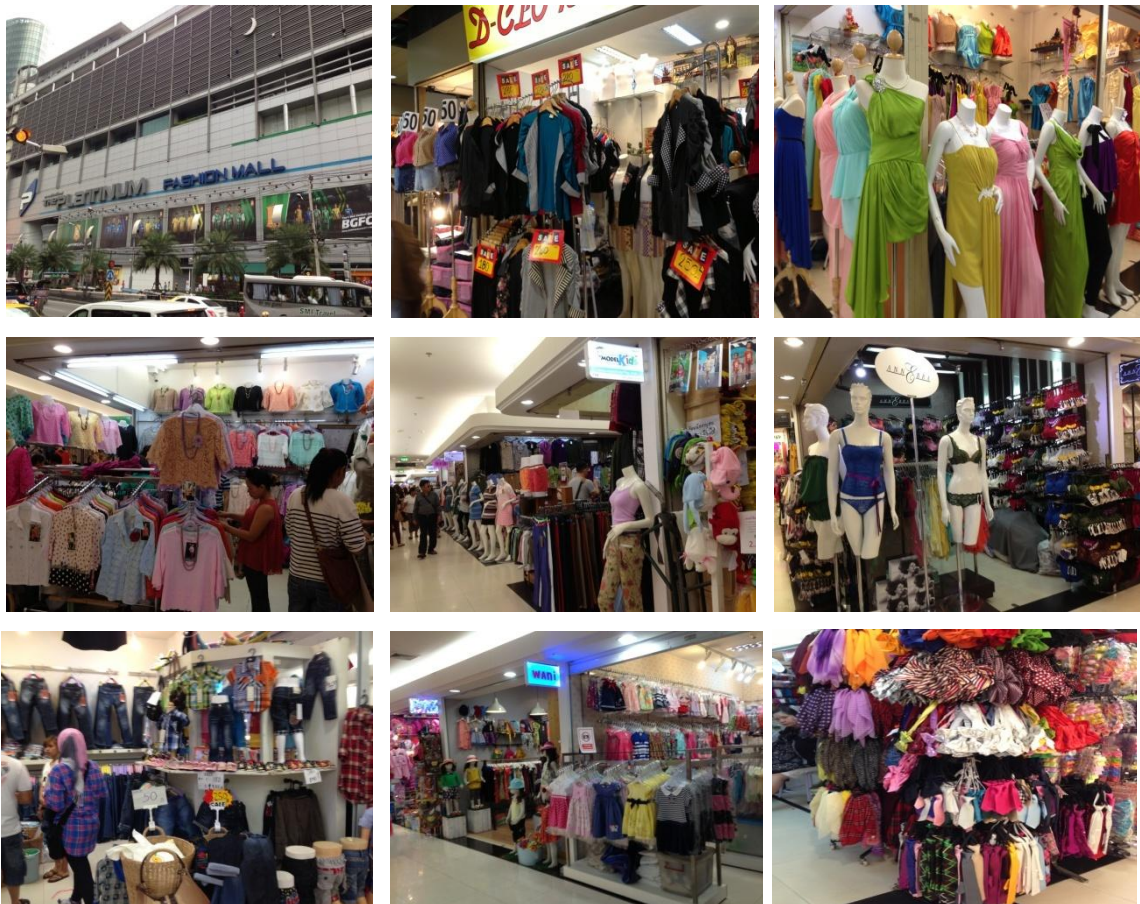




ภาพที่ 4.1 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโบ๊เบ๊

2. เดอะแพลตตินัม แฟชั่นมอลล์ (The Platinum Fashion Mall)

เดอะแพลตตินัม แฟชั่นมอลล์ (The Platinum Fashion Mall) เป็นตลาดสินค้าแฟชั่นค้าส่งของประเทศที่สมบูรณ์แบบมีความทันสมัยแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่บริเวณใจกลางประตูน้ำเป็นศูนย์รวมแหล่งแฟชั่นค้าส่งครบวงจร (One Stop Wholesale Shopping) จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นบุรุษ-สตรี ชุดเด็ก ชุดชั้นใน เครื่องหนัง รวมถึงเครื่องประดับต่างๆ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ เช่น ชาวตะวันออกกลาง ชาวจีน รวมทั้งชาวไทยเองที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าเพื่อกลับไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่งหรือซื้อเป็นของฝาก

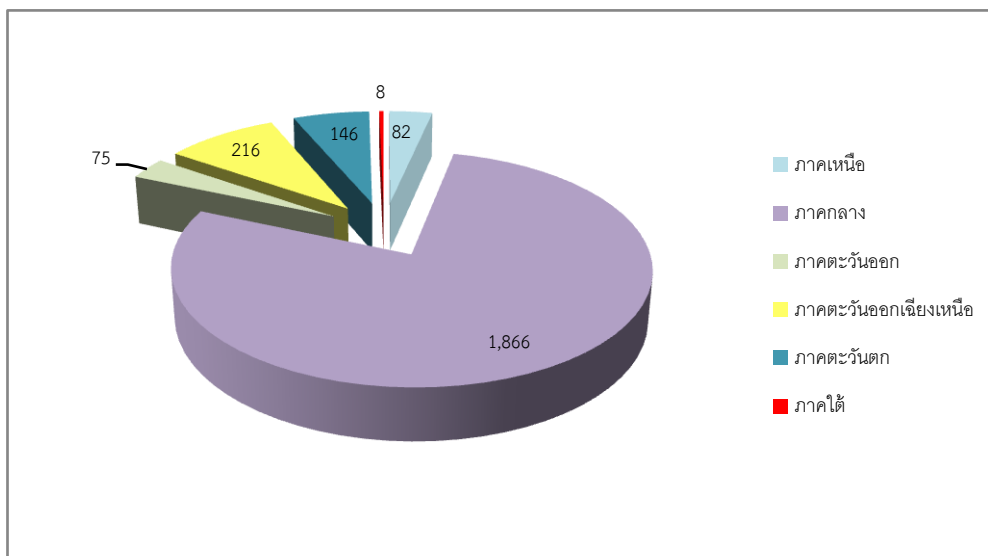


ภาพที่ 4.2 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเดอะแพลตตินัม แฟชั่นมอลล์



4.2 ทำเลที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

จากการสำรวจจำนวนโรงงานที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยตั้งฐานผลิตโดยแบ่งตามส่วนภูมิภาคต่างๆ พบว่าโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตภาคกลางจำนวน 1,866 โรงงาน (ร้อยละ 77.98) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 216 โรงงาน (ร้อยละ 9.02) ภาคตะวันตกจำนวน 146 โรงงาน (ร้อยละ 6.10) ภาคเหนือจำนวน 82 โรงงาน (ร้อยละ 3.43) และภาคตะวันออกจำนวน 75 โรงงาน (ร้อยละ 3.13) ส่วนภาคใต้มีจำนวนน้อยที่สุดที่ผู้ประกอบการตั้งฐานการผลิตคือ 8 โรงงาน (ร้อยละ 0.34) ดังแสดงในภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.3 ทำเลที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

4.3.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและใช้แบบสอบถามสามารถสรุปถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ได้ดังนี้

1. สินค้าแฟชั่นของประเทศไทยเป็นสินค้าที่มีความต้องการของตลาดอาเซียน เนื่องจากมีมาตรฐานความทันสมัยในด้านการออกแบบที่เหนือกว่าประเทศในกลุ่มอาเซียน จากการสำรวจประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ทั้งในประเทศ CLMV รวมทั้งประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์จะนิยมสินค้าไทย
2. อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำครบวงจร โดย ทุกอุตสาหกรรมในโซ่อุปทานเหล่านี้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เป็นการส่งต่อวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมหนึ่งไปยังอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง จึงทำให้อุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. มีเทคโนโลยีการผลิตและการบริหารจัดการที่ดีกว่าประเทศในกลุ่มอาเซียน มีแรงงานที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมนี้โดยเฉพาะ และมีช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้อง
4. สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยเป็นสินค้าที่มี คุณภาพในด้านการตัดเย็บ เสื้อผ้าที่ดี และการทำธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ ทำให้ลูกค้าต่างชาติมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์มากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค
5. สิ่งอำนวยความสะดวกของประเทศไทย เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา และการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งมีถนนที่ดีกว่าประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียน ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการประกอบธุรกิจ
6. ทักษะแรงงานของประเทศไทยสูงกว่าแรงงานส่วนใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะในด้านทักษะฝีมือ
7. ผู้ส่งออกของประเทศไทยส่วนใหญ่ มีการ สร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับผู้ซื้อ (Partnership) รวมทั้งมีการส่งมอบที่ตรงเวลา และสินค้ามีคุณภาพที่ดี ทำให้ได้รับความเชื่อถือ กับลูกค้า ส่งผลให้เกิดการค้าขายกับลูกค้าโดยเฉพาะในทวีปยุโรปและอเมริกามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

4.3.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

1. ขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และแรงงานที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมยังขาดทักษะ รวมทั้งยังขาด Fashion Merchandiser ในภาคอุตสาหกรรม
2. อัตราค่าแรงของประเทศไทยสูงกว่าประเทศในภูมิภาคอาเซียนกว่าสองเท่า
3. รูปแบบการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยส่วนมากอยู่ในรูปแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ (Original Equipment Manufacturing: OEM) ทำให้การวางแผน การจัดหา และการผลิตเป็นไปได้ยากขึ้นเพราะต้องใช้เวลาในการผลิตสั้นลง เพื่อให้แข่งขันได้ทำให้ ผู้ผลิตส่วนใหญ่ ต้องเก็บวัตถุดิบไว้มากขึ้น เพื่อลดเวลาในการจัดหาวัตถุดิบจึงทำให้ต้นทุนขององค์กรเพิ่มขึ้น
4. ผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาขาดการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวางแผน ขาดการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำสูง ขาดการจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มยังไม่ก้าวหน้าและทันสมัยมากนัก
5. ลูกค้าส่วนใหญ่มักมีข้อกำหนดด้านวัตถุดิบสูง และต้องการวัตถุดิบที่มีความเฉพาะ ทำให้ต้องจัดหาจากซัพพลายเออร์ต่างประเทศ ซึ่งมีเวลานานและ การมีจำนวนซัพพลายเออร์ที่จำกัดทำให้ขาดอำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ นอกจากนั้นพบว่าผู้ประกอบการยังประสบปัญหากับการขาดแคลนวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบมี ความผันผวนและมีแนวโน้มราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีปัญหาด้าน คุณภาพวัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐานตามที่โรงงานต้องการ
6. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยัง ขาดการทำวิจัยตลาดเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าขาดข้อมูล ณ จุดขาย (Point of Sale)
7. ในด้านประสิทธิภาพการผลิตพบว่าบางโรงงานยังมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำ รวมทั้งการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีการผลิตและภาควิศวกรรมยังถูกจำกัด จึงส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
8. ในปัจจุบันผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความต้องการรูปแบบการผลิตแบบมีดีไซน์ (ODM : Original Design Manufacturing) มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้



นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย เป็นต้น พบว่าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยยังประสบปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินกิจการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SCOR MODEL โดยจำแนกตาม ประเภทของอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2555) ตารางที่ 4.6 สรุปปัญหาของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6 สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยจำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ประเภทของอุตสาหกรรม	OEM	ODM	OBM
รูปแบบของคำสั่งซื้อ	- ลักษณะเป็นสินค้าแฟชั่นจึงทำให้ความต้องการของสินค้ามีความแปรปรวนสูงและขึ้นอยู่กับฤดูกาล - ปัจจุบันคำสั่งซื้อที่มีขนาดเล็กลง และมีระยะเวลานำที่สั้นลง		- ปัญหาเรื่อง Minimum Order Quantity
การวางแผน	- ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Information Flow) ภายในองค์กรระหว่างแผนก - ความต้องการมีความแปรปรวนสูงและขึ้นอยู่กับฤดูกาลส่งผลให้การพยากรณ์ล่วงหน้าขาดความแม่นยำ - ระยะเวลาการวางแผนจัดทำวัตถุดิบล่วงหน้าสั้นลงทำให้ผู้ประกอบการต้องเก็บวัตถุดิบไว้มากขึ้น - ขนาดการผลิตเล็กลงและปริมาณการผลิตไม่สม่ำเสมอส่งผลให้การวางแผนการผลิตยุ่งยากมากขึ้นและมีการปรับแผนการผลิตบ่อยครั้งขึ้น		- ขาดการวิเคราะห์ข้อมูล - เพื่อการวางแผน - การพยากรณ์ขาดความแม่นยำ
การจัดหาวัตถุดิบ	- ลูกค้ามีความต้องการวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะทำให้ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศซึ่งจะมีระยะเวลานำที่นานขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยเองส่งออกวัตถุดิบไปจำหน่ายในต่างประเทศเป็นอันดับต้น ๆ - ขาดอำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์	- วัตถุดิบมีราคาสูงและผันผวน - คุณภาพวัตถุดิบยังไม่ได้มาตรฐาน - ลูกค้าต้องการวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะ	- วัตถุดิบมีราคาสูง - ขาดอำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ - ยังขาดการจัดการวัตถุดิบคงคลังที่มีประสิทธิภาพ
การผลิต	- ประสิทธิภาพในการตัดเย็บ - ค่อนข้างต่ำทำให้มีของเสียจากการผลิตจำนวนมาก - ขาดแคลนแรงงาน - ใช้เวลาในการปรับตั้งเครื่องจักรสูง - ยังขาดการนำระบบการจัดการการผลิตมาใช้อย่างจริงจังและต่อเนื่องรวมทั้งขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	- ประสิทธิภาพการผลิต - ค่อนข้างต่ำ - ต้นทุนด้านการผลิตสูง - เวลาที่ใช้ในการอนุมัติสินค้า - ตัวอย่างนาน	- การจัดการผลิตไม่เป็นระบบ - ขาดการจัดการการผลิตเชิงอุตสาหกรรม - มีของเสียจากการผลิต - จำนวนมาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) สรุปปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยจำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ประเภทของอุตสาหกรรม	OEM	ODM	OBM
การส่งมอบและกระจายสินค้า	- อัตราการส่งมอบต่ำ - ขาด Merchandiser ที่มีศักยภาพ	- ขาดการทำวิจัยตลาดเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า - ขาด Fashion Merchandiser	- ขาดการทำวิจัยตลาดเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า - ขาดข้อมูล ณ จุดขาย (Point of Sale) - ขาดการจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ
การจัดการ	- ขาดอำนาจการต่อรองหรืออำนาจการตัดสินใจ	N/A	- มีคู่แข่งเข้ามาในระบบที่มีราคาถูกและมีฟังก์ชันครบ เช่น ZARA และ H&M จะต้องสามารถลดต้นทุนให้ได้

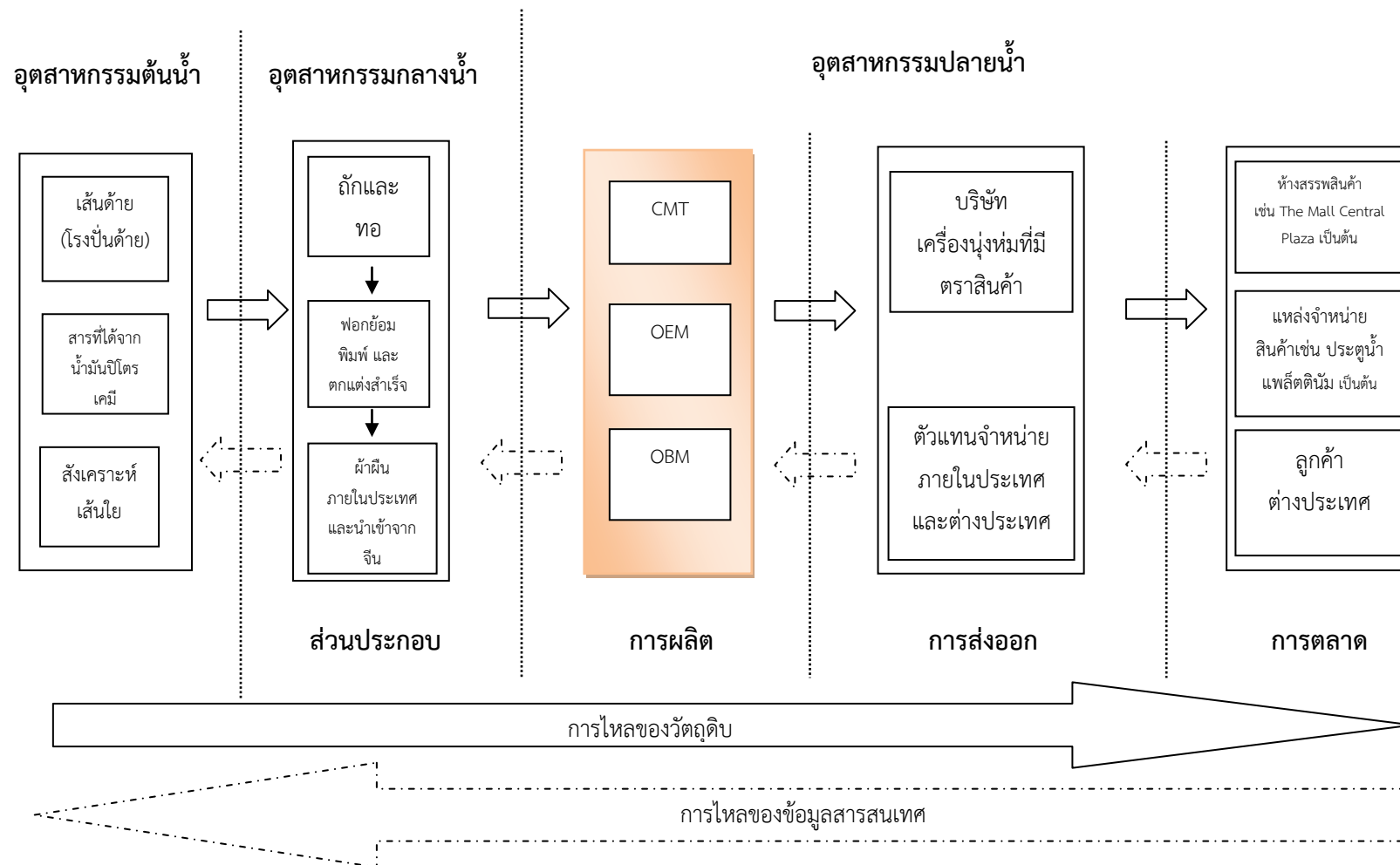
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2556) และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2554)

4.4 โซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อยหลายส่วน โดยประเทศไทยมีการผลิตแบบครบวงจรตั้งแต่กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ ทุกอุตสาหกรรมในโซ่อุปทานเหล่านี้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เป็นการส่งต่อวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมหนึ่งไปยังอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องตามมา เช่น อุตสาหกรรม ผลิตวัสดุประกอบการผลิตและตัดเย็บสิ่งทอได้แก่ซิป ด้ายกระดุม สีย้อม สารเคมี เป็นต้น ภาพที่ 4.2 แสดงโครงสร้างโซ่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งประกอบด้วย 3 กลุ่มใหญ่ได้แก่

1. **อุตสาหกรรมต้นน้ำ** ได้แก่ อุตสาหกรรมเส้นใย สามารถแบ่งเส้นใยได้ 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเส้นใยธรรมชาติ เช่น เส้นใยไหม เส้นใยฝ้าย เป็นต้น และอุตสาหกรรมเส้นใยประดิษฐ์ เช่น เส้นใยโพลีเอสเตอร์ เส้นใยไนลอน เป็นต้น และอุตสาหกรรมปั่นด้าย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ คือ เส้นด้ายธรรมชาติกับเส้นด้ายใยสังเคราะห์
2. **อุตสาหกรรมกลางน้ำ** ได้แก่ อุตสาหกรรมทอผ้า อุตสาหกรรมถักผ้า อุตสาหกรรมฟอก-ย้อม พิมพ์และแต่งสำเร็จ และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นอนวูฟเวน (Nonwoven) ที่เกิดจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเป็นการผลิตผ้าผืนโดยตรงจากเส้นใยโดยไม่ผ่านขั้นตอนการทำให้เป็นเส้นด้ายก่อน
3. **อุตสาหกรรมปลายน้ำ** ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นส่วนที่มีการจ้างงานมากที่สุด เนื่องจากใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์สิ่งทอสำเร็จรูป





ภาพที่ 4.4 โซ่อุปทานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย



4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยจำนวน 68 ราย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามพร้อมกับทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มในแต่ละรายประกอบกัน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นตัวแทนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อของสมาชิกของสมาคมพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย โดยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.5.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 38.18 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมหลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 และรองลงมาร้อยละ 34.55 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง และเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตเป็น Research and Development โดยรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.7 ส่วนในตารางที่ 4.8 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 ระบุว่าจะไม่ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่น อีกร้อยละ 30.90 ระบุว่าอาจเกิดการย้ายฐานการผลิตโดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิมและทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต

จากการสำรวจเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 18.18 ระบุว่าภาคอุตสาหกรรมจะได้ประโยชน์จากการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอีกร้อยละ 14.55 ระบุว่าจะได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีรายละเอียดดังตารางที่ 4.9 อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับการเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ขึ้น ผู้ประกอบการร้อยละ 41.82 ระบุว่าอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี อีกร้อยละ 10.91 ระบุว่าอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดอันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีและค่าเงินบาทต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.10

สำหรับด้านการเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผู้ประกอบการร้อยละ 32.73 ระบุว่าสถานประกอบการยังไม่มีเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาร้อยละ 18.18 ระบุว่าในสถานประกอบการของตนได้มีการจัดอบรมและเผยแพร่



ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.11 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 3 2.73 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.12 สำหรับประเด็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้นผู้ประกอบการร้อยละ 18.18 เห็นว่าองค์กรควรจะดำเนินการการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอีกร้อยละ 9.09 เห็นว่าควรจะดำเนินการในด้านการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.7 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	20	36.36
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	21	38.18
3) เปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	3	5.45
4) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม และเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	1	1.82
5) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม และเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development และอื่นๆ	1	1.82
6) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	4	7.27
7) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development และอื่นๆ	1	1.82
8) อื่นๆ	1	1.82
9) ไม่ระบุ	3	5.45



ตารางที่ 4.8 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตและองค์กรไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC	2	3.64
2) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	17	30.91
3) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	22	40.00
4) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตและองค์กรไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC และ เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	1	1.82
5) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่ประเทศไทย (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต) และไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	1	1.82
6) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิตและ อื่นๆ	1	1.82
7) อื่นๆ	4	7.27
8) ไม่ระบุ	4	7.27

ตารางที่ 4.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี	8	14.55
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี	2	3.64
3) ได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	10	18.18
4) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี และ การค้าเสรี	8	14.55
5) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	5.45
6) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี การค้าเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	7.27



ตารางที่ 4.9 (ต่อ) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
7) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	5.45
8) อื่นๆ	4	7.27
9) ไม่ระบุ	13	23.64

ตารางที่ 4.10 ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ผลเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน	5	9.09
2) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	23	41.82
3) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกันและการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	6	10.91
4) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด และเกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกันและการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี และอื่นๆ	1	1.82
5) อื่นๆ	5	9.09
6) ไม่ระบุ	15	27.27

ตารางที่ 4.11 การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน	3	5.45
2) มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	10	18.18
3) ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	18	32.73



ตารางที่ 4.11 (ต่อ) การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
4) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนและมีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	8	14.55
5) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนและมีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และอื่นๆ	5	9.09
6) อื่นๆ	2	11.00
7) ไม่ระบุ	9	16.36

ตารางที่ 4.12 ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	6	10.91
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	6	10.91
3) รัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	4	7.27
4) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	6	10.91
5) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	18	32.73



ตารางที่ 4.12 (ต่อ) ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
6) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอื่นๆ	1	1.82
7) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนกู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและอื่นๆ	1	1.82
8) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนกู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	1	1.82
9) อื่นๆ	1	1.82
10) ไม่ระบุ	11	20.00

ตารางที่ 4.13 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	10	18.18
2) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น	3	5.45
3) การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	3.64
4) การเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	5.45
5) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น	5	9.09



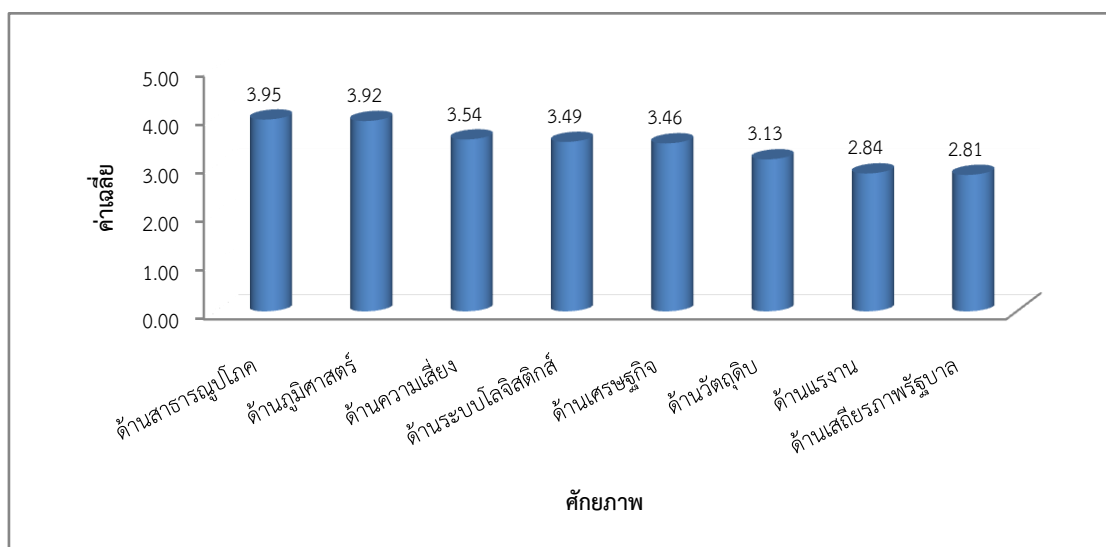
ตารางที่ 4.13 (ต่อ) แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
6) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	1.82
7) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	2	3.64
8) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นและการขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	3.64
9) การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	1.82
10) อื่นๆ	1	1.82
11) ไม่ระบุ	18	32.73

4.5.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม

จากการให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นๆ ในปัจจัยใดบ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยที่มีความได้เปรียบของประเทศไทยในมุมมองของผู้ประกอบการ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านสาธารณูปโภค 2) ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 3) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย 4) ด้านระบบโลจิสติกส์ 5) ด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน 6) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 7) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงานและ 8) ด้านเสถียรภาพรัฐบาลตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 4.5





ภาพที่ 4.5 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย

4.5.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

จากวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบสาธารณูปโภค (Infrastructure) ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญเรียงตามลำดับจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 7) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแสดงดังตารางที่ 4. 14 (โดยรายละเอียดวิธีการคำนวณจะกล่าวในบทที่ 10)

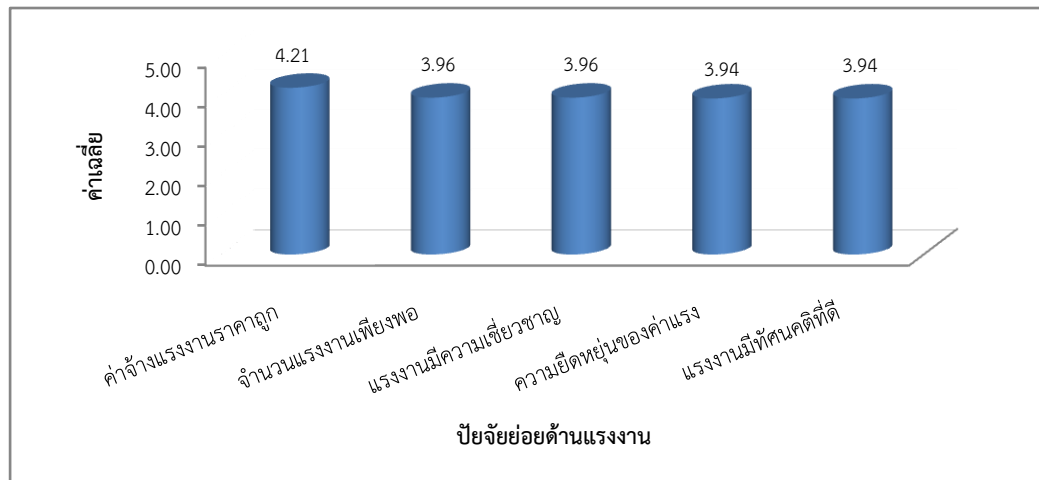
ตารางที่ 4.14 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านแรงงาน	0.19	3.79	0.73	19.04	1
ด้านวัตถุดิบ	0.16	4.00	0.65	16.99	2
ด้านเศรษฐกิจ	0.14	3.88	0.53	13.91	3
ด้านโลจิสติกส์	0.12	3.88	0.45	11.80	4
ด้านรัฐบาล	0.12	3.74	0.44	11.50	5
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.09	3.83	0.34	8.97	6
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.09	3.77	0.34	8.93	7
ด้านความเสี่ยง	0.09	3.65	0.34	8.81	8
รวม	1.00	30.38	3.82	100	



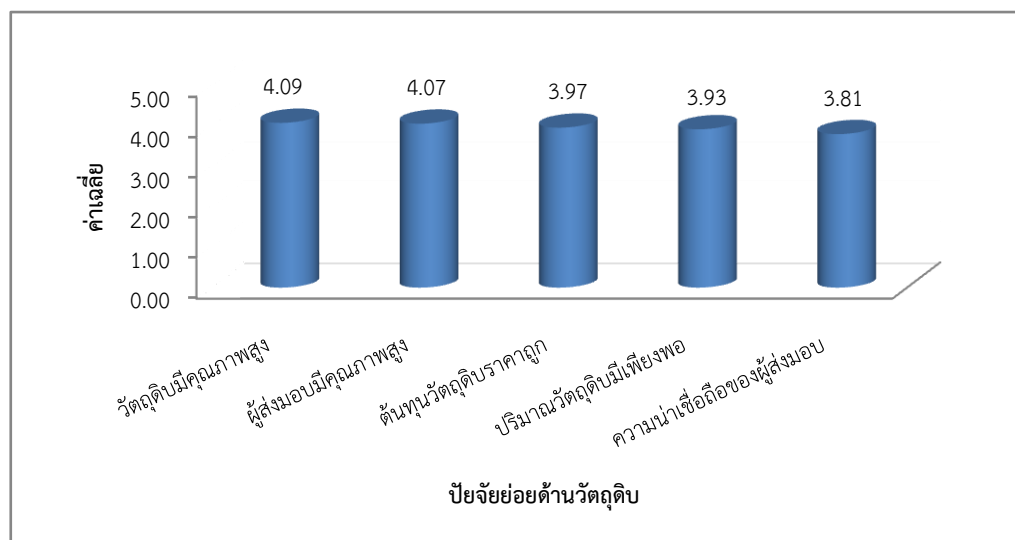
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1) **ปัจจัยด้านแรงงาน** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก 2) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 3) มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง 4) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน และ 5) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

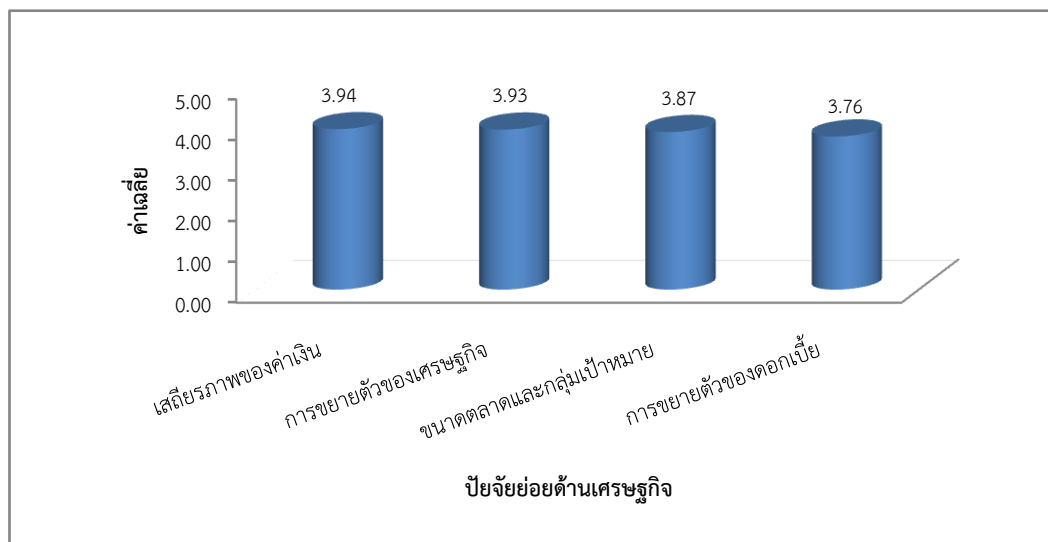
2) **ปัจจัยด้านวัตถุดิบ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง 3) ต้นทุนวัตถุดิบราคาถูก 4) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ และ 5) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

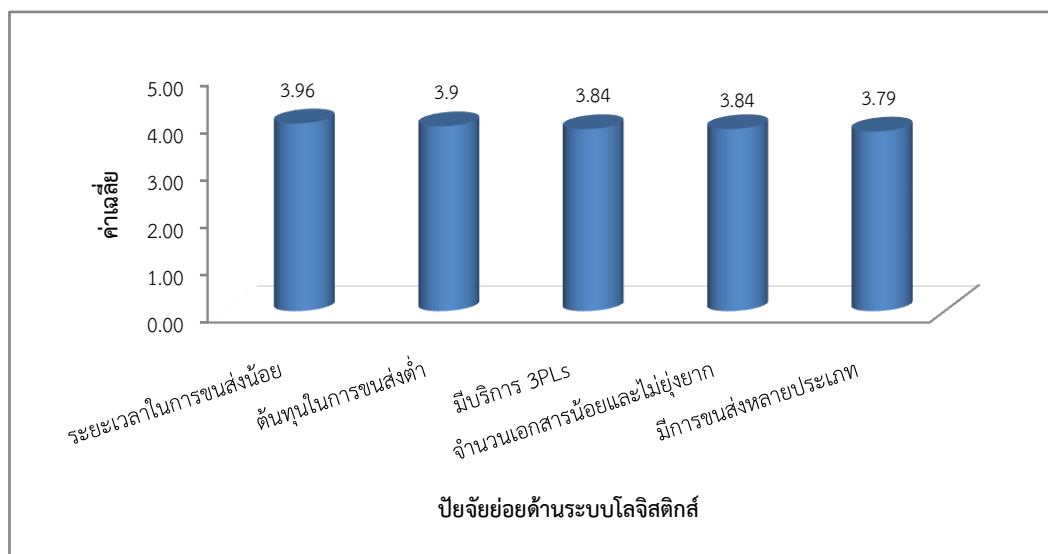


3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 2) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 3) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และ 4) การขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

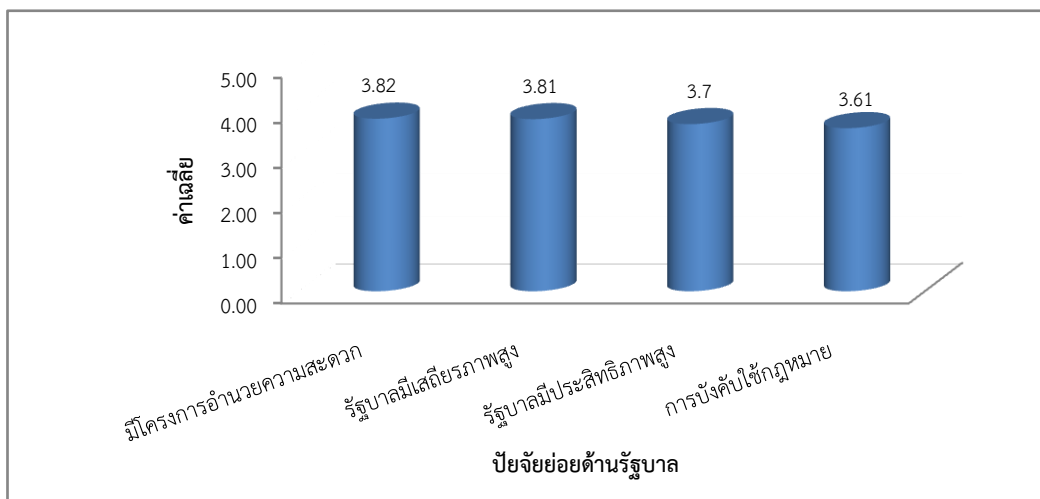
4) ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย 2) มีต้นทุนในการขนส่งต่ำ 3) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ 4) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก และ 5) มีประเภทการขนส่งที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 ปัจจัยย่อยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

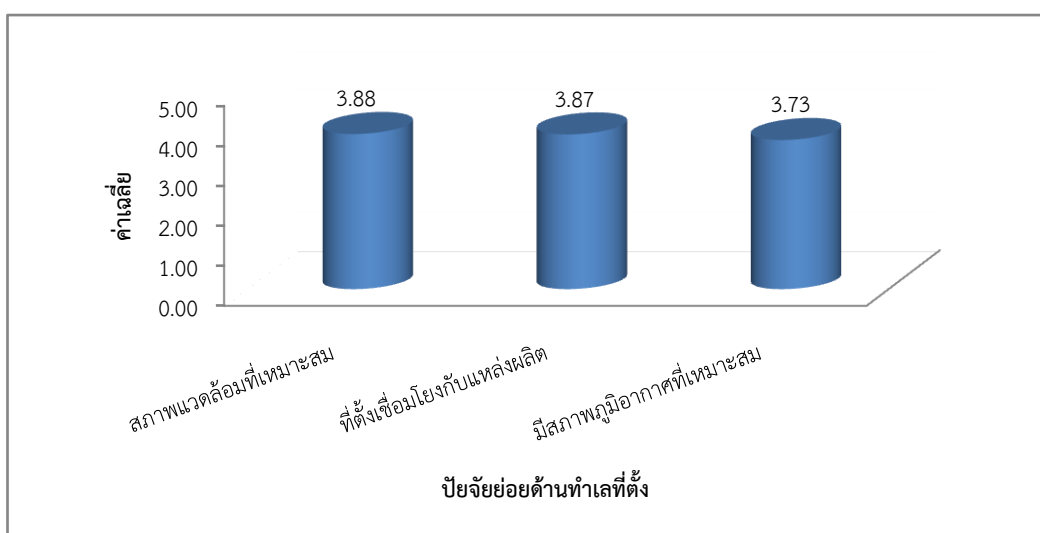


5) ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก 2) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง 3) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง และ 4) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

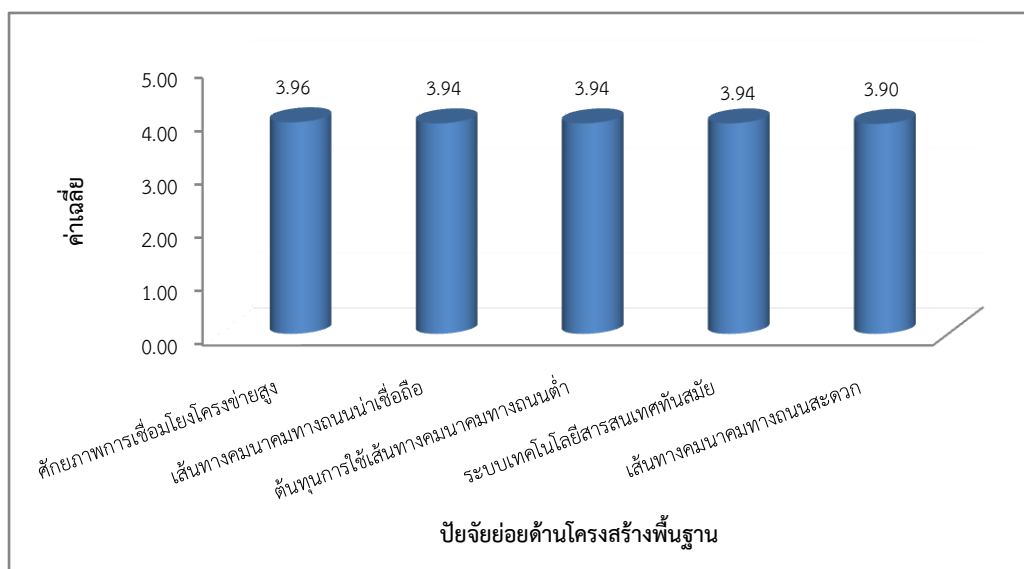
6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า และ 3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

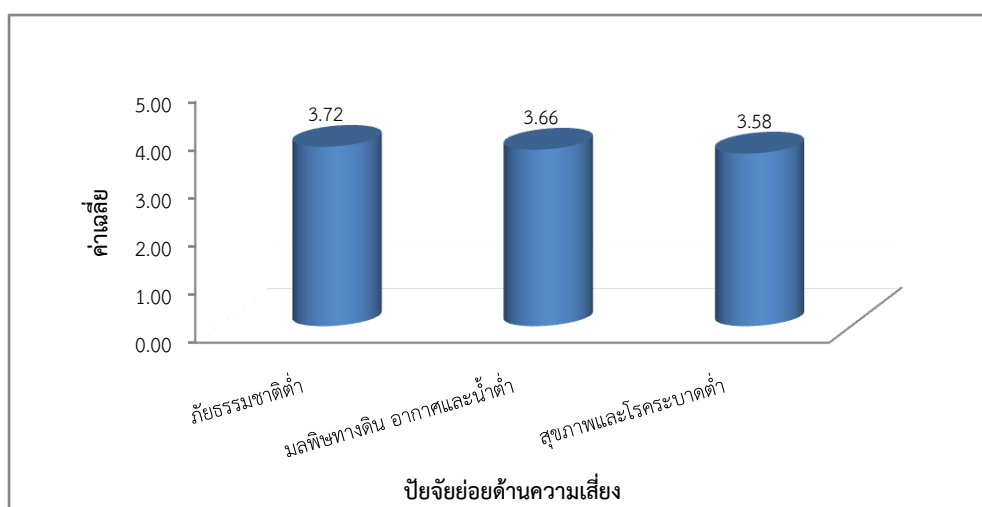


7) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ 2) เส้นทางคมนาคมทางถนน มีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 3) มีต้นทุนการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ 4) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่น ๆ และ 5) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ 3) และมีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4.13

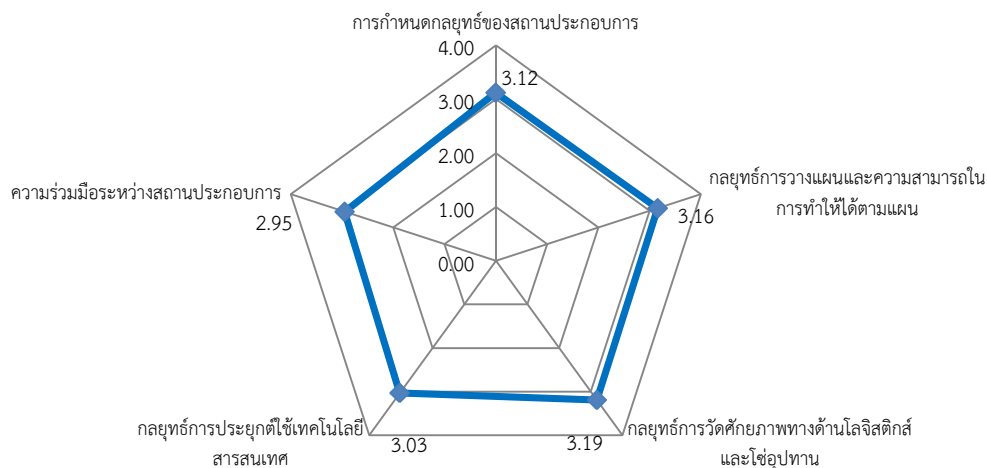


ภาพที่ 4.13 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม



4.5.4 การประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในปัจจุบัน

ในการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพใน 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) ด้านการวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพด้านกลยุทธ์การวัด ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน สูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.19$, $S.D. = 0.91$) รองลงมาได้แก่ด้านกลยุทธ์ การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 3.16$, $S.D. = 0.91$) ด้านการกำหนด กลยุทธ์ ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.12$, $S.D. = 0.95$) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.03$, $S.D. = 0.99$) ตามลำดับ และพบว่าผู้ประกอบการซึ่งเป็น กลุ่มตัวอย่าง มีศักยภาพด้าน ความร่วมมือของสถานประกอบการ ต่ำที่สุดหรือเป็นจุดอ่อนที่สุด ($\bar{X} = 2.95$, $S.D. = 1.16$) โดยภาพที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในแต่ละด้านของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.14 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

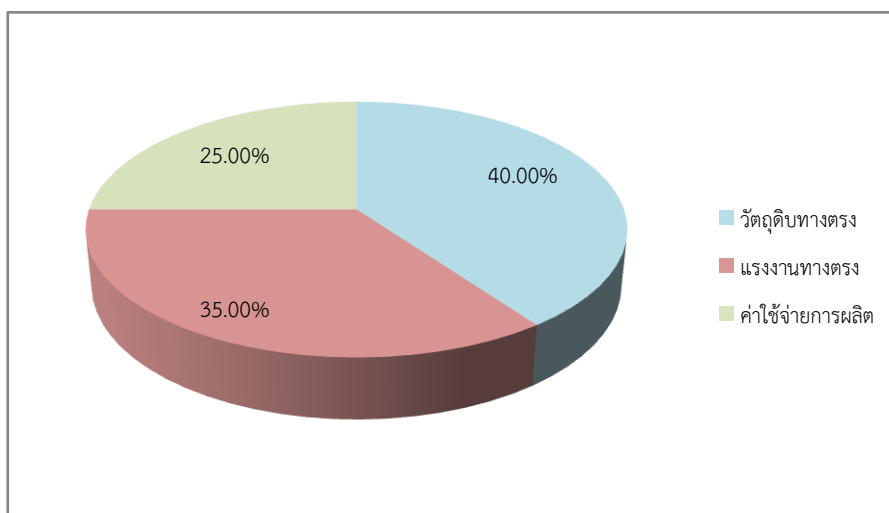
4.5.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของแต่ละประเทศ โดยภาพที่ 4.15 แสดงถึงโครงสร้างต้นทุนขององค์กรในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ดังนี้

- 1) ร้อยละ 40.0 เป็นค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้าผืน
- 2) ร้อยละ 35.0 เป็นแรงงานทางตรง (Direct Labor) เป็นต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง



3) ร้อยละ 25.0 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น ค่าย อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น



ภาพที่ 4.15 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

แนวทางในการลดต้นทุน

จากภาพที่ 4.15 จะเห็นได้ว่าต้นทุนด้านวัตถุดิบของประเทศไทยค่อนข้างสูง ซึ่งในส่วนของวัตถุดิบนั้น ถ้ามีการรวมตัวกันของกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน (Cluster of Supporting Industry) ที่เป็นต้นน้ำในการผลิตวัตถุดิบแล้วสามารถจะทำให้ต้นทุนของวัตถุดิบมีราคาลดลง ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนรวมของสินค้าลดลงด้วย ซึ่งสัดส่วนของวัตถุดิบของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40 ดังนั้นถ้าหากสามารถลดค่าวัตถุดิบทางตรงลงได้ร้อยละ 10 จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงประมาณร้อยละ 4

ในสถานการณ์ของการจ้างแรงงาน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต้นทุนด้านแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต หากมีการเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ค่าจ้างแรงงานถูกลงส่งผลให้ต้นทุนด้านแรงงานลดลง จะทำให้ต้นทุนในโซ่อุปทานลดลง ซึ่งสัดส่วนค่าแรงงานทางตรงของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 35 ดังนั้นถ้าภาคอุตสาหกรรมสามารถลดค่าแรงงานทางตรงได้ร้อยละ 10 จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงร้อยละ 3.5 ซึ่งค่าแรงงานทางตรงที่ลดลงอาจเกิดจากการไปลงทุนในประเทศ CLMV ที่มีต้นทุนค่าแรงขั้นต่ำต่ำกว่าประเทศไทย การเพิ่มทักษะฝีมือแรงงาน ลดกระบวนการผลิตลงโดยนำเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงเข้ามาทดแทนแรงงาน

ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตซึ่งมีทั้งต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ หากทำการลดต้นทุนในส่วนของค่าใช้จ่ายการผลิตก็จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลง ถ้าค่าใช้จ่ายการผลิตลดลงร้อยละ 10 จะส่งผลให้ต้นทุนสินค้าลดลงเนื่องจากสัดส่วนของค่าใช้จ่ายการผลิตของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 25 ดังนั้นถ้าลดค่าใช้จ่ายการผลิตลงได้ร้อยละ 10 จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงร้อยละ 2.5



บทที่ 5

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

5.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว และเข้ามา มีบทบาทสำคัญสำหรับเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลเวียดนามจึงได้ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินการส่งเสริมและสร้างมาตรการจูงใจให้ผู้ลงทุนจาก ต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศมากขึ้น รวมทั้งรัฐบาลยังได้จัดทำวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศ ซึ่งหากมีการปฏิบัติตามแผนงาน /โครงการ ภายใต้แผนพัฒนาดังกล่าว ทั้งหมด จะช่วยสร้างงานและเพิ่มการส่งออกของอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า ทั้งนี้ภายหลังจาก เวียดนามได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมโลก อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้กลายเป็นสาขาการ ผลิตที่สำคัญของประเทศมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

5.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ในช่วงระยะ 15 ปีที่ผ่านมา การส่งออกของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีการพัฒนาที่ก้าวหน้า อย่างมาก นับตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 1990 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ชื่อว่าเป็นผู้ผลิตที่ป้อนสินค้าสิ่ง ทอและเครื่องนุ่งห่มให้กับนานาประเทศและเจ้าของตราสินค้าชั้นนำของโลก ปัจจุบันตลาดส่งออกสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มหลักของเวียดนาม คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยสินค้าสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มที่วางจำหน่ายอยู่ ห้างสรรพสินค้า ในประเทศสหรัฐ อเมริกาที่มี แหล่งผลิตใน สาธารณรัฐ สังคมนิยมเวียดนาม เช่น Express, JC Penney, Kmart, Mast Industries, Sara Lee, Tommy Hilfiger, Victoria's Secret และ Wal-Mart เป็นต้น สำหรับในประเทศกลุ่มสหภาพยุโรป ก็มีการวาง จำหน่ายในห้างชั้นนำ เช่น Hucce, Ikea, Jupitar, Lee Cooper, Otto และ Seidensticker เป็นต้น ขณะที่ตราสินค้าชั้นนำในญี่ปุ่น ซึ่งมีผู้ประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามรับจ้างผลิต เช่น Itochu, Kowa, Nichimen, Nissho Iwai, Sumitomo และ Tomen เป็นต้น

1) การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

นับตั้งแต่ปี 2548 เสื้อผ้าและสิ่งทอของเวียดนามสามารถเข้าสู่ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านโควตา เนื่องจากการยกเลิกโควตาส่งออกขององค์การการค้าโลก หรือ WTO ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นมา ทำให้การส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอของสาธารณรัฐ สังคมนิยมเวียดนามขยายตัวอย่างมากและต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยปีละกว่าร้อยละ 20 นอกจากนี้ในปี 2549 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ลงนามในกรอบความตกลงการค้าและการลงทุน (Trade and Investment Framework Agreement : TIFA) กับสหรัฐฯ เพื่อให้ได้รับฐานะประเทศคู่ค้าถาวร ทำให้ การส่งออกสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มของเวียดนามไปยังตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของ เวียดนามได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วและเมื่อปี 2550 สามารถทำรายได้จากการส่งออก มากกว่าการส่งออก ของสิ่งทอไทย ในปี 2553 การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีมูลค่าสูง ถึง 11,172 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านมาร้อยละ 24 ปัจจุบันสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มอันดับ 9 ของโลก และได้วางเป้าหมายจะสามารถเลื่อนอันดับเป็น 1



ใน 5 อันดับแรกของผู้ส่งออกสิ่งทอโลกภายในปี 2558 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้กระจายตลาดการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังหลายตลาด อาทิ ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน โดยสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่รองรับการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่สำคัญเป็นอันดับ 1 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 52 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจึงนับว่าเป็นตลาดส่งออกสำคัญของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม โดยในปี 2553 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่า 6,117.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.5 จากปีก่อน ภายหลังจากการลงนามในข้อตกลงทวิภาคีทางการค้าระหว่างเวียดนามและสหรัฐอเมริกาในปี 2545 เป็นต้นมา การส่งออกของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี รองลงมา คือ สหภาพยุโรป มูลค่า 1,883.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และญี่ปุ่น มูลค่า 1,154.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามปี 2553 จำแนกตามตลาดที่สำคัญ

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ตลาด	มูลค่า: เหรียญสหรัฐ	อัตราเพิ่ม
สหรัฐอเมริกา	6,117,914,847	22.48
สหภาพยุโรป	1,883,486,831	17.50
ญี่ปุ่น	1,154,491,648	21.01
เกาหลี	431,633,581	78.00
อาเซียน	242,535,343	23.13
แคนาดา	217,032,786	21.55

ที่มา : Vietnam Textile and Apparel Association (2011)

2) การนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ได้นำเข้าสิ่งทอเป็นจำนวนมากเพื่อป้อนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศที่กำลังขยายตัว โดยในปี 2553 มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอสูงถึง 8,912 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยการนำเข้าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดเป็นการนำเข้าผ้าผืน และร้อยละ 13 เป็นการนำเข้าเส้นด้ายและเส้นใย มีอัตราการขยายตัวในระหว่างปี 2550-2553 ในอัตราสูงถึงร้อยละ 11.8 จาก 6,356 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2550 เป็น 8,912 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2553 โดยได้นำเข้าผ้าผืนจากประเทศจีนในสัดส่วนมูลค่าสูงที่สุด รองลงมา คือ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น ฮองกง และไทย ตามลำดับ โดยการนำเข้าผ้าผืนจากไทยมีมูลค่า 128.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.39 ของมูลค่ารวม โดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.2 จากการสัมภาษณ์พบว่าสาเหตุจากการที่นำเข้าผ้าผืนจากประเทศไทยในสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศจีนและไต้หวัน เนื่องจากราคาผ้าผืนของประเทศไทยแพงกว่าประเทศอื่น ๆ ประมาณ 2-3 เท่า แม้ว่าจะระยะทางจะใกล้กว่าและคุณภาพจะสูงกว่าก็ตาม



ตารางที่ 5.2 การนำเข้าสิ่งทอของเวียดนามปี 2553 จำแนกตามประเภทของสินค้า

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

รายการ	2550	2551	2552	2553	อัตราเพิ่ม 2552/2553
มูลค่ารวม	6,356	7,064	6,422	8,912	33.2%
ฝ้าย	268	468	385	664	69.3%
เส้นด้าย/เส้นใย	744	788	787	1,164	43.5%
ผ้าผืน	3,980	4,454	4,168	5,378	27.2%
Accessories	1,364	1,354	1,082	1,706	35.1%

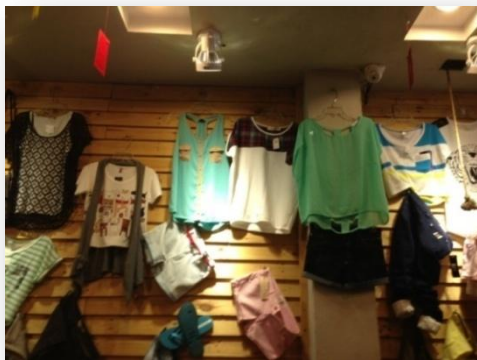
ที่มา : Vietnam Textile and Apparel Association (2011)

5.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและจากสำรวจตลาดเครื่องนุ่งห่มพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคชาวเวียดนามแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของประเทศ อาทิ ประชากรทางตอนใต้พิจารณามูลค่าสินค้าเป็นสำคัญ ขณะที่ทางตอนกลางให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ส่วนทางเหนือจะค่อนข้างมัธยัสถ์ และพิจารณาประโยชน์และความคงทนเป็นสำคัญ ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีรสนิยมการบริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่ต้องการสินค้าระดับกลางถึงบนมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มวัยแรงงานของเวียดนามค่อนข้างอ่อนไหวต่อกระแสความนิยมในตลาดโลก ดังนั้นกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดจำเป็นต้องชัดเจนและเหมาะสม

ในปัจจุบันนี้รสนิยมผู้บริโภคเสื้อผ้าของชาวเวียดนามแบ่งเป็นได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ผู้มีรายได้ขั้นต่ำหรือแรงงานทั่วไป ชนชั้นกลาง และ ซึ่งผู้มีรายได้สูงจะนิยมซื้อเสื้อผ้าที่มีแบรนด์เนมตามห้างสรรพสินค้า อุตสาหกรรมในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจึงตอบสนองโดยมีทั้งรับจ้างรับเหมาตัด (Cut Make Trim: CMT) และการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM) เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังมีร้านตัดเสื้อผ้าขนาดเล็กที่รับจ้างตัดรายตัวมากมาย เช่น Anh Vu และ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง (Original Brand Manufacturer: OBM) ทั้งขนาดเล็ก เช่น Sagi ขนาดกลาง เช่น Handee และขนาดใหญ่ เช่น Mattana ดังนั้นสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเป็นประเทศที่มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาโซ่อุปทานคุณค่า (Value Chain) ให้มีความเข้มแข็งได้มากขึ้นเช่นเดียวกับประเทศไทย





ภาพที่ 5.1 ตลาดเครื่องนุ่งห่มในนครโฮจิมินห์

สำหรับตลาดค้าปลีกของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นั้น ในงานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจ ตลาดบินถัน (Ben Thanh Market) ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ ตั้งอยู่กลางนครโฮจิมินห์ ตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งจากคนพื้นเมืองและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะมีสินค้า พื้นเมืองมากมาย เช่น หัตถกรรมพื้นเมือง สิ่งทอ ของที่ระลึก ไปจนถึงอาหารสด อาหารพื้นเมือง และเครื่องเทศต่าง ๆ สำหรับตลาดเสื้อผ้านั้นมีทั้งเสื้อผ้าเด็กและผู้ใหญ่หลากหลายรูปแบบให้เลือกซื้อ โดยทำการแยกชั้นส่วนที่ชัดเจนและมีป้ายบอกราคาและขนาด เสื้อผ้าเด็กจะเน้นลวดลายและสีสันสดใส ส่วนเสื้อผ้าวัยรุ่นนั้นไม่ค่อยเน้นแฟชั่นมากนักส่วนใหญ่เป็นเสื้อยืดสกรีนลาย โดยผู้หญิงนิยมเสื้อยืดตัวเล็กและเข้ารูป กางเกงผ้ารัดรูปขายาวและขาสั้น ผู้ชายนิยมเป็นเสื้อเชิ้ตหรือเสื้อโปโล กางเกงมี จั๊มนายทั้งกางเกงผ้าขายาวและขาสั้น ส่วนเสื้อผ้าผู้ใหญ่นั้นผู้หญิงนิยมเสื้อผ้าที่ปักด้วยลวดลายสวยงาม นอกจากนี้ ภายในตลาดยังมีชุดประจำชาติเวียดนาม หรือที่เรียกว่าชุด Ao Dai (อาว หย่าย) ให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นชุดที่มีเนื้อผ้าค่อนข้างละเอียด ปักด้วยลวดลายสวยงามและจะดัดแปลงไปตามสมัยนิยม ดังแสดงในภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดบินถัน (Ben Thanh Market)



5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในเวียดนาม

จากการเดินทางเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงดำเนินงานวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและการขยายตัวอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ได้ดังนี้

1) ค่าจ้างและคุณภาพของแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีต้นทุนการผลิตต่ำซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนั้นแรงงานของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นแรงงานที่มีคุณภาพทั้งในด้านความชำนาญในการผลิตเครื่องนุ่งห่ม มีความขยันอดทน มีทักษะที่ใกล้เคียงกับแรงงานไทยแต่มีประสิทธิภาพสูงกว่าแรงงานกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ รวมทั้งมีอัตราการรู้หนังสือสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

2) รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ จึงทำให้นักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตไปที่เวียดนามเป็นจำนวนมากทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

3) รัฐบาลเวียดนามมีมาตรการช่วยเหลือโดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการด้านการส่งออก เช่น การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการส่งออกซึ่งให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ส่งออก นอกจากนี้รัฐบาลเวียดนามยังให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด เทคโนโลยีและเครื่องจักร รวมถึงการวิจัยต่างๆ ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มของผู้ผลิตภายในประเทศ มีการปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้า การลงทุน และการให้สิทธิประโยชน์ทางการค้า โดยเฉพาะการยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรให้แก่โรงงานที่ตั้งในเขตอุตสาหกรรมส่งออก (Export Processing Zone : EPZ)

4) มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์โดยเฉพาะมีแหล่งน้ำมันดิบจำนวนมาก ขณะเดียวกัน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้เริ่มดำเนินการก่อสร้างโรงกลั่นน้ำมันแห่งแรกของประเทศ ทำให้ต้นทุนด้านพลังงานของประเทศมีแนวโน้มลดลง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะจูงใจให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปสร้างฐานการผลิตในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

5) มีการย้าย ฐานการผลิตไปนอกเมือง ซึ่งเป็น กลยุทธ์ ที่สำคัญของ ผู้ประกอบการที่จะ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนลง โดยให้ฝ่าย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าไปกำกับดูแลตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการส่งออก นอกจากนั้นจะมีการอบรมพนักงานก่อนให้ปฏิบัติงานจริง

6) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและการส่งมอบที่ตรงเวลาเป็น ปัจจัยสำคัญ ผู้ประกอบการในเวียดนามจึงมีการดูแลพนักงานเป็นอย่างดีทั้งในด้านเงินเดือนและสวัสดิการ แรงงานจึงมีเสถียรภาพส่งผลต่อผลผลิตภาพการผลิตของโรงงานที่ดี และมีการสำรองวัตถุดิบในปริมาณน้อย เพื่อรองรับความหลากหลายของคำสั่งซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

7) ผู้ประกอบการชาวเวียดนามสามารถพูดภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานโดยทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์ (7-8 ชั่วโมงต่อวัน) รวมทั้งพบว่าโรงงานต่าง ๆ มีการส่งเสริมให้พนักงานมีการออกกำลังกายในช่วงเวลาหลังเลิกงาน ทำให้ พนักงานมีสุขภาพดีและส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



8) นักลงทุนต่างชาติได้รับ สิทธิพิเศษในการส่งออก อย่างเสรี ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน เวียดนาม เช่น GSP และ Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement (TPP) เป็นต้น รวมทั้งผู้ประกอบการจะได้สิทธิประโยชน์จาก FTA ระหว่างไทยกับเวียดนามในการนำเข้าวัตถุดิบจาก ไทยโดยไม่ต้องเสียภาษี

9) มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตของบริษัทเนื่องจากได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัท ใหญ่ เพราะมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาเป็นเวลานาน เช่น ผู้ประกอบการของไต้หวัน เกาหลีใต้ และไทย เป็นต้น

5.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

แม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่

1) ภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลกจากการยกเลิกโควตาส่งออกภายใต้กรอบ WTO ส่งผลให้ การขยายตลาดส่งออกเป็นอุปสรรคมากขึ้น ในขณะที่คู่แข่งที่สำคัญ เช่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย และ ประเทศปากีสถาน ซึ่งเป็นผู้ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรายใหญ่ของโลกมีความสามารถในการหลายด้านทั้ง การผลิต การตลาด รวมถึงคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า

2) ขาดความเชื่อมโยงระหว่างโซ่อุปทานต้นน้ำถึงปลายน้ำในประเทศ โดยเน้นที่อุตสาหกรรม ปลายน้ำเป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีต้นน้ำซึ่งต้องใช้องค์ความรู้เฉพาะด้านเทคนิคสิ่งทอเข้า มาช่วย ส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศต้องพึ่งพาวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเกือบทั้งหมด จากต่างประเทศ โดยเครื่องจักรและชิ้นส่วนเกือบทั้งหมดนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งมีการนำเข้า ผลิตภัณฑ์ฝ้ายมากกว่าร้อยละ 90 และผ้าผืนชนิดต่าง ๆ อีกประมาณร้อยละ 70 ซึ่งปัญหาขาดแคลนปัจจัย การผลิตดังกล่าวส่งผลให้ สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนามปัจจุบันยังเป็นเพียงฐานการผลิตที่มีค่าแรงต่ำ ให้กับบริษัทต่างประเทศเท่านั้น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จึงได้รับส่วนแบ่งจากการส่งออกเพียง เล็กน้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกทั้งหมด

3) การค้าขายส่วนใหญ่ผ่านตัวกลางทางการค้าจึงไม่มีข้อมูลผู้บริโภค โดยตรงส่งผลให้ไม่สามารถ พัฒนาสินค้าหรือรวมออกแบบ บลสินค้าใหม่ให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง ขาดความรู้เรื่อง การตลาด และขาดองค์ความรู้ด้านแฟชั่นอย่างบูรณาการ

4) ขาดการพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบรวมถึงไม่ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เข้ามาช่วยควบคุมและติดตามการผลิตให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึง ยังขาดการนำแนวทางการจัดการผลิตแบบ Lean, Just In Time (JIT) มาใช้บริหารจัดการ

5) ระบบไฟฟ้ายังเป็นอุปสรรคกับโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตครั้งละจำนวนมากและยาวนาน โดยพบว่าจะมีกระแสไฟฟ้าตกหรือดับเป็นบางครั้ง

6) รัฐบาลเวียดนามยังไม่มีนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่ชัดเจน มีเพียงแต่การใช้มาตรการจูง ใจนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศเวียดนามในลักษณะของการใช้แนวทาง และคำแนะนำ สำหรับผู้ที่สนใจมาทำธุรกิจในเวียดนามเท่านั้น แต่ไม่ได้ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเอกชน แม้ว่าทาง บริษัทจะเป็นสมาชิกกับทางหอการค้าพาณิชย์และอุตสาหกรรมเวียดนาม (VCCI) เช่น การไม่ได้รับความ ช่วยเหลือในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การไม่ได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดง (Exhibition) ต่าง ๆ เท่าที่ควรเหมือนกับบริษัทของรัฐบาล



7) ปัจจุบันประสบปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนแรงงานในเมืองใหญ่ เช่น นครโฮจิมินห์และกรุงฮานอย เป็นต้น ซึ่งมีแนวโน้มว่าปัจจุบันแรงงานจะหายากขึ้น นอกจากนั้นการตั้งโรงงานอยู่ใกล้กับใจกลางเมืองจะมีปัญหาด้านต้นทุนแรงงานที่สูงกว่านอกเมือง

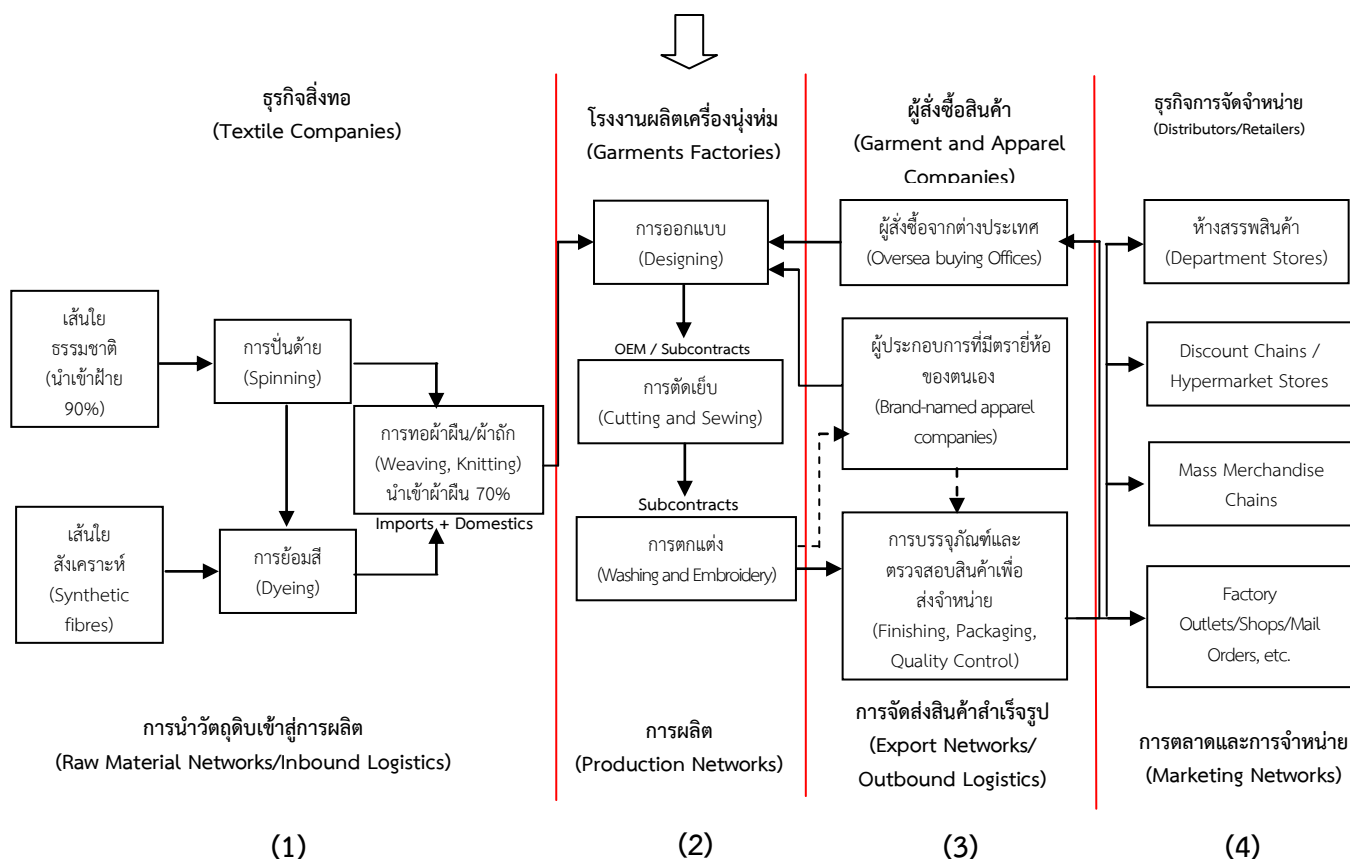
5.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มุ่งเน้นไปที่การผลิตเป็นหลัก เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศมีไม่เพียงพอและอุตสาหกรรมต้นน้ำของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ยังไม่เข้มแข็งเท่าใดนัก โดยเฉพาะการย้อมสี ผ้าทอ และผ้าถัก การนำเข้าวัตถุดิบนั้นส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศไต้หวัน จีน เกาหลี และญี่ปุ่น ร่วมกับการใช้วัตถุดิบบางส่วนภายในประเทศเองเพื่อนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในส่วนของการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศในกลุ่มอาเซียนมีค่อนข้างน้อย โดยมีการนำเข้าจากประเทศไทยและอินโดนีเซียอยู่บ้าง เช่น จากบริษัทนันทยางในประเทศไทย เป็นต้น สาเหตุที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยค่อนข้างน้อย เนื่องจากวัตถุดิบของประเทศไทยมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนหรือไต้หวัน แม้ว่าคุณภาพวัตถุดิบของไทยจะดีกว่าก็ตาม ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและไม่เอื้อต่อการแข่งขัน ดังนั้น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จึงยังคงต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากประเทศนอกภูมิภาคอาเซียนอยู่

ลักษณะธุรกิจเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิตทั้งที่เป็น CMT และ OEM ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีลักษณะเป็น CMT ซึ่งมักจะเป็นคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ หรือคำสั่งซื้อจากบริษัทที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงมาว่าจ้างให้ทำการผลิต โดยผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ออกแบบให้ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรฐานของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตด้วย โรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ที่นครโฮจิมินห์และกรุงฮานอยเป็นหลัก ทั้งนี้ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังไม่มีการสร้างตราสินค้าของตนเอง จึงยังไม่มีการค้าในลักษณะ OBM เท่าที่ควร

นอกจากการรับจ้างผลิตเองแล้ว ผู้ประกอบการบางรายภายในประเทศจะใช้วิธีการว่าจ้างการผลิตต่ออีกทอดหนึ่ง (Subcontract) ไปยังผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มรายอื่นในประเทศด้วย โดยผู้ประกอบการเวียดนามที่ว่าจ้างอีกทอดหนึ่งจะเป็นผู้ควบคุมดูแลคุณภาพการผลิต และตรวจสอบคุณภาพของสินค้าเองก่อนส่งสินค้าไปยังผู้สั่งซื้อในต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทบางแห่งในเวียดนามแม้ว่าจะเป็นบริษัทขนาดเล็ก แต่ก็สามารถรับคำสั่งซื้อจำนวนมากได้ เนื่องจากใช้วิธีการบริหารจัดการธุรกิจลักษณะของการว่าจ้างต่ออีกทอดหนึ่ง จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจลักษณะดังกล่าวทำให้การมีเครือข่ายกับโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศจึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการดำเนินธุรกิจ สำหรับสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วจะถูกจัดส่งออกไปตามคำสั่งของผู้สั่งซื้อในต่างประเทศ เพื่อนำไปจัดจำหน่ายตามช่องทางต่างๆ สำหรับช่องทางการจำหน่ายใน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นร้านค้าแบบ Stand Alone และมีบางส่วนที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 5.3





ภาพที่ 5.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ยังต้องพึ่งพาการลงทุนและการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ เช่น จากประเทศไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น ที่เข้ามาลงทุนหรือย้ายฐานการผลิตมายัง สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงอยู่ในช่วงของการเรียนรู้และพัฒนาให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและทักษะฝีมือของแรงงานเพื่อเพิ่มสมรรถนะในการผลิต รวมทั้งการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการเวียดนามยังเห็นพ้องกันว่า ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามประสบความสำเร็จ คือ คุณภาพของสินค้าและการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา รวมทั้งการลดต้นทุนและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และผู้ประกอบการยังมีความต้องการให้รัฐบาลเวียดนามให้ความช่วยเหลือสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้มากกว่าที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการจัดหาวัตถุดิบและการขยายตลาด โดยเห็นว่าหน่วยงานของรัฐควรประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของเวียดนามเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากสากลมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การจัด Road Show ให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอผลงานและผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นต้น

5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จำนวน 20 ราย เพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านหน่วยงาน Expert Help ในนครโฮจิมินส์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะลงทุนทำธุรกิจในประเทศ (Supporting Vietnamese & Foreign Company Looking for Business Partners) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นตัวแทนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อสมาชิกของ Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 60 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมหลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 และรองลงมาร้อยละ 25 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตเป็น Research and Development โดยรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.3 ส่วนในตารางที่ 5.4 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65 ระบุว่าจะไม่ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่น ส่วนอีกร้อยละ 25 ระบุว่าอาจเกิดการย้ายฐานการผลิตโดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิมและทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต

จากการสำรวจเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 35 ระบุว่าภาคอุตสาหกรรมจะได้ประโยชน์จากทั้งนโยบายการค้าเสรีเคลื่อนย้ายสินค้าและแรงงานอย่างเสรีและการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอีกร้อยละ 30 ระบุว่าจะได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรีเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีโดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 5.5 อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับการเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้น ผู้ประกอบการร้อยละ 70 ระบุว่าอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดเกิดจากนโยบายการค้าเสรีเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี อีกร้อยละ 20 ระบุว่าอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.6



สำหรับด้านการเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผู้ประกอบการร้อยละ 80 ระบุว่าสถานประกอบการยังไม่มีเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเลย รองลงมาร้อยละ 15 ระบุว่าในสถานประกอบการของตนได้มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.7 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 30 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐของตนมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงาน รวมทั้งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.8 สำหรับประเด็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 30 เห็นว่าองค์กรควรจะดำเนินการการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 5.3 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	12	60.0
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าพร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	3	15.0
3) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าพร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	5	25.0

ตารางที่ 5.4 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	5	25.0
2) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	13	65.0
3) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่ประเทศไทย (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต) และไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	1	5.0
4) อื่น ๆ	1	5.0



ตารางที่ 5.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	5	25.0
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้า เคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.0
3) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	7	35.0
4) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี	6	30.0
5) อื่น ๆ	1	5.0

ตารางที่ 5.6 ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ผลเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	14	70.0
2) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกันและการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	4	20.0
3) อื่น ๆ	1	5.0
4) ไม่ระบุ	1	5.0

ตารางที่ 5.7 การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	15.0
2) ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	16	80.0
3) อื่น ๆ	1	5.0



ตารางที่ 5.8 ประเด็นต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	15.0
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.0
3) รัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	5	25.0
4) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	6	30.0
5) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)และควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	1	5.0
6) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	3	15.0
7) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่	1	5.0

ตารางที่ 5.9 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	20.0
2) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น	3	15.0
3) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น และการขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	10.0

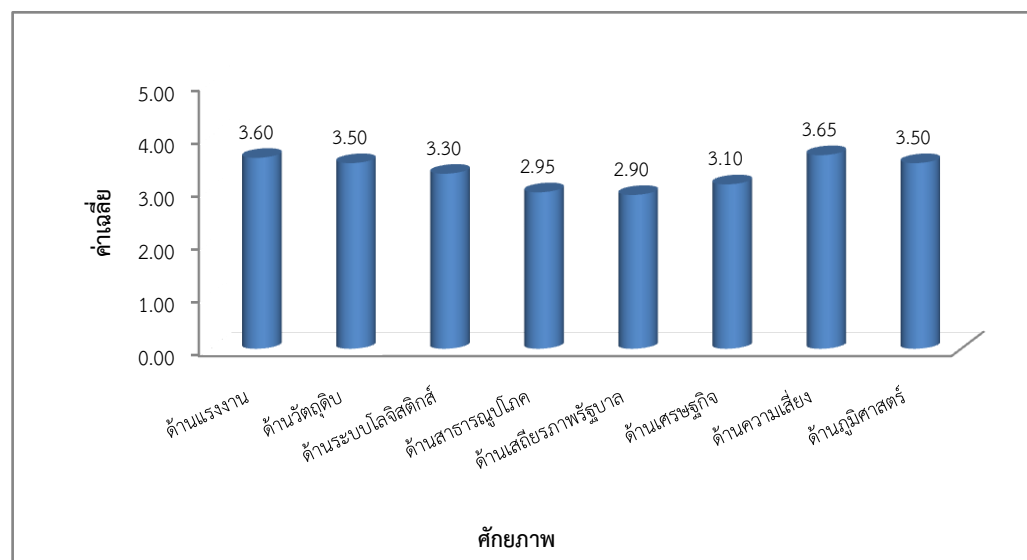


ตารางที่ 5.9 (ต่อ) แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
4) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น	6	30.0
5) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น และการขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	5	25.0

5.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม

จากการให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศของตนคือสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นๆ ในปัจจัยใดบ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าในมุมมองของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีความได้เปรียบประเทศอื่น ๆ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ความเสี่ยงในด้านต่างๆน้อย เช่น ภัยธรรมชาติ เป็นต้น 2) ด้านแรงงาน เช่น ค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น 3) ด้านวัตถุดิบ เช่น ปริมาณ/ราคาวัตถุดิบ เป็นต้น 4) ด้านภูมิศาสตร์ เช่น ที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า 5) ด้านระบบโลจิสติกส์ เช่น ระบบการให้บริการ 3PLs เป็นต้น 6) ด้านเศรษฐกิจ เช่น การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ และเสถียรภาพทางการเงิน เป็นต้น 7) ด้านสาธารณูปโภค เช่น เส้นทางคมนาคม เป็นต้น และ 8) ด้านเสถียรภาพของรัฐบาล เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยต่าง ๆ ดังแสดงในภาพที่ 5.4



ภาพที่ 5.4 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



5.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบสาธารณูปโภค (Infrastructure) ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวเรียงตามลำดับจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 ราย พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านรัฐบาล 4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 6) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งปัจจัย และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง โดยลำดับที่ 3 และ 4 พบว่ามีน้ำหนักใกล้เคียงกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยสรุปได้แสดงดังตารางที่ 5.10

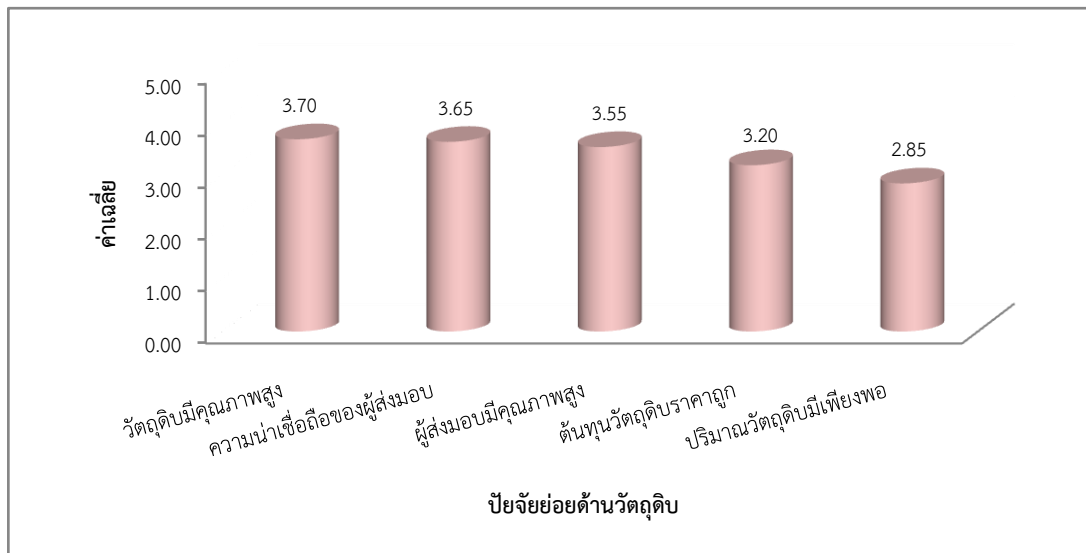
ตารางที่ 5.10 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านวัตถุดิบ	0.20	3.39	0.69	21.39	1
ด้านแรงงาน	0.21	3.20	0.67	20.61	2
ด้านรัฐบาล	0.13	3.68	0.46	14.36	3
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.14	3.31	0.46	14.35	4
ด้านเศรษฐกิจ	0.10	3.65	0.36	11.13	5
ด้านโลจิสติกส์	0.13	2.09	0.28	8.60	6
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.05	3.58	0.19	6.00	7
ด้านความเสี่ยง	0.03	3.33	0.12	3.58	8
รวม	1.00	26.23	3.24	100	

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยต่าง ๆ ดังนี้

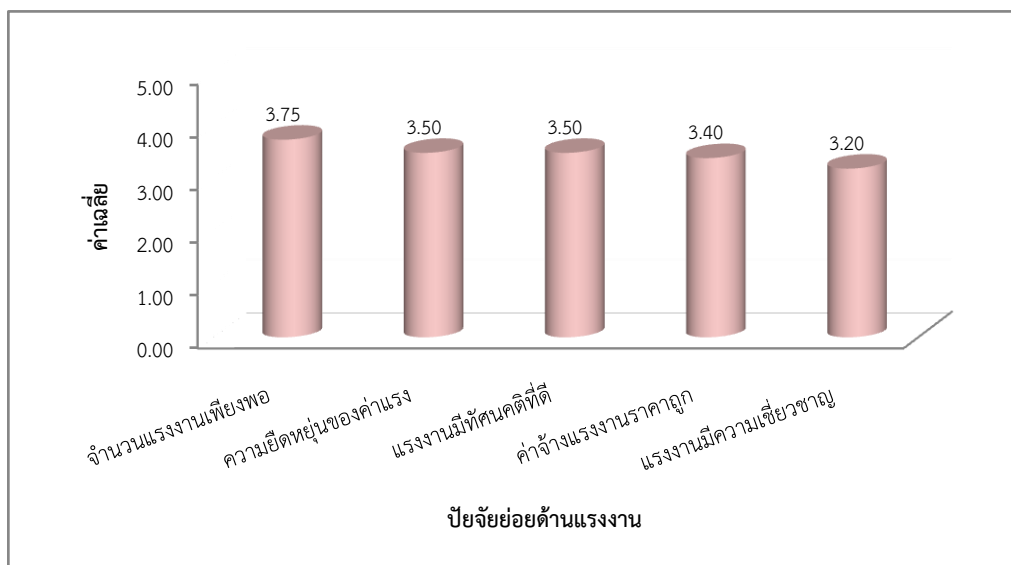
1. **ปัจจัยด้านวัตถุดิบ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ 3) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง 4) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก และ 5) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.5





ภาพที่ 5.5 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

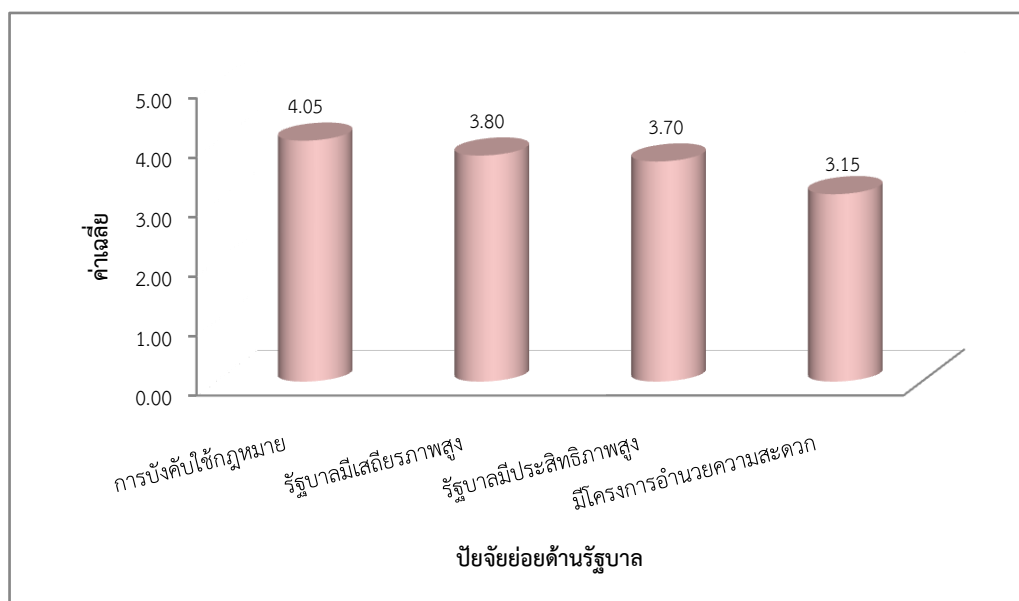
2. ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 2) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน 3) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ 4) ค่าจ้างแรงงานราคาถูก และ 5) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.6



ภาพที่ 5.6 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

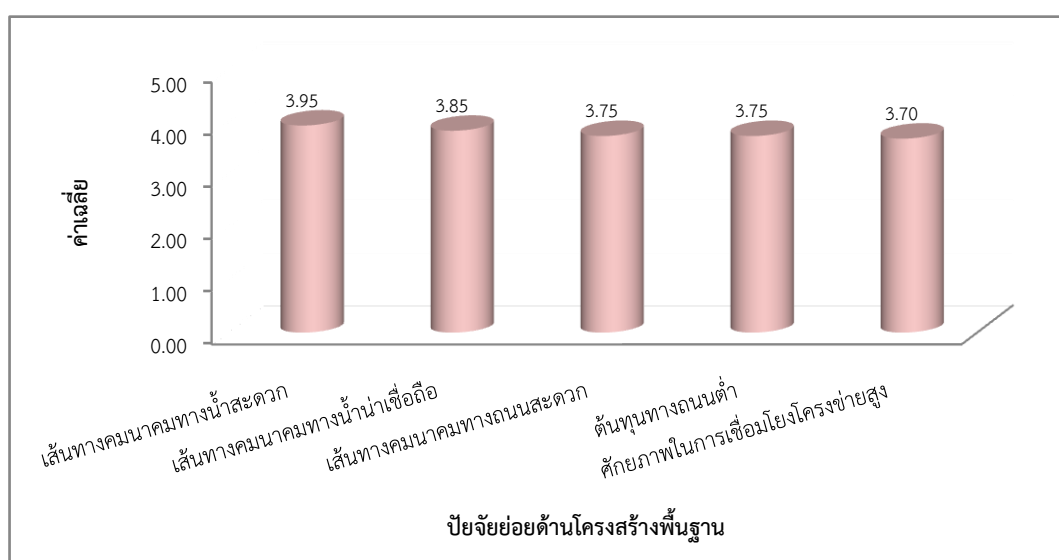
3. ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง 2) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง 3) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง และ 4) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.7





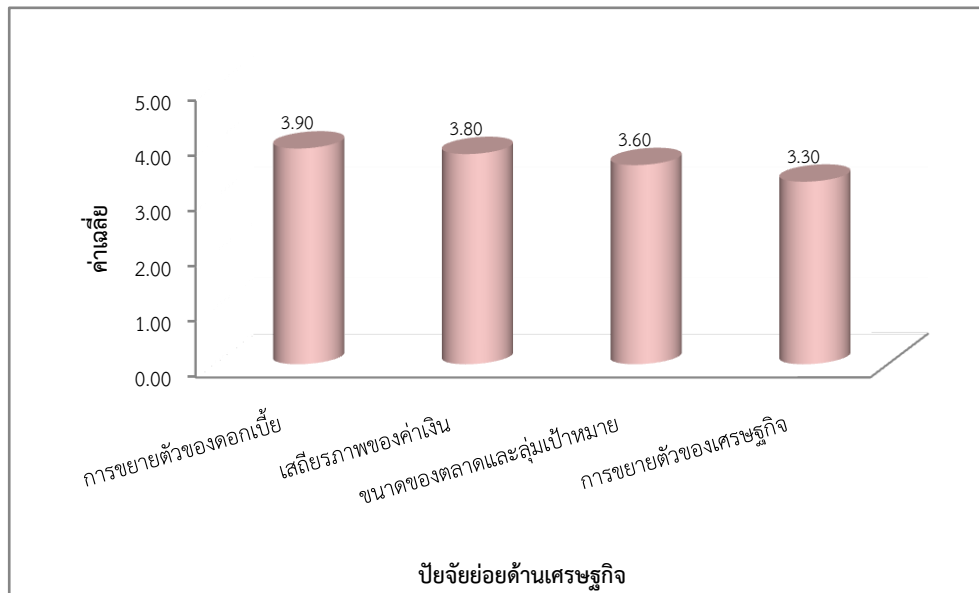
ภาพที่ 5.7 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา 2) เส้นทางคมนาคมทางน้ำมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง 3) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา 4) มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ 5) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.8



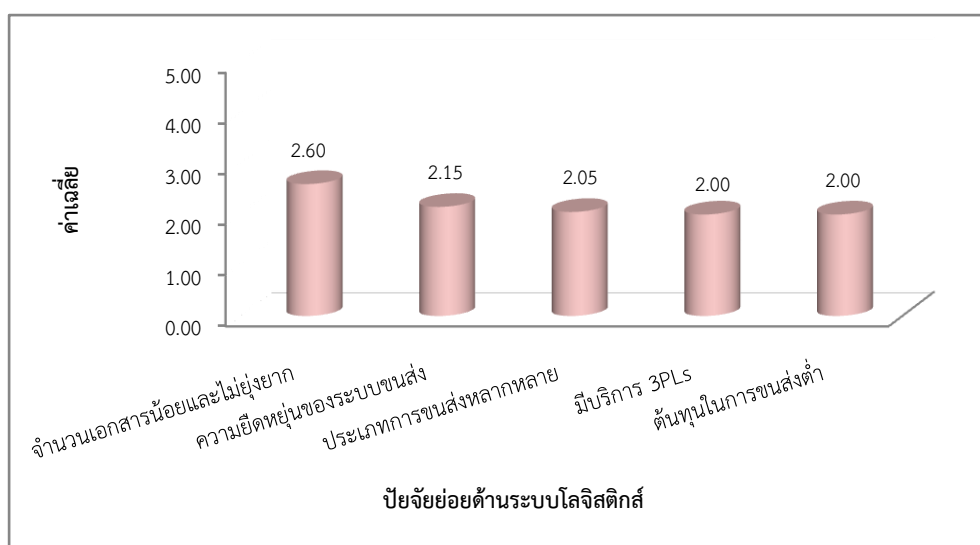
ภาพที่ 5.8 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม 2) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 3) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และ 4) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.9



ภาพที่ 5.9 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

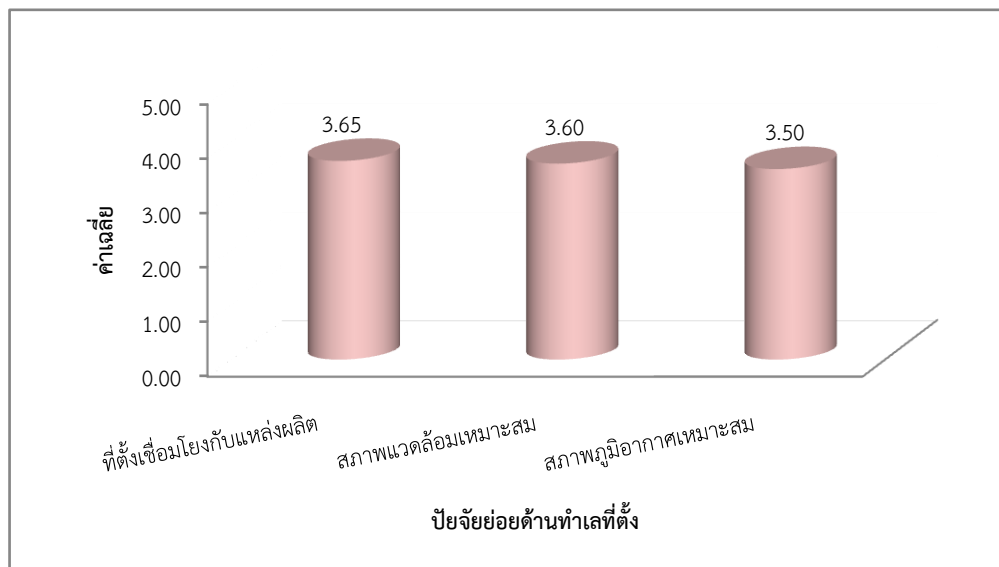
6. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก 2) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง 3) มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย 4) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ และ 5) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.10



ภาพที่ 5.10 ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

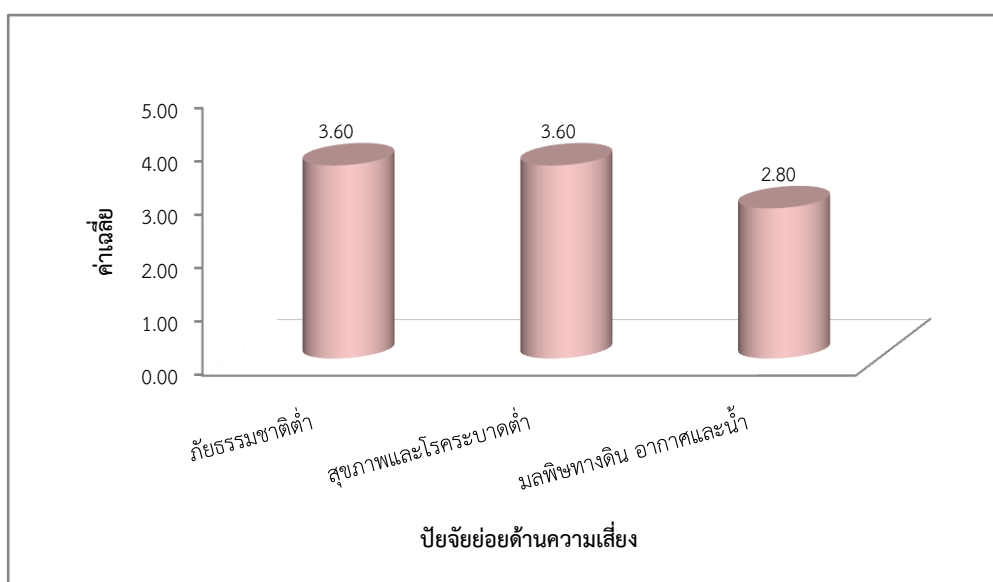


7. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า 2) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.11



ภาพที่ 5.11 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

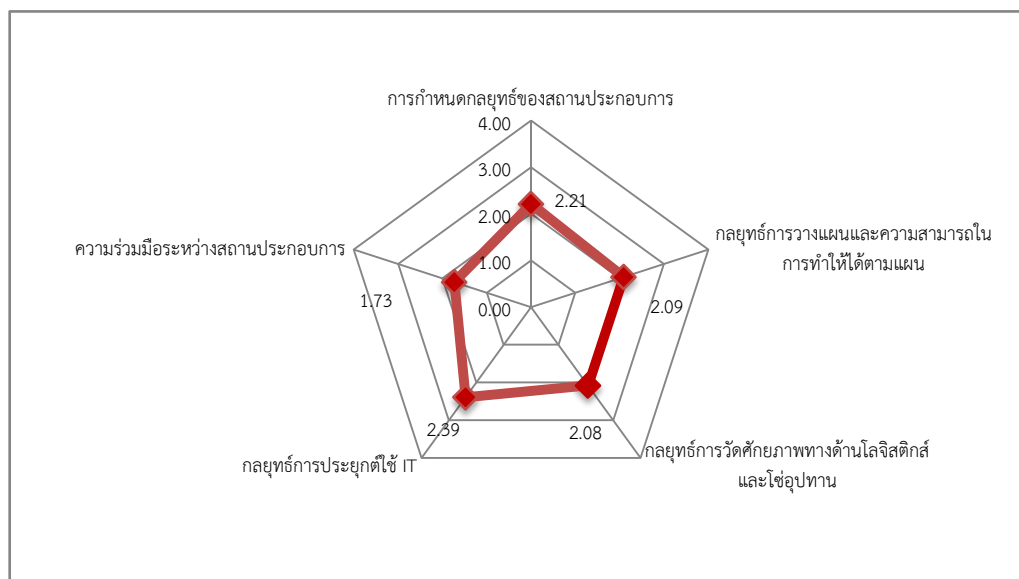
8. ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ และ 3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศและน้ำต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 5.12



ภาพที่ 5.12 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในการประเมิน ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม นั้น คณะผู้วิจัยทำการประเมินศักยภาพ ใน 5 ด้าน ด้วยกัน ได้แก่ 1) ด้าน การกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) ด้านการวัด ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการยังมีศักยภาพในด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับต่ำในทุก ๆ ด้าน และได้คะแนนเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านน้อยกว่ากึ่งหนึ่ง (2.50 คะแนน) โดยพบว่ามี ศักยภาพ ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สูงสุด เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 2.39$, S.D.= 0.09) รองลงมา ได้แก่ ศักยภาพในด้าน การกำหนด กลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.21$, S.D.= 0.91) ด้านกลยุทธ์ การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.09$, S.D. = 0.83) และด้านการวัด ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 2.08$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่ายังผู้ประกอบการซึ่งเป็น กลุ่มตัวอย่าง มีศักยภาพด้าน ความร่วมมือของสถานประกอบการ ต่ำที่สุดหรือเป็น จุดอ่อนที่สุด ($\bar{X} = 1.73$, S.D. = 0.85) โดยภาพที่ 5.13 แสดงการ เปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในแต่ละด้าน ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้



ภาพที่ 5.13 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

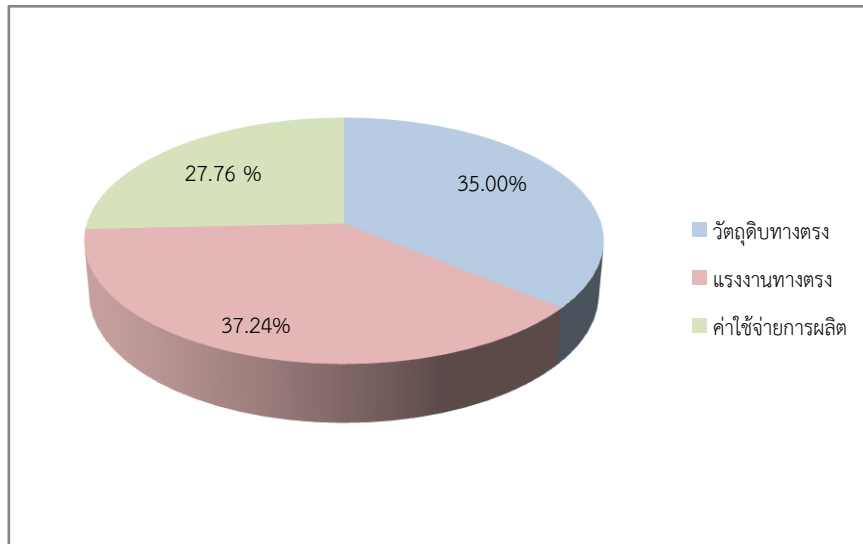
จากการสำรวจต้นทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามพบว่าองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีโครงสร้างต้นทุนเฉลี่ยแสดงดังภาพที่ 5.14 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ร้อยละ 35.00 เป็นค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้าผืน เป็นต้น



2) ร้อยละ 37.24 เป็นแรงงานทางตรง (Direct Labor) เป็นต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง

3) ร้อยละ 27.76 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น ค่าเช่า อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น



ภาพที่ 5.14 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

บทที่ 6

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศอินโดนีเซีย

6.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของ ประเทศ อินโดนีเซีย โดยมีมูลค่าส่งออก ประมาณปีละกว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (http://www.boi.go.th/thai/asean/Indonesia/capt4_p10n.html) ตลาดส่งออกหลัก ที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ประเทศอินโดนีเซียเป็นหนึ่งใน ผู้ผลิตเส้นใยสังเคราะห์รายใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปรายใหญ่เป็นอันดับ 9 ของ โลก (http://www.boi.go.th/thai/asean/Indonesia/capt4_p10n.html) และสำหรับในกลุ่มประเทศ อาเซียนพบว่า ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศผู้ส่งออกอันดับหนึ่งทั้งผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้า โดยในปี 2551 การส่งออกสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องคิดเป็นมูลค่า 10,144 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปี 2554 ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกเฉพาะเครื่องนุ่งห่ม 8,170 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ (สถาบันพัฒนา อุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2554)

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซียมีตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเช่นเดียวกับ ประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมหลัก 5 สาขาได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมเส้นใย ได้แก่ เส้นใยธรรมชาติ (ไหม ฝ้าย ปอ) และเส้นใยประดิษฐ์ (Rayon, Polyester)
- 2) อุตสาหกรรมเส้นด้าย ได้แก่ เส้นด้ายประดิษฐ์ เส้นด้ายจากธรรมชาติ และเส้นด้ายปั่น
- 3) อุตสาหกรรมผ้าผืน ได้แก่ ผ้าทอ (Woven Fabrics) ผ้าใยสังเคราะห์ (Non-woven Fabrics) ผ้าถัก (Knitted Fabrics) ผ้าลูกไม้ (Lace) ผ้าปัก (Embroidery) และผ้าเคลือบ (Laminated/ Impregnated Fabrics)
- 4) อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อผ้าเด็ก เสื้อกีฬา และเสื้อผ้าบุรุษและสตรี เป็นต้น
- 5) อุตสาหกรรมสิ่งทออื่นๆ เช่น พรหม เครื่องนอน ผ้าคลุมเตียง และ ผ้าถักจากเชือก เป็นต้น

6.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

ในส่วนของอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ถือเป็นสาขาที่ใหญ่ที่สุดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถส่ง ออกได้ถึงร้อยละ 88 ของการผลิตทั้งหมด ทั้งนี้อุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ได้กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญนับตั้งแต่ปี 2513 เป็นต้นมา และเป็นอุตสาหกรรมที่มี บทบาทต่อการจ้างแรงงานจำนวนมาก โดยในปี 2551 มีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากถึง 435,565 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งหมด รัฐบาลอินโดนีเซียจึงได้ใช้การ สนับสนุนอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นกลยุทธ์ของประเทศในการจ้างงาน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ แรงงานเป็นส่วนใหญ่ และแรงงานถือเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในกระบวนการผลิต เช่น การเย็บ และ การขึ้นรูป (Fitting) ซึ่งต้องใช้แรงงานที่มีทักษะความชำนาญในกระบวนการผลิต

อุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ของประเทศอินโดนีเซียเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในแถบชาวตะวันตก และบาห์ลี และมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการส่งออกได้เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี โดย ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป การส่งออกเสื้อผ้าของ ประเทศอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ ผ่านมาเป็นผลมาจากการที่สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปมีมาตรการจำกัดปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่ง



ทอและเสื้อผ้าจาก ประเทศจีนเพื่อปกป้องตลาดภายในประเทศของตนจากการท่วมตลาดสินค้าต้นทุนต่ำจากประเทศจีน ส่งผลให้ในปี 2552 ประเทศอินโดนีเซียส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปคิดเป็นมูลค่า 56.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของการส่งออกทั้งหมดเพิ่มขึ้นจาก ในปี 2551 เป็นมูลค่า 60.16 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 56.95 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2551 สหรัฐอเมริกาได้ใช้มาตรการป้องกันการท่วมตลาดของสิ่งทอจาก ประเทศจีน ขณะที่ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอสำเร็จรูปจาก ประเทศอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นมาก ทำให้เกิดข้อสงสัยในเรื่องของแหล่งกำเนิดสินค้า โดย ประเทศอินโดนีเซีย ได้ถูกระบุว่าเป็นประเทศที่ผู้ผลิตประเทศอื่น (เช่น ผู้ผลิตประเทศจีน) อาจใช้เป็นเส้นทางขนถ่ายสินค้าต่อไปยังประเทศอื่น (Transshipment) ที่ผิดกฎหมาย โดยมีการสวมสิทธิเอกสารการส่งออกหรือแหล่งกำเนิดสินค้าว่าเป็นสินค้าที่ผลิตจากประเทศอินโดนีเซีย โดยสินค้าจากประเทศจีนจะถูกส่งไปยังประเทศสิงคโปร์หรือฮ่องกง ก่อน แล้วจึงถูกส่งต่อไปยัง ประเทศอินโดนีเซียเพื่อทำการเปลี่ยนเอกสารการส่งออกหรือเปลี่ยนแปลงแหล่งกำเนิดของสินค้าใหม่ จากเหตุการณ์ดังกล่าว จึงทำให้ผู้เชี่ยวชาญการค้าของ ประเทศอินโดนีเซียได้เสนอแนะให้รัฐบาลมีมาตรการเพื่อหยุดยั้งกระบวนการที่ไม่ถูกต้อง เพราะอาจจะเป็นสาเหตุให้สหรัฐอเมริกาห้ามนำเข้าหรือมีมาตรการกีดกันผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มจากประเทศอินโดนีเซียได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ของประเทศ อินโดนีเซียในอนาคต ตารางที่ 6.1 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของ ประเทศอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2549-2553 และตารางที่ 6.2 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของ ประเทศอินโดนีเซียระหว่างปี 2551-2553

ตารางที่ 6.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี 2549-2553

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

มูลค่าการส่งออก	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ม.ค.-ก.ย. 2553	ม.ค.-ก.ย. 2554	%เปลี่ยนแปลง ม.ค.ก.ย.53/54
สหรัฐอเมริกา	3,670	3,981	4,028	3,861	4,424	3,387	3,948	16.6

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (2555)

ตารางที่ 6.2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของอินโดนีเซียระหว่างปี 2551-2553

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

เสื้อผ้าสำเร็จรูปของอินโดนีเซีย	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554 ^(F)
มูลค่าการส่งออก	6,016	5,659	6,500	8,170
% การเปลี่ยนแปลง	7.5	1.1	14.9	25.7

หมายเหตุ : (F) ตัวเลขประมาณการ

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (2555)

ทั้งนี้แม้ว่า ประเทศอินโดนีเซียจะมีอุตสาหกรรมครบวงจร แต่ก็ยังมีความต้องการ ที่จะนำเข้าสิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากต่างประเทศ โดยความต้องการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าในปี 2558 จะมีความต้องการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็น 7.5 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในส่วนของการนำเข้าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มนั้นพบว่า การนำเข้าเสื้อผ้าจากประเทศจีน มีการขยายตัวอย่าง



รวดเร็ว นอกจากนั้นยังมีการลักลอบนำเข้าเสื้อผ้าแบบผิดกฎหมายจาก ประเทศจีน ประเทศสิงคโปร์ และ ประเทศเกาหลีใต้ นำมาจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าอีกด้วย

6.1.2 การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยของประเทศไทยอินโดนีเซีย

ประเทศไทยอินโดนีเซียมีการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไทยโดยสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่นำเข้าจาก ประเทศไทยที่สำคัญคือ เสื้อผ้านิต ได้แก่ เสื้อยืด T-shirt เสื้อผ้าผู้หญิง เซ็ต เสื้อผ้าผู้ชาย สูท ชุดสกีสูท นอกจากนี้ยังมีเสื้อผ้าทอ เช่น เครื่องตกแต่ง สูทผู้หญิง ชุดชั้นใน เสื้อผ้าชายและเด็ก เป็นต้น สำหรับสินค้า นำเข้าจากไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดอินโดนีเซีย ได้แก่ เสื้อผ้าฝ้ายลายดอกสีสดเป็นเสื้อตัวยาว แขน ยาวแบบมุสลิมเนื่องจากคนไทยอินโดนีเซียส่วนมากจะนิยมใส่เสื้อยืดด้านในเป็นแขนยาว คอปิดส่วนด้านนอก จะเป็นเสื้อผ้าฝ้ายไม่หนามาก นอกจากนี้ยังนิยมเสื้อเชิ้ตผ้าฝ้ายลายดอกสีสดจากประเทศไทย ซึ่งมีคุณภาพ ดีและราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับสินค้าจาก ประเทศจีน ซึ่งมักออกแบบแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย เช่น ไข่มุกดิ อีที และวาทิต เป็นต้น ได้เข้าไปบุกเบิกตลาดอินโดนีเซียโดยเปิดร้านแบรนด์ของตนเอง ใน Plaza Indonesia ซึ่งเป็นย่านการค้าระดับสูง ของประเทศ โดยแบรนด์เสื้อผ้าของคนไทยที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยอินโดนีเซีย ได้แก่ CINDORA ซึ่งได้มีการเปิดร้านจำหน่ายเสื้อผ้านิตที่มีรูปแบบ ทันสมัยผสมผสานกับรูปแบบของเสื้อผ้ามุสลิม และได้รับการตอบรับค่อนข้างดี

6.1.3 ตลาดเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยอินโดนีเซีย

สำหรับตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยอินโดนีเซียนับได้ว่าเป็นตลาดใหญ่ที่มีกลุ่มลูกค้าหลาย ระดับ โดยเฉพาะตลาดระดับสูงเป็นตลาด ที่มีความต้องการเสื้อผ้าที่มีดีไซน์จาก ประเทศไทย เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในนักออกแบบของไทยว่าสามารถออกแบบได้ เท้าเทียมกับนักออกแบบของยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างผ้าไหมของ ประเทศไทยและผ้าบาติกเป็นแนวโน้มกระแสใหม่ที่ ยังสามารถเข้ามาขยายตลาดในอินโดนีเซียได้ แต่หากเป็นเสื้อผ้าที่มีรูปแบบทั่วไปที่เน้นการผลิตจำนวนมากและไม่มีการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจะไม่สามารถเข้ามาขายในตลาดนี้ได้ เนื่องจาก ประเทศไทยอินโดนีเซียเป็นแหล่งผลิตเสื้อผ้ายาวใหญ่ที่มีการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว อีกทั้งยังมีร้าน จำหน่ายเสื้อผ้าส่งออกและ Outlet เป็นจำนวนมากกว่า 200 แห่งที่จังหวัดบันดุง โดยมีสินค้าประเภท ยีนส์ เสื้อโปโล เสื้อยืด ที่มีแบรนด์ชื่อดังของต่างประเทศมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังมีตลาดขายส่งเสื้อผ้าที่มีสินค้าจีนเข้ามาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เช่น ตลาดค้าส่ง Tnang Abang , Mangga Dua Square, Pasar Baru และ Thamrin City ซึ่งจะมีการจำหน่ายทั้งเสื้อผ้าของผู้ผลิตในประเทศ เช่น เสื้อผ้าบาติก ชุดมุสลิมและชุดทำละหมาด รวมทั้งเสื้อยืด ยีนส์ ที่นำเข้าจากประเทศจีนและเป็นตลาดเสื้อผ้าวระดับกลางที่ได้รับความนิยมในการซื้อของผู้บริโภค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งทำการออกแบบเสื้อผ้าเป็นของตนเองเพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มวัยรุ่นต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อยืด ที่มีการลงทุนไม่มากนัก และมีการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบกับผู้ประกอบการทั่วไปที่วางจำหน่ายใน ห้างสรรพสินค้า หรืออาจจะเพิ่มการสกรีนตามที่ลูกค้ากำหนด และจะมีการจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์โดยมี ราคาถูกกว่าที่วางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า และจากการสัมภาษณ์พบว่าช่องทางตลาดที่ได้รับความนิยมทางหนึ่งในปัจจุบัน นอกจากนั้น หากผู้ประกอบการ ต้องการเข้ามา ค้าขายในตลาดอินโดนีเซีย ควรเริ่มจากการสร้างแบรนด์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบดีไซน์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งควร สร้างความตระหนักให้กับผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกของ ประเทศไทยอินโดนีเซีย ให้รับรู้ถึง ตราสินค้าของ



ประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับจากตลาดยุโรป ซึ่งจะช่วยให้สินค้าของ ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับมากขึ้นในตลาดอินโดนีเซียด้วย



ภาพที่ 6.1 ตลาดเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย

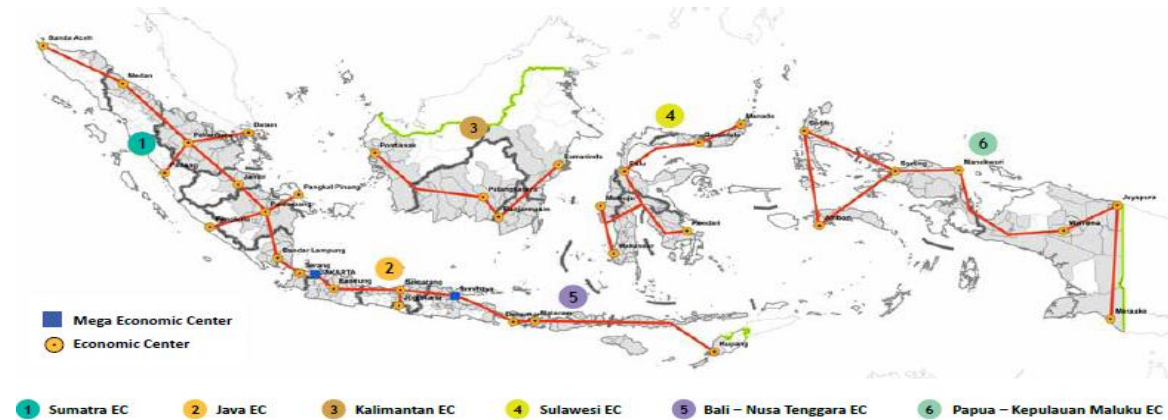
6.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

6.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในนโยบาย ภาพรวมของการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) พบว่าภาคเอกชนในประเทศอินโดนีเซียตื่นตัวกว่าภาครัฐบาลและประชาชน โดยทั่วไป อย่างไรก็ตามบริษัทต่างๆ ยังไม่เห็นประโยชน์ต่อการรวมตัวกันเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากตลาดของ ประเทศ อินโดนีเซียมีขนาดใหญ่เพียงพอโดยไม่จำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศ และเห็นว่า การรวมตัวเป็นประชาคม เศรษฐกิจ อาเซียนนั้นอาจจะไม่เกิดประโยชน์กับภาคเอกชนบริษัททั่วไปในประเทศของภูมิภาคอาเซียนเท่ากับบริษัทต่างชาติที่ไม่ใช่อาเซียน และในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นี้ แต่ละภาคอุตสาหกรรมจะมีผลได้ ผลเสียที่แตกต่างกัน แต่ในภาพรวมบริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่าจะได้เปรียบบริษัทที่มีขนาดเล็กกว่า

ปัจจุบัน ประเทศอินโดนีเซียได้มีการจัดทำ Indonesia National Logistics System (SISLOGNAS) โดยมีวิสัยทัศน์ทางด้านเศรษฐกิจปี 2555 คือ A-Self-Sufficient, Advanced, Just, And Prosperous Indonesia และได้แบ่งโซนการพัฒนาออกเป็น 6 Corridors ดังภาพที่ 6.2 และในแต่ละ

Corridors ของประเทศนั้นภาครัฐได้วางนโยบายและเป้าหมายที่จะพัฒนาในแต่ละประเด็นแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น ให้หมู่เกาะสุมาตราเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อเป็นศูนย์กลางด้านพลังงานของประเทศ และหมู่เกาะบาหลีเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น



ภาพที่ 6.2 Indonesia Economic Corridors

ที่มา : Wedabay Nickel (2012)

ผลจากการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูลเชิงลึกพบประเด็นที่สำคัญต่อการลงทุนและการรวมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

- 1) แรงจูงใจที่ทำให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศอินโดนีเซียคือ การที่ประเทศ อินโดนีเซียมีทรัพยากรมากมาย โดยเฉพาะน้ำมันและถ่านหิน รวมทั้งแรงงานใน ประเทศอินโดนีเซียยังมีราคาถูกอยู่
- 2) ปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียมีการประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมและค่านิยมทางความคิดของคนอินโดนีเซีย ให้มีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาทางเศรษฐกิจมากขึ้น โดยตั้งเป้าหมายว่าภายในปี ค.ศ. 2030 ประเทศอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มี Creative Economy สอดคล้องกับประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น
- 3) ตลาดของประเทศอินโดนีเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่โดยมีประชากรจำนวนครึ่งหนึ่งของประชากรในภูมิภาคอาเซียน

6.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

แม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ ประเทศอินโดนีเซีย และมีอุตสาหกรรมครบวงจรเช่นเดียวกับประเทศไทยและมีขายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่

- 1) ประเทศอินโดนีเซียเป็นเกาะขนาดใหญ่ ทำให้มีปัญหาในด้านโลจิสติกส์ภายในประเทศ การเดินทางและการขนส่งที่สะดวก ที่สุดคือทางน้ำและทางอากาศแต่อย่างไรก็ตามพบว่ายังไม่ค่อยสะดวกเท่าใดนัก ซึ่งปัจจุบันระบบโครงสร้างพื้นฐานในประเทศมีทั้งท่าเรือ ท่าอากาศยาน ถนน หรือทางรถไฟ แต่ยังไม่พร้อมเท่าที่ควร
- 2) กฎหมายและกฎระเบียบบาง ประเภท ยังไม่มีความชัดเจนและโปร่งใส มีการกำหนดมาตรการทางการค้าในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้า เช่น มาตรการห้ามนำเข้า ใบอนุญาตนำเข้า เป็นต้น



- 3) ระบบราชการมีกระบวนการหลายขั้นตอนที่ซับซ้อนและยุ่งยาก ยังคงใช้ระบบเอกสารกระดาษเป็นหลักในการเดินพิธีการ และยังมีปัญหาการคอร์รัปชันในระบบราชการ
- 4) ธุรกิจที่จะมาลงทุนและเปิดกิจการในประเทศอินโดนีเซียต้องเป็นแบบ Full Option คือต้องมาหาเช่า/ซื้อที่ดินและลงทุนในกิจการทั้งหมดด้วยตนเอง
- 5) ปัจจุบันชาวอินโดนีเซียมีสิทธิเสรีภาพในการกดดันรัฐบาลมากขึ้นมี Flash Mop เกิดขึ้นได้ง่ายหากการพัฒนาอื่นๆ ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น ดังนั้นนักลงทุนจำเป็นต้องระมัดระวังอย่างยิ่งในการลงทุนมิให้กระทบต่อผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น
- 6) ด้านการศึกษาและใช้ภาษาอังกฤษ รัฐบาลประเทศอินโดนีเซียไม่ได้ส่งเสริมเป็นพิเศษ แต่ก็ต้องการให้นักธุรกิจที่จะเข้ามาลงทุนเรียนรู้ภาษาบาฮาซาซึ่งเป็นภาษาประจำชาติ
- 7) อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินรูเปียห์ของ ประเทศ อินโดนีเซียมีความผันผวนมาก และ อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน

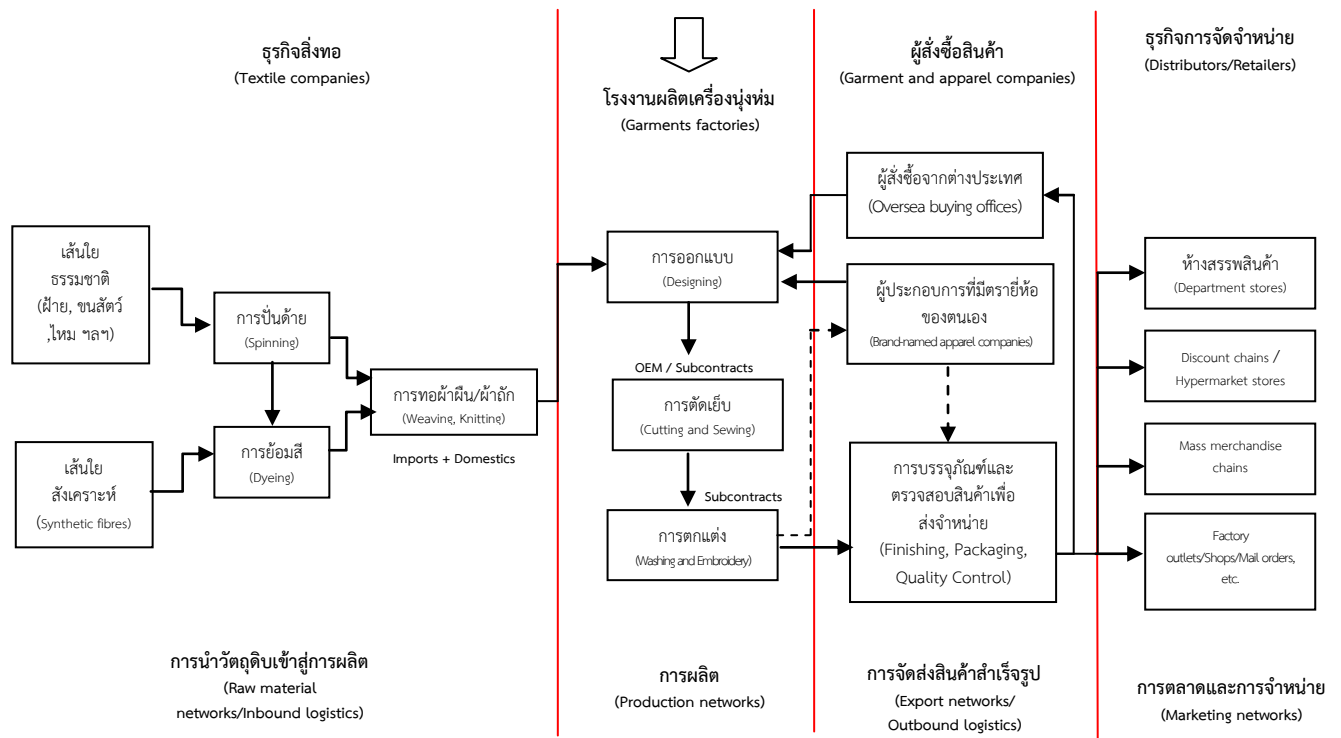
6.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซียเป็นอุตสาหกรรมที่มีครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยเริ่มตั้งแต่การผลิตต้นน้ำได้แก่การผลิตเส้นใยที่ได้จากธรรมชาติ ได้แก่ ไผ่ฝ้าย ขนสัตว์ ไยไหม เป็นต้น และมีกระบวนการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ตามคำสั่งซื้อ ต่อจากนั้นซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมกลางน้ำ ซึ่งจะประกอบด้วยกระบวนการปั่นด้าย และผลิตผ้าผืนทั้งจากกระบวนการทอผ้าและถักผ้า โดยโรงงานที่ผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีผลผลิตเส้น เช่น เป็นลายทางยาว หรือมีเส้นด้ายตกต่างก็จะนำไปสู่สู่กระบวนการย้อมเส้นด้ายก่อนทำเป็นผืนผ้า แต่หากเป็นเครื่องนุ่งห่มที่มีสีเดียวกันทั้งผืนก็จะผ่านกระบวนการถักหรือทอก่อนที่จะนำไปย้อมผ้า ซึ่งอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำ ของประเทศอินโดนีเซีย เช่น การผลิตผ้าผืนและด้าย เส้นใยประดิษฐ์ ฟอกย้อม ค่อนข้างเข้มแข็ง สุดท้ายของกระบวนการผลิตปลายน้ำได้มีการนำส่งให้กับโรงงานผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มเพื่อทำการขึ้นรูปสร้างแบบ การวัดขนาด กระบวนการปูผ้า ตัดผ้า และประกอบชิ้นส่วน จนกระทั่งตกแต่งสำเร็จเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปต่อไป

สำหรับการประกอบธุรกิจเครื่องนุ่งห่มจะเริ่มตั้งแต่เมื่อโรงงานผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มได้ผลิตสินค้าตามความต้องการลูกค้าแล้ว จากนั้นก็จะจัดส่งไปยังลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ส่วนของลูกค้านั้นก็จะมีขั้นตอนการรับมอบสินค้าโดยที่ต้องพิจารณาเรื่องเกณฑ์มาตรฐานด้านการตรวจสอบร่วมกัน สุดท้ายลูกค้าที่พัฒนาตราสินค้าจึงนำผลิตภัณฑ์สินค้ากระจายไปยังเครือข่ายธุรกิจที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า Discount Chains/Hypermarket Stores Mass Merchandise Chains และอื่นๆ เป็นต้น การจัดการโซ่อุปทานส่วนใหญ่เป็นการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและลูกค้าเป็นผู้จัดการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือกำหนด Spec. หรือ Supplier ทั้งในและต่างประเทศ โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจึงเป็นโรงงานผู้รับจ้างผลิตส่วนใหญ่ซึ่งมีทั้งที่เป็น การผลิตเพื่อการส่งออก รูปแบบของผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิต จะจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต ที่มีทั้งที่เป็น CMT และ OEM โดยที่มีการวางแผนการส่งมอบกับลูกค้าและรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลการพยากรณ์ร่วมกัน เมื่อผลิตเสร็จ แล้วส่งสินค้า กลับสินค้ายังผู้ซื้อโดยได้รับค่า ดำเนินการผลิตเท่านั้น วัตถุดิบที่นำมาผลิตนั้นส่วนใหญ่มาจากภายในประเทศ เช่น เมือง Surabaya และเมืองบันดุง เป็นต้น ตลาดส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของ



ประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศมาเลเซีย และภายในประเทศอินโดนีเซีย โดยภาพที่ 6.3 แสดงโครงสร้างโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย



ภาพที่ 6.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซีย

6.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอินโดนีเซียจำนวน 18 รายเพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านผู้แทนจากมหาวิทยาลัย Institut Teknologi, Sepuluh Nopember เมืองสุราบายา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนพบว่า จากข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถาม พบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่ร้อยละ 55.56 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมหลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 รองลงมาร้อยละ 22.22 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตแต่มีการ



กระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.3 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับการย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 61.11 ระบุว่าจะไม่ย้ายฐานการผลิต รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.4

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 38.89 ระบุว่าภาคอุตสาหกรรมจะได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอีกร้อยละ 11.11 ระบุว่าจะได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีและได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.5 อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับการเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ขึ้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 38.89 ระบุว่าอาจเกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.6

สำหรับด้านการเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 38.89 ระบุว่าสถานประกอบการยังไม่มีเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาร้อยละ 11.11 ระบุว่าในสถานประกอบการของตนได้มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.7 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 27.78 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐของตนช่วยเหลือทั้งในด้านการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และต้องการให้มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานมีจำนวนที่เท่ากัน โดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.8 สำหรับประเด็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้นผู้ประกอบการร้อยละ 22.22 เห็นว่าองค์กรต่างๆควรจะดำเนินการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 6.9

ตารางที่ 6.3 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	10	55.56
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	4	22.22
3) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม และเปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	1	5.56
4) ไม่ระบุ	3	16.67



ตารางที่ 6.4 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตและองค์กรไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	3	16.67
2) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	11	61.11
3) ไม่ระบุ	4	22.22

ตารางที่ 6.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี	7	38.89
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี	1	5.56
3) ได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	2	11.11
4) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรีและการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	2	11.11
5) ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรีและแรงงานอย่างเสรี และการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.56
6) ไม่ระบุ	5	27.78

ตารางที่ 6.6 ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ผลเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน	4	22.22
2) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการค้าเสรี	7	38.89
3) อื่นๆ	2	11.11
4) ไม่ระบุ	5	27.78



ตารางที่ 6.7 การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน	2	11.11
2) มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	2	11.11
3) ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	7	38.89
4) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน และจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัท	1	5.56
5) อื่น ๆ	1	5.56
6) ไม่ระบุ	5	27.78

ตารางที่ 6.8 ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	5	27.78
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	5	27.78
3) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.56
4) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนกู้ยืมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	1	5.56



ตารางที่ 6.8 (ต่อ) ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
5) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอื่นๆ	1	5.56
6) อื่น ๆ	1	5.56
7) ไม่ระบุ	4	22.22

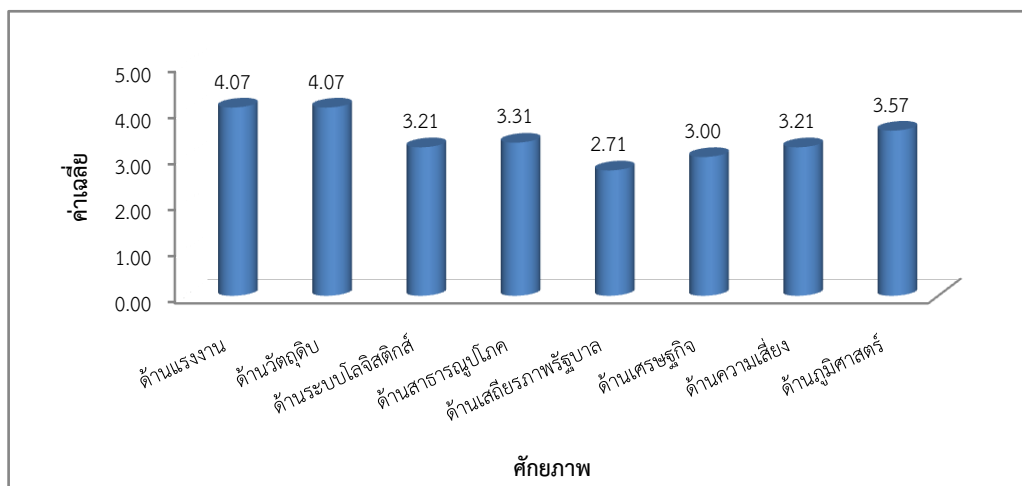
ตารางที่ 6.9 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	22.22
2) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น	3	16.67
3) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	11.11
4) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น และการขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	11.11
5) อื่น ๆ	1	5.56
6) ไม่ระบุ	6	33.33

6.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม

จากการที่ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศของตนคือประเทศอินโดนีเซียกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนในปัจจุบันใดบ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีความได้เปรียบของประเทศอินโดนีเซียในมุมมองของผู้ประกอบการ เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงาน หรือค่าจ้างแรงงาน 2) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 3) ด้านภูมิศาสตร์ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 4) ด้านสาธารณูปโภค 5) ด้านระบบโลจิสติกส์ 6) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติ 7) ด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน และ 8) ด้านเสถียรภาพของรัฐบาล ตามลำดับโดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.4





ภาพที่ 6.4 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศอินโดนีเซีย

6.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

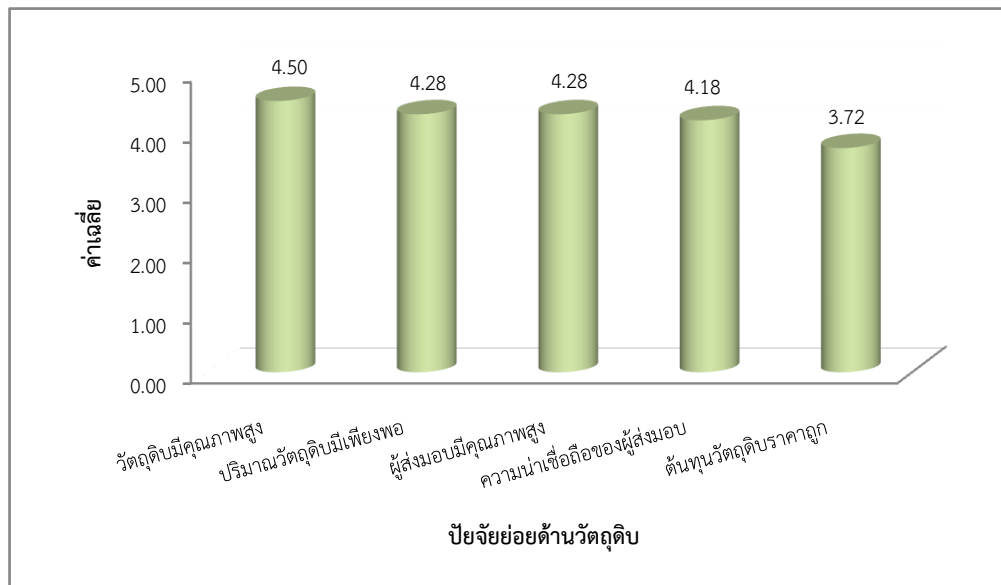
จากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบ สาธารณูปโภค (Infrastructure) ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 2) ปัจจัยด้านแรงงาน 3) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน 6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 7) ปัจจัยด้านรัฐบาล และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง โดยรายละเอียดการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แสดงดังตารางที่ 6.10

ตารางที่ 6.10 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านวัตถุดิบ	0.16	4.19	0.65	16.70	1
ด้านแรงงาน	0.15	3.69	0.55	14.15	2
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.12	4.41	0.53	13.67	3
ด้านโลจิสติกส์	0.13	3.74	0.48	12.46	4
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.12	3.86	0.47	11.99	5
ด้านเศรษฐกิจ	0.12	3.76	0.44	11.31	6
ด้านรัฐบาล	0.11	3.79	0.43	11.04	7
ด้านความเสี่ยง	0.09	3.59	0.34	8.67	8
รวม	1.00	31.04	3.89	100	

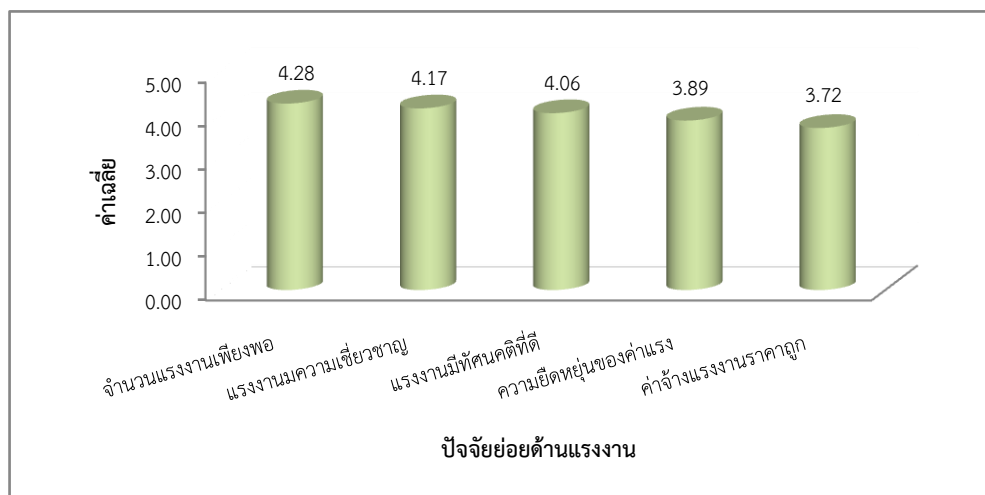
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยต่าง ๆ ดังนี้

1. **ปัจจัยด้านวัตถุดิบ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่
 - 1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง
 - 2) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ
 - 3) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง
 - 4) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ และ
 - 5) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.5



ภาพที่ 6.5 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

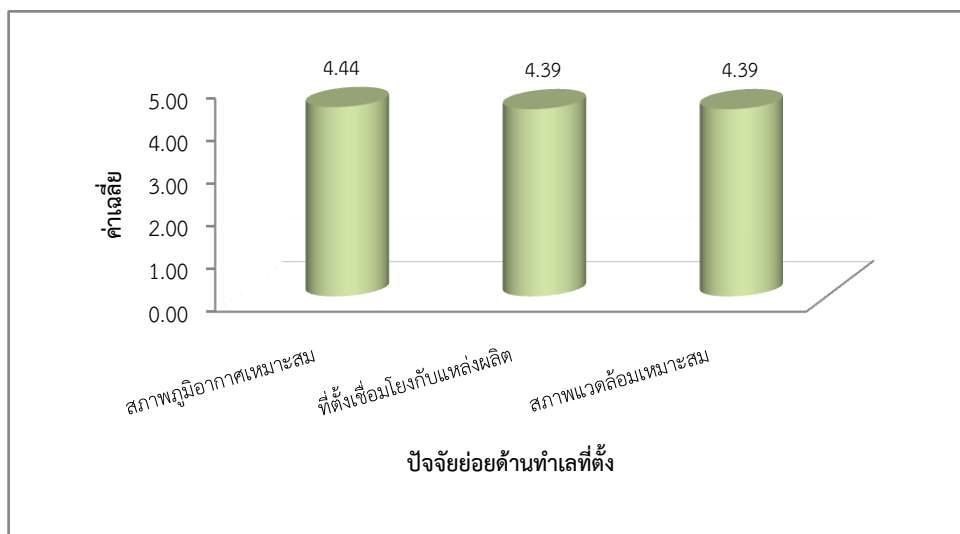
2. **ปัจจัยด้านแรงงาน** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่
 - 1) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ
 - 2) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง
 - 3) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ
 - 4) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน และ
 - 5) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.6



ภาพที่ 6.6 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

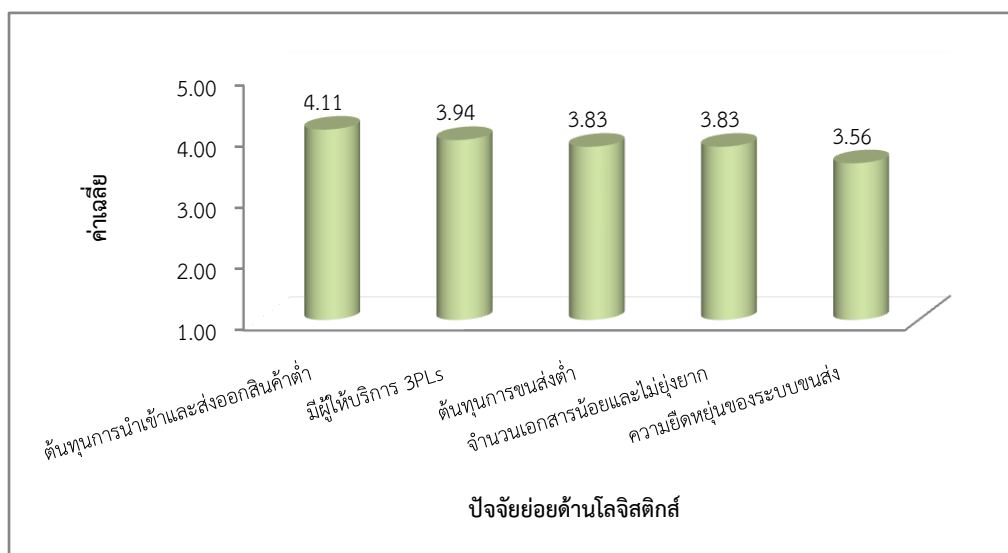


3. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า และ 3) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.7



ภาพที่ 6.7 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

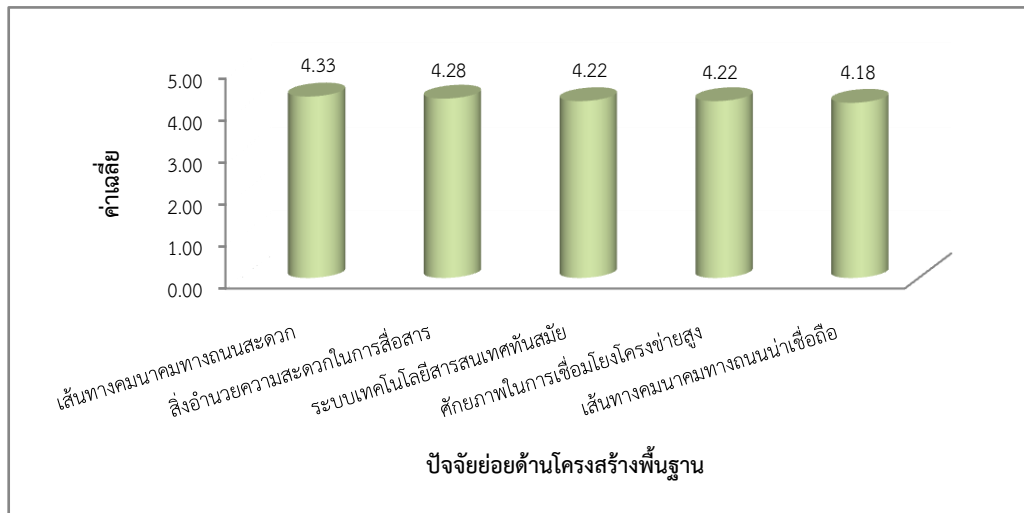
4. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ 2) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ 3) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ 4) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก และ 5) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.8



ภาพที่ 6.8 ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

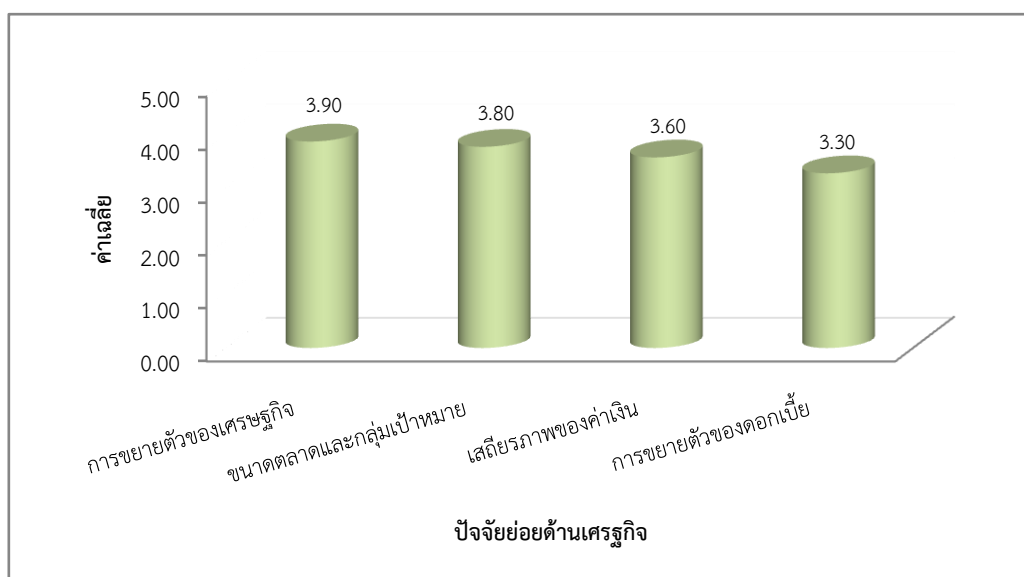
5. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่

1) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ 3) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ 4) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ และ 5) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.9



ภาพที่ 6.9 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

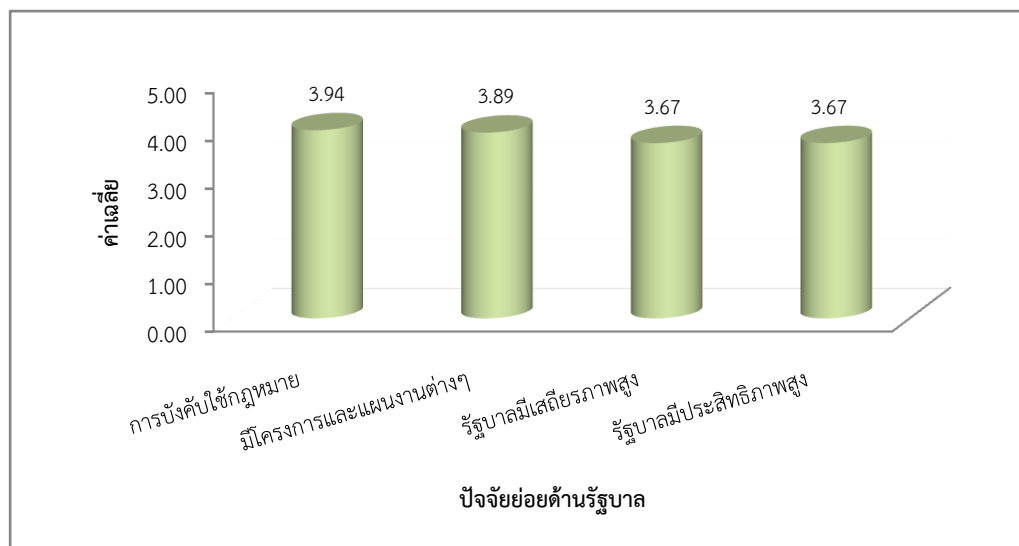
6. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 2) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก 3) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง และ 4) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.10



ภาพที่ 6.10 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

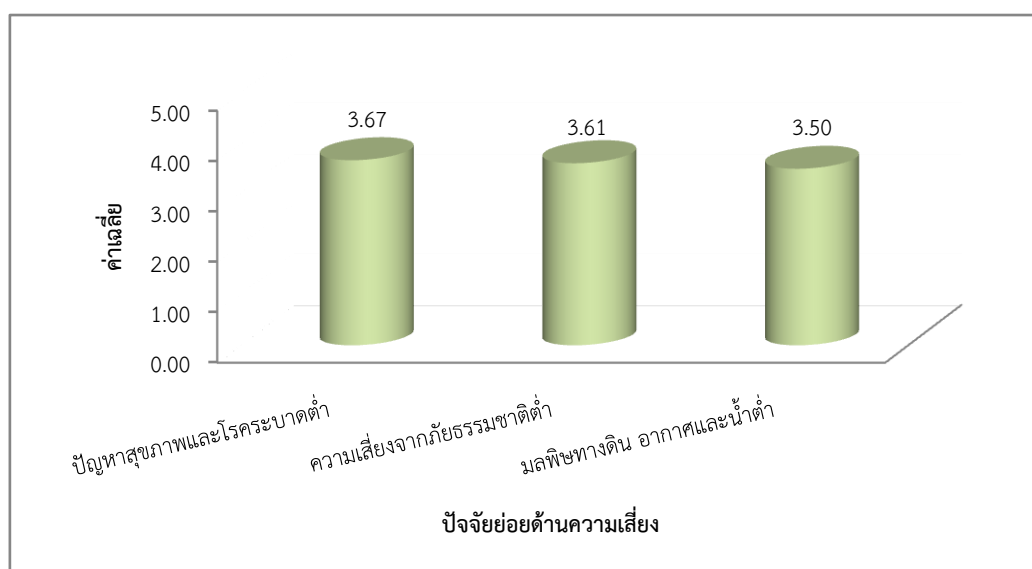


7. **ปัจจัยด้านรัฐบาล** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง 2) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก 3) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง และ 4) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.11



ภาพที่ 6.11 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

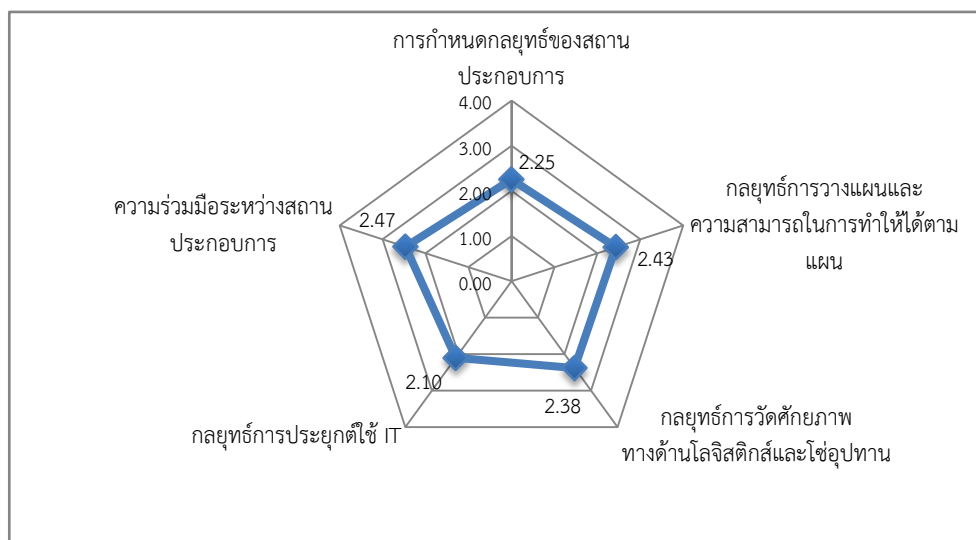
8. **ปัจจัยด้านความเสี่ยง** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ 2) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ และ 3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 6.12



ภาพที่ 6.12 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

6.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ

ในการประเมิน ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม นั้น คณะผู้วิจัยทำการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการ ใน 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) การกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) การวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการระบุว่าสถานประกอบการยังมีศักยภาพในด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับต่ำในทุก ๆ ด้านและ คะแนนเฉลี่ยโดยรวมในแต่ละด้านน้อยกว่ากึ่งหนึ่ง (2.50 คะแนน) ทุกด้านโดยมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่ามีศักยภาพด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ สูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 2.47$, S.D.=0.90) รองลงมาได้แก่ศักยภาพในด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.43$, S.D.=0.83) ด้านการวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 2.38$, S.D.=0.91) และด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.25$, S.D.=0.90) ตามลำดับ และพบว่ามีศักยภาพด้าน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ต่ำที่สุดในแต่ละด้าน ($\bar{X} = 1.94$, S.D.=0.93) โดยภาพที่ 6.13 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซียที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 6.13 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

6.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

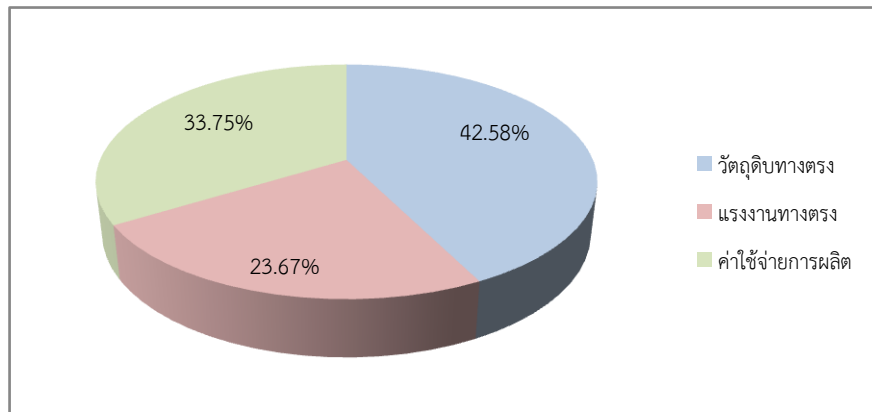
จากการสำรวจต้นทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย พบว่าองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีโครงสร้างต้นทุนเฉลี่ยแสดงดังภาพที่ 6.14 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ร้อยละ 42.58 เป็นค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้าผืนเป็นต้น



2) ร้อยละ 23.67 เป็นแรงงานทางตรง (Direct Labor) เป็นต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง

3) ร้อยละ 33.75 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น ค่าเช่า อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น



ภาพที่ 6.14 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย

บทที่ 7

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา

7.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชาหรือประเทศ กัมพูชาเป็นอุตสาหกรรม หนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศกัมพูชาที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 เป็นต้นมา จากการที่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า GSP/MFN (Generalized System of Preferences / Most Favored Nation Treatment) ที่ออกให้โดยประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 รวมถึง กลยุทธ์การส่งออกของรัฐบาลกัมพูชา ทำให้อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการส่งออกของประเทศกัมพูชาซึ่งมีมูลค่าร้อยละ 70 – 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเป็นส่วนสำคัญในความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ ประเทศกัมพูชา (ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ, 2556 : 99 – 101) ส่วนหนึ่งมาจากผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ ของเอเชีย อาทิเช่น ประเทศจีน ประเทศสิงคโปร์ ฮองกง และประเทศไต้หวัน ได้เข้าไปลงทุนเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่ม เช่น GAP, H&M และ ZARA เป็นต้น สาเหตุเนื่องจากประเทศกัมพูชามีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีสิทธิพิเศษทางการค้า GSP ในการส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป

ก่อนปี พ.ศ. 2533 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มยังไม่ได้รับความสนใจและเป็นอุตสาหกรรม หลักของประเทศ หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2533 บริษัทข้ามชาติจากฮองกง ไต้หวัน มาเลเซีย และสิงคโปร์ ได้เข้ามาลงทุนในประเทศกัมพูชา มากขึ้น (Bargawi, 2005) ทำให้มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นประมาณ 300 โรงงาน โดยปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ ในประเทศจะลงทุนโดยนักลงทุนต่างชาติ ชาวไต้หวัน จีน ฮองกง เกาหลี มาเลเซีย และสิงคโปร์ ประมาณ ร้อยละ 30 ของโรงงานอุตสาหกรรมเป็นการลงทุนข้ามชาติ (FDI) ซึ่งเห็นได้จากองค์ประกอบของสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศกัมพูชา (Garment Manufacturers Association in Cambodia : GMAC) และอัตราส่วนนักลงทุนชาวกัมพูชา จะมีเพียงร้อยละ 5 จากสมาชิก 300 ราย ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2554 บริษัทที่เป็นสมาชิกของ GMAC มีจำนวน 300 บริษัท โดยสามารถแบ่งเป็นประเทศได้ดังนี้ ประเทศไต้หวัน 75 บริษัท ประเทศจีน 52 บริษัท ฮองกง 43 บริษัท ประเทศเกาหลี 39 บริษัท ประเทศมาเลเซีย 17 บริษัท ประเทศกัมพูชา 16 บริษัท ประเทศสิงคโปร์ 10 บริษัท สหรัฐอเมริกา 9 บริษัท และอื่น ๆ 39 บริษัท

การลงทุนในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ. 2550 แต่ลดลงอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2552 หลังจากนั้นการลงทุนก็เริ่มมากขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2553 โดยอุตสาหกรรมดังกล่าวมียอดมวลรวมเท่ากับร้อยละ 15 ของ GDP และมีการจ้างแรงงานถึงร้อยละ 50 ของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม โดยมีแรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มถึง 327,000 คน และมีแรงงานอีกสองเท่าที่ทำงานในอุตสาหกรรมสนับสนุน ร้อยละ 90 ของแรงงานเป็นผู้หญิงซึ่งมาจากชนบทของประเทศ (Fukunishi, 2012) ในปี พ.ศ. 2554 มีโครงการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 56 โครงการที่ได้รับอนุมัติจากหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนในประเทศกัมพูชา (CDC) โดยมูลค่าการลงทุนที่ได้รับการอนุมัติทั้งหมดเท่ากับ 245.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในทศวรรษที่ผ่านมา



7.1.1 การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของราชอาณาจักรกัมพูชา

จากข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรมเหมืองแร่และพลังงาน (The Ministry of Industry, Mining and Energy) รายงานว่าประมาณร้อยละ 60.8 ของสถานประกอบการขนาดใหญ่อยู่ในธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยมีการจ้างงานประมาณ 466,000 คน ซึ่งในปี พ.ศ. 2554 ภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า มีสัดส่วนร้อยละ 9 ถึง 13 ของ GDP และส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอและรองเท้า มีมูลค่ารวม 4.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 จากปีก่อนที่มีมูลค่าการส่งออก 3.07 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกามูลค่า 1.84 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 และส่งออกไปสหภาพยุโรปมูลค่า 1.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 42 เนื่องจากการผ่อนผันกฎแหล่งกำเนิดสินค้าของสหภาพยุโรปตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้การส่งออกของกัมพูชาเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนั้นการส่งสินค้าเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศญี่ปุ่นและแคนาดาก็เพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน กล่าวคือมีมูลค่า 980 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 38 จาก 645 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ของปีก่อน โดยการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มถึงร้อยละ 100 (ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ, 2556 : 100) ตารางที่ 7.1 แสดงมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจำแนกตามประเทศ 10 อันดับแรกในปี 2554 และ 2555 ในครึ่งปีแรก

ตารางที่ 7.1 มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน ปี 2554 และ 2555 ในครึ่งปีแรกจำแนกตามประเทศใน 10 อันดับแรก

ประเทศ	ยอดการส่งออก (เหรียญสหรัฐฯ)			อัตราการเติบโต (%)			Share (%)	
	2554	2554 (ม.ค.-มิ.ย)	2555 (ม.ค.-มิ.ย)	2554 (ม.ค.-มิ.ย)	2555 (ม.ค.-มิ.ย)	2555 (ม.ค.-มิ.ย)	2554 (ม.ค.-มิ.ย)	2555 (ม.ค.-มิ.ย)
1. สหรัฐอเมริกา	1,142.04	972.07	852.19	-9.54	-7.86	-12.33	34.95	34.41
2. ญี่ปุ่น	325.33	276.02	311.41	28.60	33.32	12.82	9.92	12.57
3. เยอรมัน	178.68	149.75	112.48	9.44	15.47	-24.89	5.38	4.54
4. เบลเยียม	127.32	105.26	104.66	22.57	21.22	-0.57	3.78	4.23
5. อังกฤษ	145.40	125.45	90.64	-1.89	5.56	-27.75	4.51	3.66
6. ฝรั่งเศส	168.79	143.60	87.83	-5.85	-6.03	-38.84	5.16	3.55
7. สเปน	144.57	128.08	80.46	-17.06	-10.35	-37.18	4.61	3.25
8. เนเธอร์แลนด์	85.84	70.92	64.26	-17.13	-17.59	-9.39	2.55	2.59
9. สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	61.65	53.26	50.85	10.61	14.56	-4.53	1.92	2.05
10. แคนาดา	62.32	51.46	43.76	7.47	12.54	-14.96	1.85	1.77
รวม 10 ประเทศ	2,441.94	2,075.90	1,798.50	-2.39	0.22	-13.36	74.64	72.61
ประเทศอื่นๆ	833.05	705.30	678.30	18.30	22.66	-3.82	25.36	27.39
รวม	3,274.99	2,781.15	2,476.86	2.16	5.09	10.94	100	100

ที่มา : ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ (2556)

ในปี 2554 ยอดการส่งออกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของกัมพูชา มีมูลค่าการส่งออกรวม 4.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตามในปี 2555 ยอดการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีการเติบโตน้อยกว่าร้อยละ 10.2 ต่อปี เนื่องมาจากวิกฤติการณ์ด้านเศรษฐกิจของ ทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา



รวมทั้งการประทุ้งของแรงงานในอุตสาหกรรม ส่งผลให้ผลผลิต (Productivity) ของอุตสาหกรรมนี้ลดลง และส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศบังคลาเทศและอินเดีย

(http://www.fibre2fashion.com/news/apparel-news/newsdetails.aspx?news_id=120092)

7.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในราชอาณาจักรกัมพูชา

โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีขนาดใหญ่มีคนงานโดยเฉลี่ยมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป โดยโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มส่วนใหญ่ นั้นจะตั้งอยู่ในกรุงพนมเปญ ซึ่งมีระยะทางห่างจากท่าเรือน้ำลึกสีหนุวิลล์ (Deep-Sea Port Sihanou Kville) ไม่มากนัก อุตสาหกรรมในประเทศกัมพูชาโดยส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจเป็นแบบ รับจ้างเหมาตัด (Cut Make Trim: CMT) และการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและจากการสำรวจตลาดเครื่องนุ่งห่มของชาวกัมพูชา พบว่ารสนิยมผู้บริโภคเสื้อผ้าของชาวกัมพูชาแบ่งได้ เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้มีรายได้ขั้นต่ำหรือแรงงานทั่วไป ชนชั้นกลาง และผู้มีรายได้สูง โดยผู้มีรายได้สูง ก็จะนิยมซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ ส่วนผู้ที่มีรายได้ปานกลางจะซื้อเสื้อผ้าตามห้างสรรพสินค้า และร้านค้าต่าง ๆ ภายในประเทศ งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจตลาดรัสเซีย และร้าน BAMBOU INDOCHINE ซึ่งเป็นตลาดสินค้าที่จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดังนี้

ตลาดรัสเซีย

ตลาดรัสเซีย (Russian Market) หรือที่ชาวกัมพูชาเรียกว่า ตลาดตวลตัมปุง (ภาพที่ 7.1) ตั้งอยู่ในกลางกรุงพนมเปญเป็นตลาดเก่าแก่ที่ชาวต่างชาตินิยมมาซื้อสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก ศิลปหัตถกรรม เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าและสินค้าแบรนด์เนมต่างๆ เป็น สินค้าจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้า ที่นำเข้ามาจากเวียดนาม ไทย จีน และ เป็นงานฝีมือของชาวกัมพูชา โดยงานฝีมือของชาวกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นสินค้า จำพวกเครื่องเงิน งานแกะสลัก และงานผ้าไหมทอมือ เสื้อผ้าวัยรุ่นส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศไทย เช่น เสื้อเชิ้ต และเสื้อยืด เป็นต้น

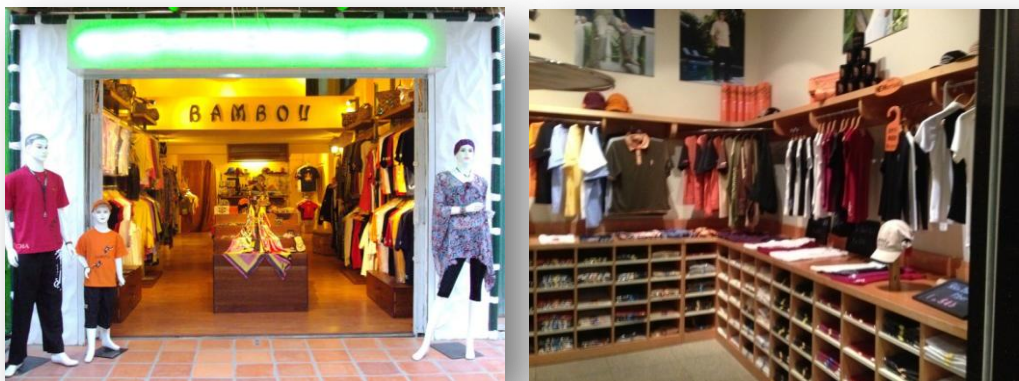


ภาพที่ 7.1 ร้านจำหน่ายเครื่องนุ่งห่มภายในตลาดรัสเซีย



BAMBOU INDOCHINE

BAMBOU INDOCHINE มีโรงงานผลิตตั้งอยู่ใน 3 ประเทศ คือ ราชอาณาจักร กัมพูชา (เสียมเรียบ) สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม และ สปป.ลาว สินค้าที่ผลิตได้แก่ เสื้อโปโล เสื้อยืด หมวก และชุดลำลองของสตรี โดยผลิตจากผ้า Cotton 100% และมีผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่ง เช่น T-Shirt จะผลิตมาจากเยื่อไผ่ (BAMBOU) ประมาณ 97% ส่วนที่เหลือ 3% เป็น Fiber ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าดังกล่าว ในกัมพูชาจะวางจำหน่ายที่ The Alley West, Lucky Mall, Siem Reap Airport และ Phnom Penh Airport เหตุผลที่ไม่มีร้านค้าวางจำหน่ายทั่วไปเนื่องจากราคาสินค้าค่อนข้างสูงกว่าสินค้าพื้นเมือง เช่น เสื้อยืดจะมีราคาประมาณ 17 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไปขณะที่เสื้อยืดยี่ห้ออื่นๆ ราคาเพียง 3-4 เหรียญสหรัฐฯ เป็นต้น



ภาพที่ 7.2 ร้าน BAMBOU INDOCHINE ในกรุงพนมเปญ

7.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

7.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชา

จากการรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศกัมพูชา เช่น สมาคมผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป แห่งกัมพูชา (GMAC) หน่วยงานที่ส่งเสริมการลงทุน (CDC) ผู้ว่าราชการจังหวัด รวมทั้งเยี่ยมชมโรงงาน และนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นต้น สามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จและโอกาสในการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในราชอาณาจักรกัมพูชาได้ดังนี้

- 1) อัตราค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำโดยประมาณ 81-150 เหรียญสหรัฐฯต่อเดือน
- 2) เป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจเสรีและเปิดกว้าง และได้รับ สิทธิพิเศษในการส่งออกที่นักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชาจะได้รับ เช่น GSP เป็นต้น
- 3) รัฐบาลมีเสถียรภาพทำให้ความต่อเนื่องในด้านนโยบาย เนื่องจากนายกรัฐมนตรีดำรงตำแหน่งอย่างต่อเนื่อง
- 4) มีตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงการขนส่งกับต่างประเทศได้ ไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม) ได้สะดวกและเส้นทางคมนาคมกำลังได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



- 5) มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์
- 6) ผู้ประกอบการในกัมพูชารวมถึงพนักงานระดับปฏิบัติการสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

7.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชา

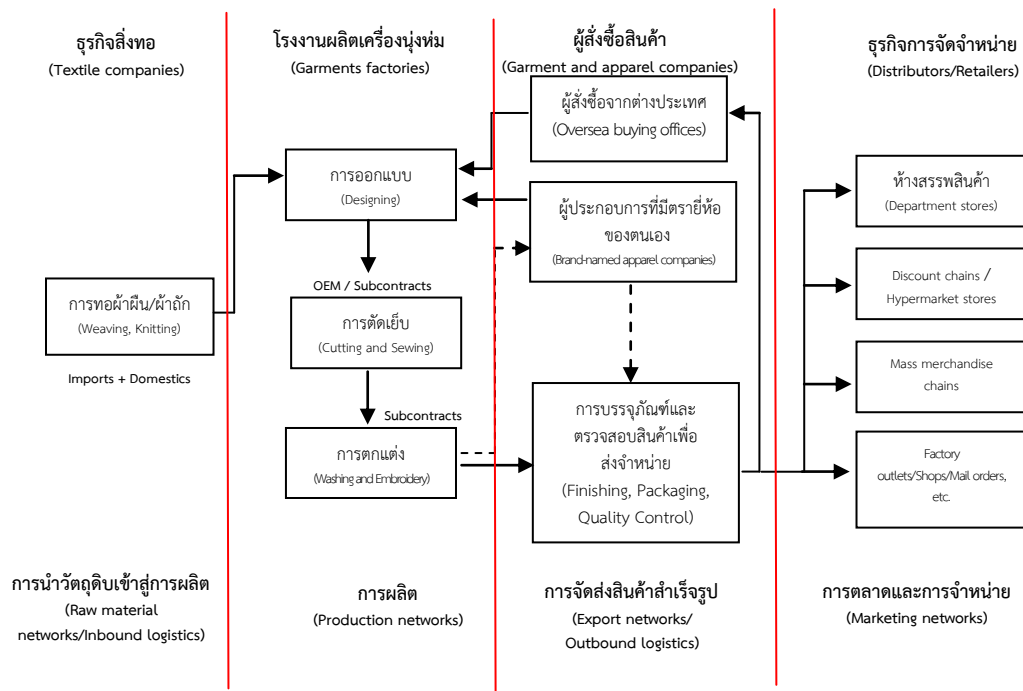
- 1) แรงงานยังไม่มีคุณภาพมากนัก และมีปัญหา ด้านสภาพแรงงาน ซึ่งมีความเข้มแข็งและมีการประท้วงบ่อยครั้งทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่น
- 2) ระบบไฟฟ้า ไม่เสถียร ยังเป็นอุปสรรคในการ ดำเนินการ การผลิตครั้งละจำนวนมาก โดยจะมีกระแสไฟฟ้าตกหรือดับเป็นบางครั้งซึ่งจะประสบปัญหาให้การผลิตหยุดชะงักและส่งผลเสียต่อธุรกิจ
- 3) ปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนแรงงานในเมืองใหญ่ เช่น กรุงพนมเปญ เพราะหากตั้งโรงงานอยู่ใกล้กับใจกลางเมือง อาจประสบปัญหาด้านต้นทุนแรงงานที่สูงกว่านอกเมือง เนื่องจากต้องให้ค่าแรงที่สูงกว่าโรงงานอื่น ๆ เพื่อจูงใจไม่ให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน
- 4) ขาดความเชื่อมโยงระหว่างโซ่อุปทานต้นน้ำถึงปลายน้ำในประเทศ โดยเน้นที่อุตสาหกรรมปลายน้ำเป็นหลักจึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีต้นน้ำซึ่งต้องใช้องค์ความรู้เฉพาะด้านเทคนิคสิ่งทอเข้ามาช่วย
- 5) ขาดความรู้เรื่องการตลาด โดยไม่มีข้อมูลผู้บริโภค การค้าขายส่วนใหญ่ผ่านตัวกลางทางการค้า จึงส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าหรือร่วมออกแบบ หรือนำเสนอรูปแบบสินค้าใหม่ให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังขาดการวิจัยตลาดและการขาดองค์ความรู้ด้านแฟชั่นอย่างบูรณาการ
- 6) ขาดการพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบไม่ได้นำเทคโนโลยี IT เข้ามาช่วยควบคุมและติดตามการผลิตอย่าง Real Time รวมถึงโดยทั่วไปยังไม่มี การนำแนวทางการจัดการผลิตแบบ Lean และ Just In Time (JIT) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการมากนัก และยังขาดการพัฒนาด้าน Quality Development System

7.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มราชอาณาจักรกัมพูชา

อุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำของประเทศกัมพูชา เช่น การผลิตผ้าผืนและด้าย เส้นใยประดิษฐ์ พอลียเอสเตอร์นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนและพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตในระดับสูงจากนักลงทุนต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ วัตถุดิบที่นำมาผลิตนั้นส่วนใหญ่ นำเข้าจากประเทศจีน ประเทศไทย ประเทศเกาหลี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มีกระบวนการเริ่มต้นในสายการผลิตสิ่งทอที่อุตสาหกรรมกลางน้ำเป็นต้นไป โดยมีการผลิตผ้าผืนทั้งผ้าทอและผ้าถัก จากนั้นไปสู่การผลิตเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มประเทศกัมพูชา ส่วนลักษณะรูปแบบธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกโดยจะทำการรับจ้างผลิตในรูปแบบที่ผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิตจะจัดหาผ้า และวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต (Cutting, Making and Trim : CMT) โดยผู้ผลิตทำการตัดเย็บเพียงอย่างเดียวโดยใช้แบบและวัตถุดิบจากผู้สั่งซื้อ โดยผู้สั่งซื้อจะกำหนดรายละเอียดในการตัดเย็บ รวมทั้งจะทำหน้าที่จัดหาและนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จากต่างประเทศให้แก่โรงงานที่ทำการ



ว่าจ้าง ทั้งนี้กระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Productions) จะดำเนินการโดยสำนักงานใหญ่ของนักลงทุนต่างประเทศ ผู้ประกอบการ อีกส่วนหนึ่งจะมีลักษณะการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) ให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศหรือผู้จ้างให้ผลิตจะหาลูกค้าซึ่งออกแบบ โดยบริษัทผู้ผลิตจะรับภาระเฉพาะต้นทุนในการดำเนินงานในการตัดเย็บ เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าน้ำค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง รวมทั้งค่าใช้จ่ายสำนักงานต่าง ๆ แล้วส่งสินค้ากลับสินค้ายังผู้ซื้อโดยได้รับค่าดำเนินการผลิตเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มกัมพูชาบางบริษัทที่สามารถพัฒนาตัวอย่างสินค้าตามข้อกำหนดทางเทคนิคของลูกค้าได้ (Technical specifications) ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในต่างประเทศจะเป็นเจ้าของตราสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ผู้ค้าปลีกที่ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า Discount Chains Hypermarket Stores และ Mass Merchandise Chains เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ตลาดส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของกัมพูชา ได้แก่ ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ภาพที่ 7.3 แสดงโครงสร้างโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในราชอาณาจักรกัมพูชา



ภาพที่ 7.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในราชอาณาจักรกัมพูชา

7.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในราชอาณาจักรกัมพูชาจำนวน 17 ราย เพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านหน่วยงาน Phnom Penh Institute of Technology ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



7.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 64.7 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมหลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 และรองลงมาร้อยละ 11.77 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตเป็น Research and Development โดยรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 7.2 ส่วนในตารางที่ 7.3 พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.94 ระบุว่าเกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนแต่ยังคงยังทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต) รองลงมาร้อยละ 29.41 ผู้ประกอบการเห็นว่าเกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

จากการสำรวจเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 52.94 ระบุว่าภาคอุตสาหกรรมได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และอีกร้อยละ 17.65 ระบุว่าจะได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้า เคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) รายละเอียดดังตารางที่ 7.4 อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับการเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ขึ้นผู้ประกอบการร้อยละ 64.7 ระบุว่าอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดอันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 7.5

สำหรับการเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ พบว่าร้อยละ 35.29 ระบุว่าในสถานประกอบการของตนได้มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน ซึ่งมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 7.6 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 29.41 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐของตนประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และรองลงมาอีกร้อยละ 23.54 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงาน รวมทั้งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 7.7 สำหรับประเด็นการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นผู้ประกอบการร้อยละ 41.18 ระบุว่าองค์กรควรจะดำเนินการด้านการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และรองลงมาร้อยละ 29.41 ระบุว่าควรจะมีการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 7.8



ตารางที่ 7.2 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	11	64.70
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	2	11.77
3) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม และ ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	1	5.88
4) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมและ เปลี่ยนบทบาทเป็น R&D	1	5.88
5) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลงและเปลี่ยนบทบาทเป็น R&D	2	11.77

ตารางที่ 7.3 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตและองค์กรไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ (AEC)	5	29.41
2) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ (AEC) แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	9	52.94
3) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	3	17.65

ตารางที่ 7.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี	1	5.88
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	9	52.94
3) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้า เคลื่อนย้ายแรงงาน อย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	17.65
4) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีและได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	17.65
5) อื่นๆ	1	5.88

ตารางที่ 7.5 ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ผลเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินบาทต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน	1	5.88
2) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	11	64.70
3) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินบาทต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกันและการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	1	5.88
4) อื่นๆ	4	23.54

ตารางที่ 7.6 ความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน	6	35.29
2) มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	6	35.29
3) ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2	11.77
4) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน และการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	2	11.77
5) อื่นๆ	1	5.88



ตารางที่ 7.7 ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	5	29.41
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	23.54
3) รัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	4	23.54
4) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.88
5) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม มีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	1	5.88
6) ไม่ระบุ	2	11.76

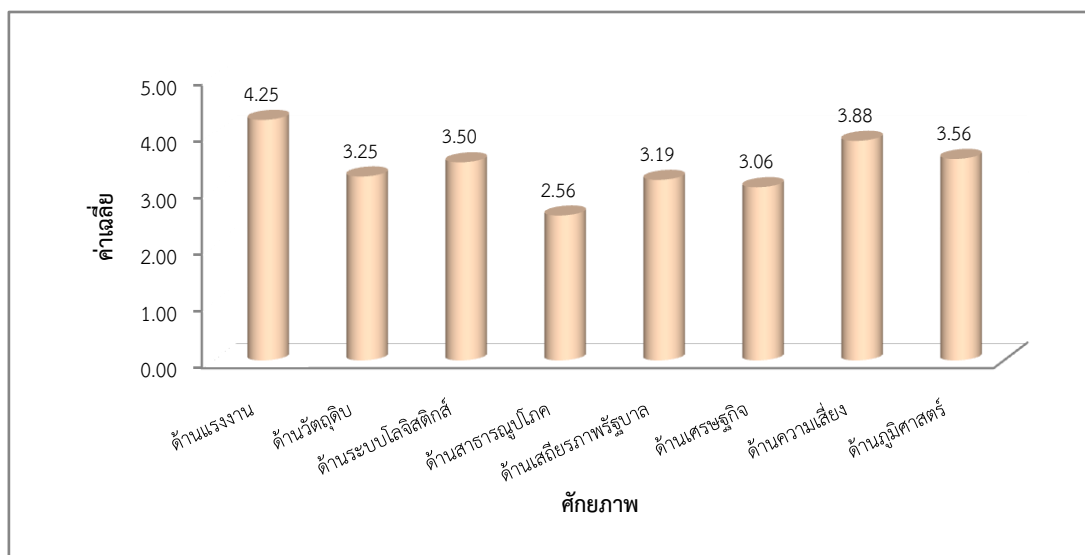
ตารางที่ 7.8 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	7	41.18
2) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing)	5	29.41
3) การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	11.77
4) การเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5.88
5) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing)	1	5.88
6) ไม่ระบุ	1	5.88



7.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม

จากการที่ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศของตนคือราชอาณาจักรกัมพูชากับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นๆ ในปัจจัยใดบ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีความได้เปรียบของราชอาณาจักรกัมพูชาในมุมมองของผู้ประกอบการเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงาน 2) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย 3) ด้านภูมิศาสตร์ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 4) ด้านระบบโลจิสติกส์ 5) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 6) ด้านเสถียรภาพของรัฐบาล 7) ด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน และ 8) ด้านสาธารณูปโภค ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.4



ภาพที่ 7.4 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของราชอาณาจักรกัมพูชา

7.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวเรียงตามลำดับจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านรัฐบาล 3) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน 6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง โดยรายละเอียดการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแสดงดังตารางที่ 7.9

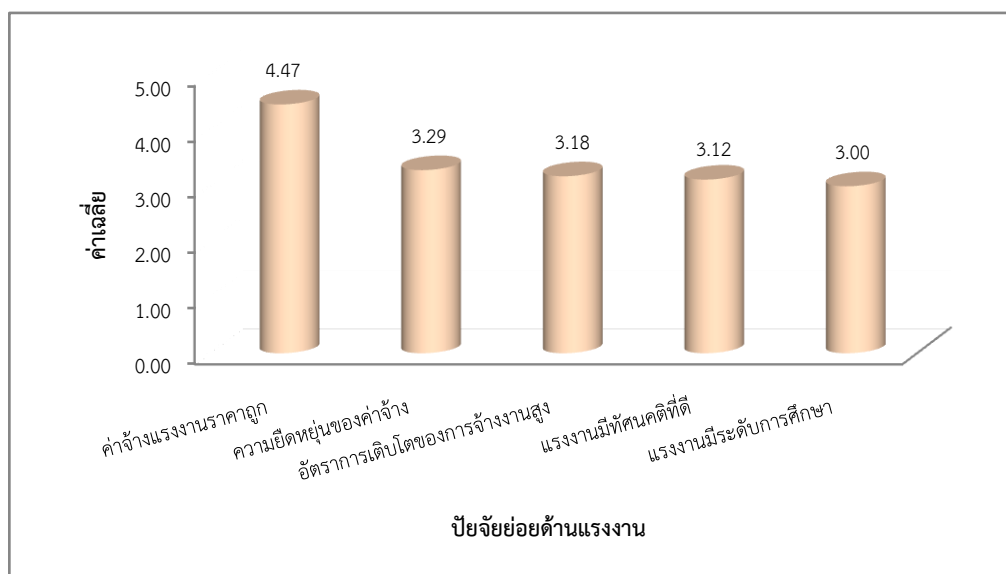


ตารางที่ 7.9 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านแรงงาน	0.19	3.18	0.60	18.18	1
ด้านรัฐบาล	0.16	3.60	0.59	17.86	2
ด้านวัตถุดิบ	0.15	3.18	0.49	14.64	3
ด้านโลจิสติกส์	0.12	3.37	0.42	12.66	4
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.11	3.38	0.36	10.82	5
ด้านเศรษฐกิจ	0.11	3.21	0.34	10.27	6
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.08	3.49	0.30	8.92	7
ด้านความเสี่ยง	0.07	3.16	0.22	6.65	8
รวม	1.00	26.56	3.32	100.0	

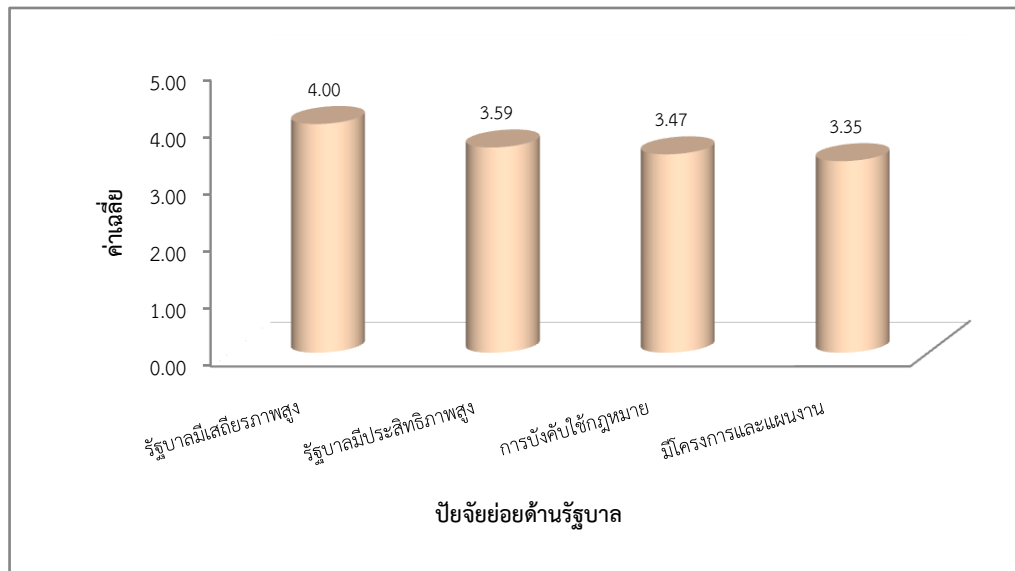
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ค่าจ้างแรงงานราคาถูก 2) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน 3) อัตราการเติบโตของการจ้างงานสูง 4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน และ 5) แรงงานมีระดับการศึกษาสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.5



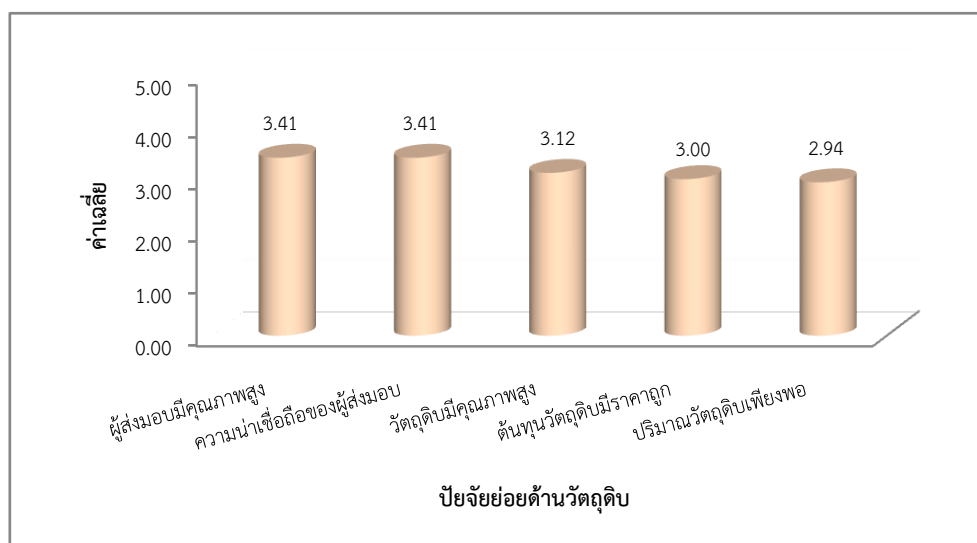
ภาพที่ 7.5 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

2. ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง 2) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง 3) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง และ 4) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.6



ภาพที่ 7.6 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

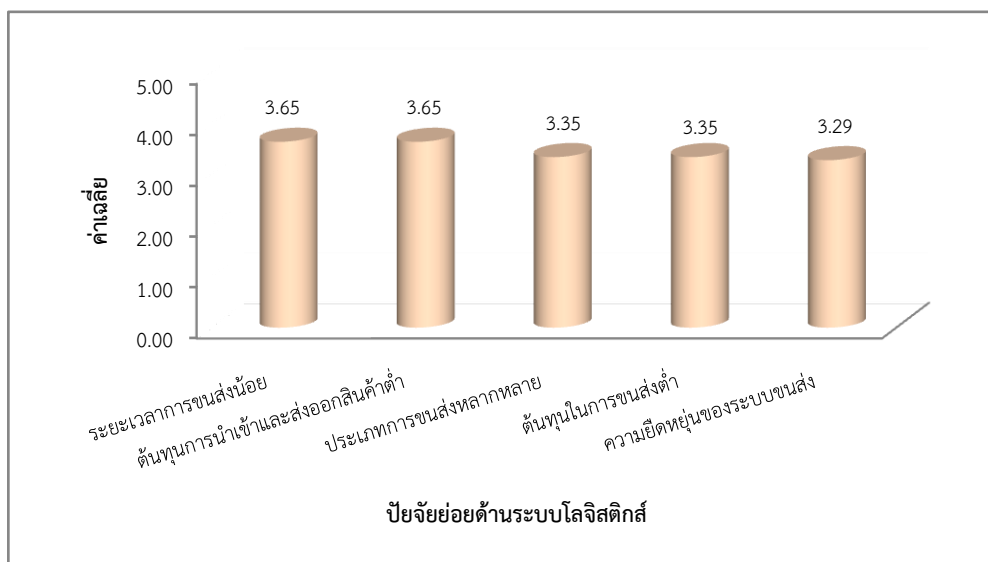
3. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ 3) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 4) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก และ 5) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.7



ภาพที่ 7.7 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

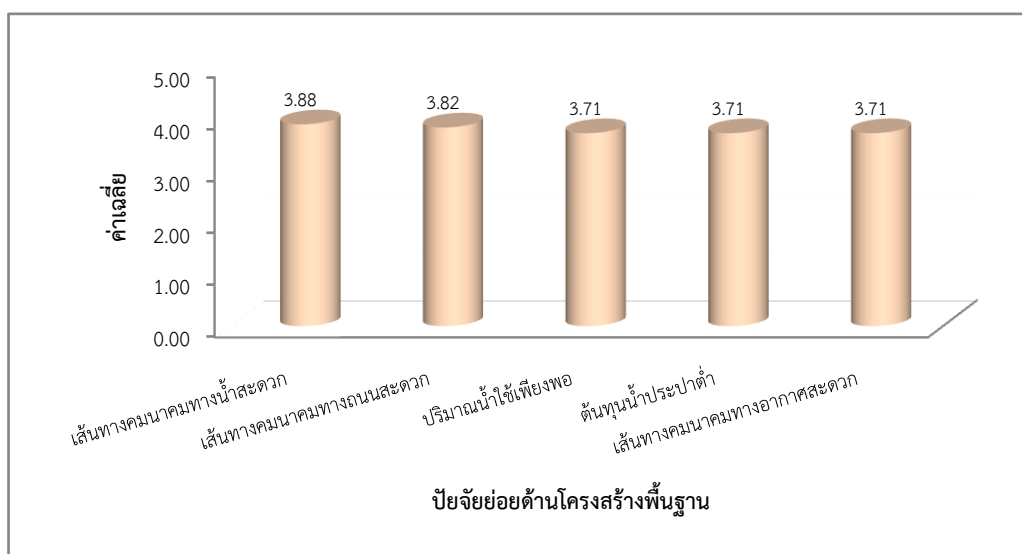


4. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย 2) มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ 3) มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย 4) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ และ 5) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.8



ภาพที่ 7.8 ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

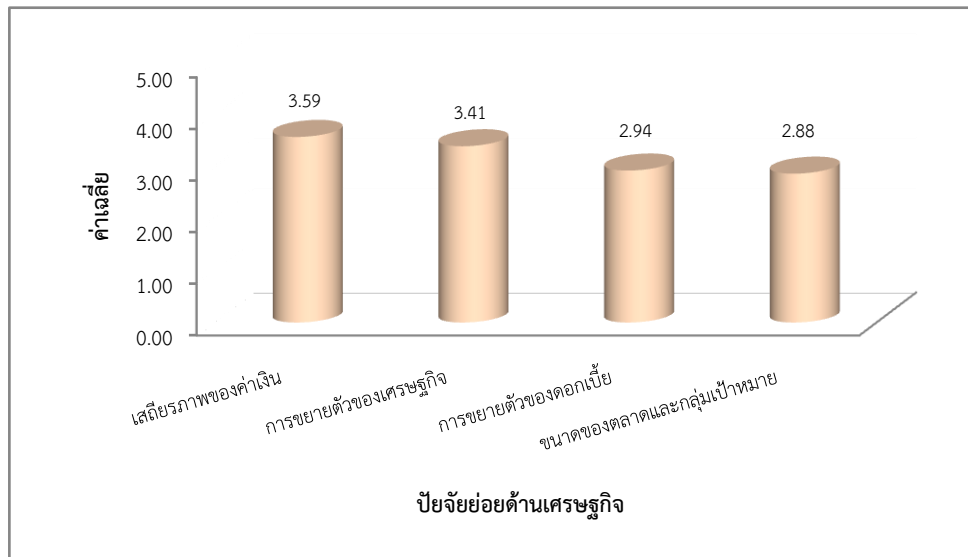
5. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา 2) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา 3) มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ 4) มีต้นทุนของน้ำประปาต่ำ และ 5) มีเส้นทางการคมนาคมทางอากาศที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.9



ภาพที่ 7.9 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

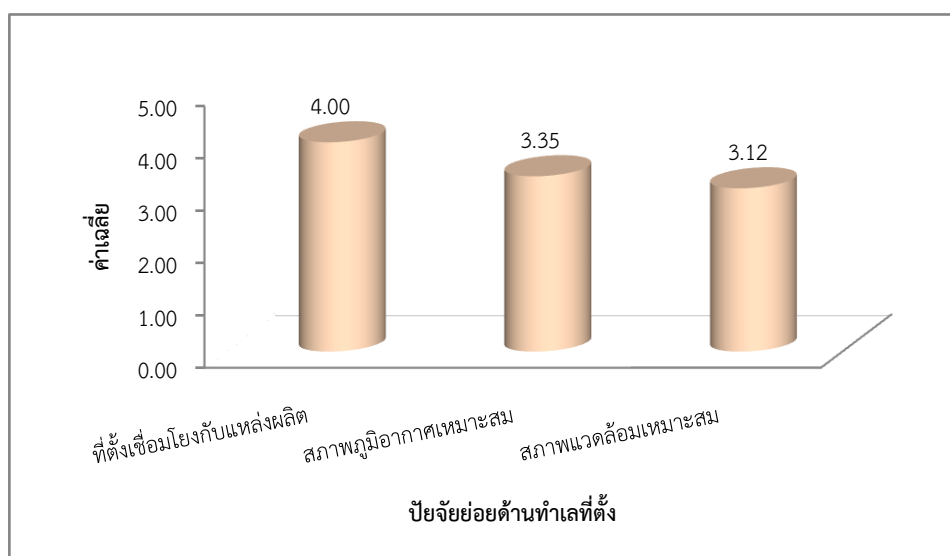


6. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 2) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 3) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และ 4) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.10



ภาพที่ 7.10 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

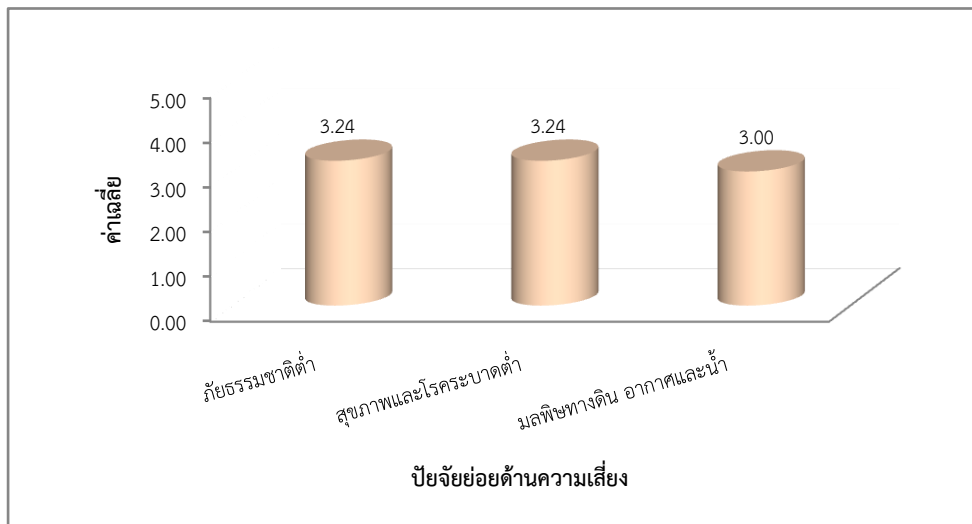
7. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า 2) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน และ 3) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.11



ภาพที่ 7.11 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม



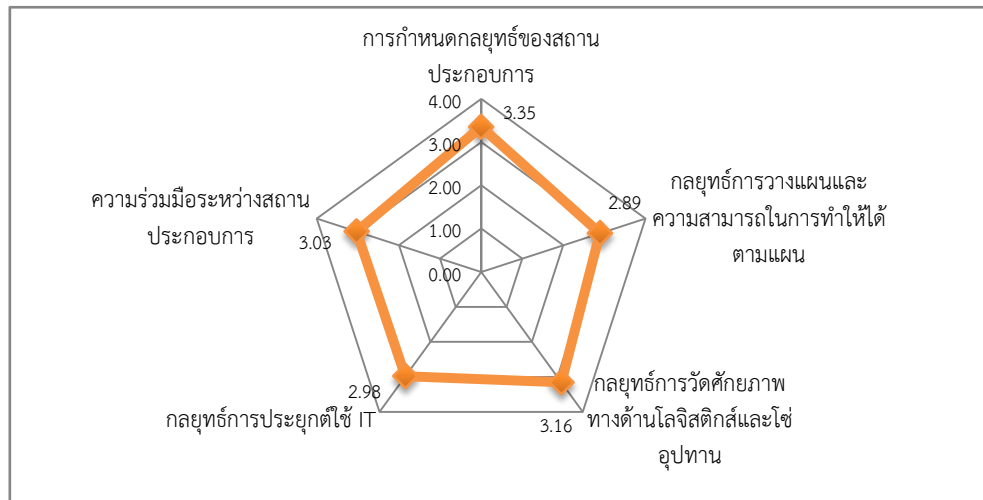
8. ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ และ 3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำโดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 7.12



ภาพที่ 7.12 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

7.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในการประเมิน ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 17 รายในการประเมิน ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน ราชอาณาจักรกัมพูชานั้น ใน 5 ด้าน ด้วยกัน ได้แก่ 1) การกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) การวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพ ด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ สูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.35$, S.D.=0.64) รองลงมาได้แก่ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 3.16$, S.D.=0.61) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.03$, S.D.=0.84) และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 2.98$, S.D.=0.71) ตามลำดับ และพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีกลยุทธ์ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผนมีศักยภาพต่ำที่สุดหรือยังเป็นจุดอ่อนที่สุดของ ในบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 2.89$, S.D.=0.91) ภาพที่ 7.13 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในแต่ละด้าน ของผู้ประกอบการ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา

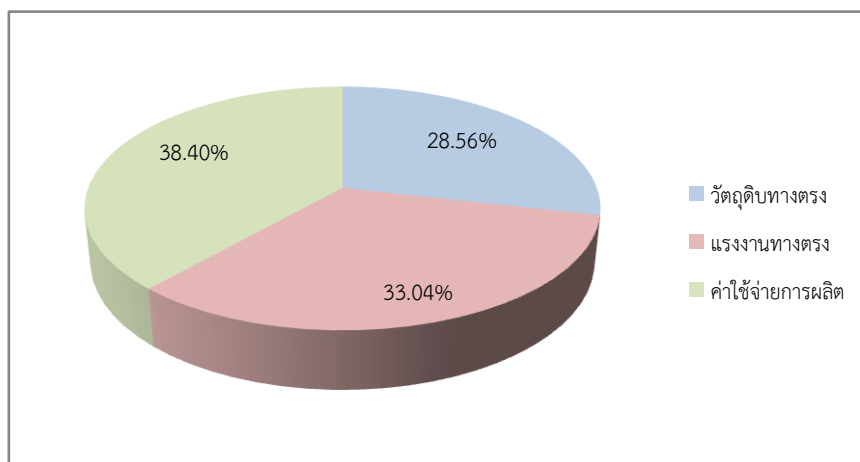


ภาพที่ 7.13 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

7.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา

จากการสำรวจต้นทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา พบว่าองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีโครงสร้างต้นทุนเฉลี่ยแสดงดังภาพที่ 7.14 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ร้อยละ 28.56 เป็นค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้าผืน เป็นต้น
- 2) ร้อยละ 33.04 เป็นแรงงานทางตรง (Direct Labor) เป็นต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง
- 3) ร้อยละ 35.04 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น ค่าเช่า อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น



ภาพที่ 7.14 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของราชอาณาจักรกัมพูชา



บทที่ 8

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

8.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

8.1.1 การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์หรือเมียนมาร์ ส่วนใหญ่กว่า 150 โรงงาน ตั้งอยู่ในเขตย่างกุ้ง เนื่องจากมีระบบคมนาคมที่สะดวกและรวดเร็วกว่าส่วนอื่นๆ ของประเทศ ซึ่งโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มส่วนใหญ่เป็นของนักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนเกือบทั้งหมด สมาคมผู้ผลิตสิ่งทอสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ หรือ MGMA ได้ระบุถึงยอดส่งออกสิ่งทอของ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ในปี 2554 ว่ามีมูลค่าถึง 770 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีการส่งออกไปยัง ประเทศในภูมิภาคเอเชียมากที่สุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยปี พ.ศ. 2554 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นมูลค่า 348 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตารางที่ 8.1 แสดงสินค้าส่งออกหลัก 10 รายการ ตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2554 ซึ่งส่วนใหญ่เป็น ทรัพยากรจากธรรมชาติ

ตารางที่ 8.1 สินค้าส่งออกหลัก 10 รายการ ตั้งแต่ปี 2547-2554 (หน่วย : ล้านดอลลาร์)

อันดับ	สินค้าส่งออก	ปี 2547-2548	ปี 2548-2549	ปี 2549-2550	ปี 2550-2551	ปี 2551-2552	ปี 2552-2553	ปี 2553-2554
1	ก๊าซธรรมชาติ	5812.2	6,234.7	11,676.2	13,937.9	12,995.7	15,853.8	13,946.8
2	ไม้สัก	1,515.3	1,723.1	1,750.1	1,540.0	1,146.3	1,171.7	1,709.4
3	เสื้อผ้า	1,237.7	1,586.0	1,601.8	1,554.6	1,593.9	1,543.7	2,100.1
4	Matpe	527.6	846.1	1,747.6	1,511.8	1,430.0	2,513.1	2,513.7
5	ไม้เนื้อแข็ง	726.8	1,027.2	1,189.0	1,423.8	1,065.7	1,518.9	1,595.8
6	ปลา และ ผลิตภัณฑ์จากปลา	409.8	544.4	725.4	1,059.4	972.3	1,053.3	1,168.3
7	กุ้งสดและกุ้งแห้ง	597.2	576.1	608.0	556.3	472.1	346.2	367.2
8	Pedesein	248.0	451.6	843.1	605.0	771.1	1,424.0	1,002.9
9	โลหะและแร่ธาตุ	547.5	646.2	637.8	474.7	176.5	182.7	240.9
10	Pesington	297.2	352.0	468.8	754.0	1,330.6	779.5	677.7

ที่มา: กรมศุลกากร, กรมการค้าชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (2554)

ตารางที่ 8.2 แสดงสินค้านำเข้าหลัก 10 รายการของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2554 พบว่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอเพิ่มสูงขึ้นจาก 1,043.6 ล้านดอลลาร์ ในปี 2547 เป็น 1,639.9 ล้านดอลลาร์ ในปี 2554 ทั้งนี้เพื่อใช้ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นหลัก



ตารางที่ 8.2 สินค้านำเข้าหลัก 10 รายการตั้งแต่ปี 2547-2554 (หน่วย : ล้านบาท)

อันดับ	สินค้านำเข้า	2547-2548	2548-2549	2549-2550	2550-2551	2551-2552	2552-2553	2553-2554
1	เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งที่ไม่ใช้ไฟฟ้า	2,164.9	1,786.2	2,718.2	4,161.7	7,240.2	4,908.2	6,660.8
2	สิ่งทอ	1,043.6	1,138.8	1,283.4	1,387.8	1,185.9	1,145.5	1,639.9
	- จากใยสังเคราะห์	823.2	917.2	1,059.7	1,168.5	817.4	780.2	1,150.6
	- พิเศษ	147.1	143.5	165.5	134.5	163.5	205.6	281.2
	- จากฝ้าย	66.5	74.6	51.1	72.0	184.3	141.1	132.0
	- เสื้อผ้าและลูกไม้	6.8	3.5	7.2	12.8	20.7	18.6	76.1
3	ของเหลวจากการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม (Refined Mineral Oil)	1,361.0	1,560.9	3,966.0	2,034.0	3,192.2	3,674.3	7,711.3
4	ธาตุโลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ	899.3	1,164.0	1,183.0	1,206.2	1,818.2	1,992.9	3,065.8
5	เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า	874.4	645.8	707.6	861.1	948.6	977.1	1,928.4
6	น้ำมันเพื่อการบริโภค	474.0	571.1	478.2	1,057.7	1,610.0	975.9	1,122.2
7	พลาสติก	457.4	574.3	719.7	857.0	908.8	859.2	1,371.5
8	ยารักษาโรค	314.8	362.1	554.9	635.6	-	-	-
9	กระดาศ กระดาศแข็ง และผลิตภัณฑ์กระดาศ	314.6	295.8	302.8	292.3	391.7	318.1	389.9
10	ผลิตภัณฑ์จากยาง	171.1	140.3	210.7	287.3	258.2	350.9	338.1

ที่มา: กรมศุลกากร, กรมการค้าชายแดนและศุลกากรแห่งสหภาพเมียนมาร์ (2554)

8.1.2 การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

ปัจจุบัน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์กำลังปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมให้เข้าสู่ระบบตลาดมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการตอบรับกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะการค้าของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ซึ่งจะทำการค้าขายกับประเทศในแถบเอเชียเป็นหลัก การค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับ สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมาโดยคำนวณจากสถิติปี 2551-2553 โดยมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 149,270.45 ล้านบาท และประเทศไทยขาดดุลการค้า กับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์โดยเฉลี่ยปีละ 45,081.92 ล้านบาท

ตารางที่ 8.3 ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

รายการ	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ			อัตรายายตัว (%)
	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)	
มูลค่าการค้า	4,886.82	2,728.46	3,329.82	22.04
การนำเข้า	2,813.87	1,528.26	1,763.57	15.40
การส่งออก	2,072.96	1,200.20	1,566.26	30.50

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)



ตารางที่ 8.4 สินค้าไทยส่งออกไปตลาดสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ปี 2553-2554

รายการสินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			อัตราขยายตัว (%)
	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)
1) น้ำมันสำเร็จรูป	286.0	182.4	219.2	20.18
2) เครื่องดื่ม	155.9	88.2	137.9	56.39
3) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	110.2	79.4	95.7	20.53
4) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	72.9	36.6	76.4	108.33
5) ปูนซีเมนต์	149.7	79.5	72.5	-8.87
6) เคมีภัณฑ์	95.6	55.0	68.1	23.87
7) ผ้าผืน	72.9	39.8	53.3	34.03
8) เครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	66.1	35.4	52.5	48.56
9) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบเครื่องจักรกล	54.3	29.9	49.4	65.47
10) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	63.6	35.1	47.4	35.20
การส่งออกรวมทั้งสิ้น	2,073.0	1,200.2	1,566.3	30.50

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

8.1.3 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

ตลาดสก็อต

ตลาดสก็อตเป็นตลาดการค้าของกรุงย่างกุ้ง ภายในจะขายสินค้าพื้นเมืองของประเทศ เช่น เครื่องแต่งกาย ผ้า เครื่องประดับต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ซึ่งในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของชาวเมียนมาร์นั้น พบว่าปัจจุบันจะนิยมเลือกซื้อ สินค้าจาก ศูนย์การค้ามากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภค นั้นจะพิจารณาเลือก ซื้อสินค้า โดยคำนึงถึงประเด็น ของราคา ความคุ้มค่า และคุณภาพเป็นหลัก การแต่งกายของชาวเมียนมาร์นั้น ผู้ชายจะนุ่งลองจี (Longi) มีลักษณะคล้ายโสร่งส่วนใหญ่เป็นลายสก็อตยาวตั้งแต่เอวหรือข้อเท้า สวมคู่กับเอ่งจีหรือได้โป่งคือเสื้อที่สวมทับด้วยเสื้อคลุมคอกลมแขนยาว การแต่งกายอย่างเป็นทางการหรือ เข้าร่วมงานที่สำคัญนั้นผู้ชายจะนิยมสวมกาว์นบาวน์ (Gaung Baung) หรือผ้าพันรอบศีรษะ แต่ปัจจุบันพัฒนาเป็นหมวกสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกในการใช้มากขึ้น ส่วนการแต่งกายของผู้หญิงก็ยังคงนุ่งผ้าถุง ผ้าชิ้นยาวถึงข้อเท้าสวมเสื้อคอกลมแขนกระบอกยาวเป็นผ้าลูกไม้ บางครั้งก็นิยมสไบพาดไหล่เมื่อไปทำบุญ หากไปร่วมงานต่าง ๆ แล้วผู้หญิงชาวเมียนมาร์จะนิยมใส่เครื่องประดับรวมด้วย จากการสัมภาษณ์พนักงานขายท้องถิ่นระบุว่าผ้าถุงส่วนใหญ่จะผลิตแถบเมืองมณฑลพะโล่ และปัจจุบันพบว่ามีสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากประเทศจีนเข้ามาขายในตลาดสก็อตมากขึ้น นอกจากนั้นจากการสำรวจพบว่าผ้าชิ้นบางร้านในตลาดดังกล่าวซื้อมาจากประเทศไทยเพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เนื่องจากสินค้าจากประเทศไทยส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมจากชาวเมียนมาร์และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป





ภาพที่ 8.1 ตลาดเครื่องนุ่งห่มในกรุงย่างกุ้ง

8.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

8.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

- 1) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์เป็นประเทศที่อยู่ท่ามกลางของกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชียใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศจีน ประเทศ อินเดีย ประเทศบังกลาเทศ สปป.ลาว และประเทศไทย ทำให้มีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่างๆ ได้สะดวก
- 2) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม มีการค้นพบแหล่งพลังงานน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ซึ่งจะเป็พลังงานทดแทนในอนาคต
- 3) ขนาดตลาดของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์มีขนาดใหญ่ใกล้เคียงกับตลาดของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์เป็นประตูระบายสินค้าของไทยสู่ประเทศที่สาม รวมทั้งใช้สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์เป็นฐานในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกในอนาคต และคาดว่าจะพัฒนามากขึ้นจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 4) ค่าจ้างแรงงานในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ค่อนข้างถูกและยังมีแรงงานจำนวนมาก ถึงแม้ว่าทักษะการทำงานจะด้อยกว่าแรงงานในประเทศไทย แต่ผู้ประกอบการสามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้เป็นอย่างดีและมีความตั้งใจในการทำงาน การที่ ชาวเมียนมาร์เข้าทำงานในฐานะแรงงานในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความคุ้นเคยและยอมรับในสินค้าไทยทั้งคุณภาพและราคา

8.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

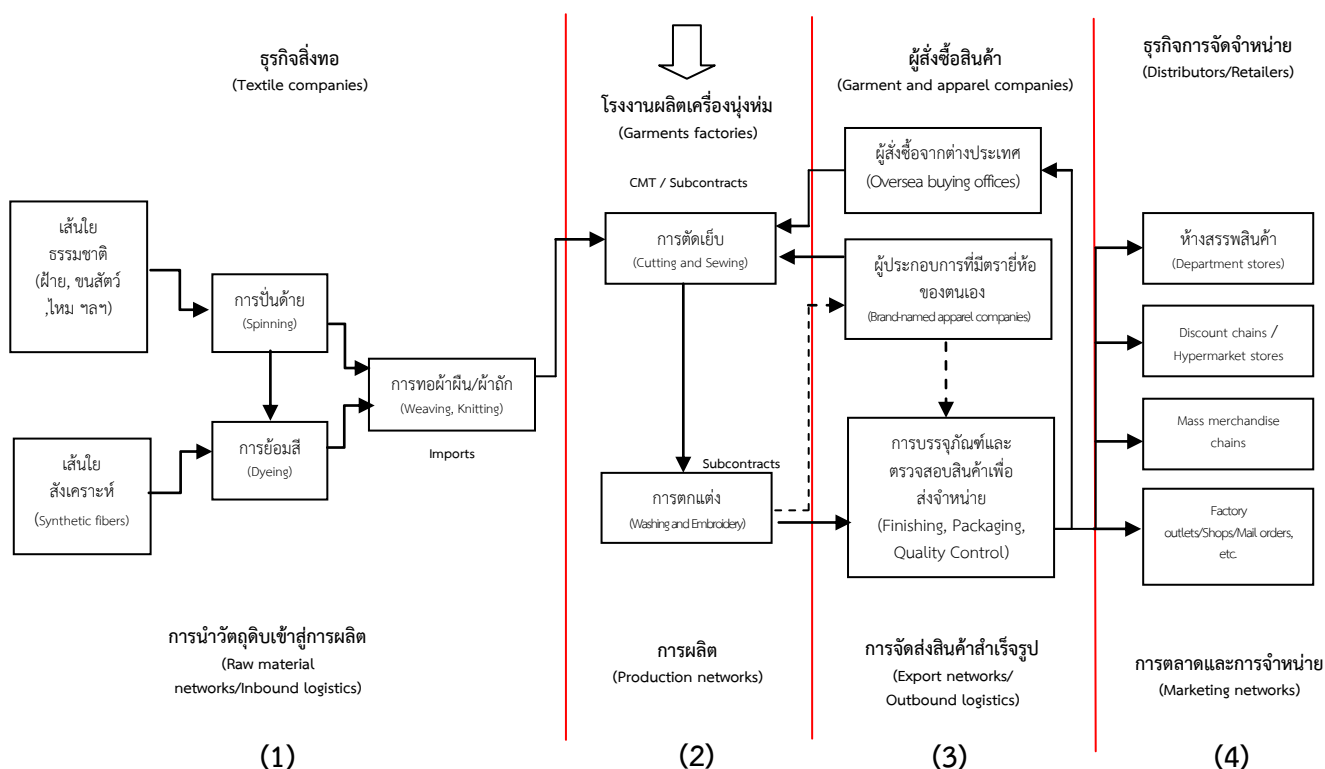
- 1) แรงงานในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการใน สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์จะสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดีแต่พบว่ายังขาดความรู้และผู้เชี่ยวชาญในการทำธุรกิจต่างประเทศ
- 2) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ภายในประเทศยังไม่มีดีเท่าที่ควรและมีค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะปัญหาด้านเกิดไฟฟ้าดับบ่อยส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ต้องใช้เครื่องจักรในการทำงาน
- 3) ภาคราชการในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ยังขาดความโปร่งใส กฎระเบียบทางการค้าต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ค่าใช้จ่ายของนักลงทุนต่างชาติสูงกว่านักลงทุนในประเทศมาก รวมถึงสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการตลาดและการเงิน และมีข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและเงิน
- 4) มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งค่อนข้างสูงเนื่องจากการเรียกเก็บค่าคุ้มครองหรือค่าผ่านทาง จึงทำให้สินค้ามีต้นทุนเพิ่มขึ้นและระยะเวลาเปิดปิดของจุดผ่านแดนสั้น
- 5) ความอ่อนแอทางการเมืองยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศในเรื่องสิทธิพิเศษและการคว่ำบาตรจากต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการต่างประเทศส่วนหนึ่งเกิดความลังเลที่จะเข้าไปลงทุน

8.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

อุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำ ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เช่น การผลิตผ้าผืนและด้าย เส้นใยประดิษฐ์ พอกย้อม ยังไม่เข้มแข็งและขยายตัวมากนัก เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนและพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตในระดับสูง และโรงงานจำนวนมาก ได้ปิดตัวลงไปภายหลังจากมาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศมุ่งเน้นไปที่การผลิตเป็นหลักเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ และ นักลงทุนส่วนใหญ่ ที่เข้ามาลงทุนนั้น มีเป้าหมายหลัก ด้านต้นทุนแรงงานในการผลิตที่ถูก โดยมีการนำเข้าวัตถุดิบส่วนใหญ่จากประเทศไต้หวัน ประเทศจีน ประเทศเกาหลี และประเทศญี่ปุ่น ร่วมกับการใช้วัตถุดิบบางส่วนภายในประเทศเองเพื่อนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในส่วนของการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศในกลุ่มอาเซียนมีค่อนข้างน้อย โดยมีการนำเข้าจากประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย โดยพบว่าสินค้าจากประเทศไทยโดยเฉพาะผ้าผืนมี ความได้เปรียบด้านคุณภาพและระยะทางการขนส่งที่ใกล้ ส่งผลให้ไทยกลายเป็นแหล่งนำเข้าสิ่งทออันดับ 1 ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี (ฐานเศรษฐกิจ, 19 มีนาคม 2555) ส่วนลักษณะรูปแบบธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยจะทำการ รับจ้างผลิตโดยการตัดเย็บและบรรจุภัณฑ์ (Cutting, Making and Packing : CMP) หรือในรูปแบบของ ผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิตจะจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต (Cutting, Making and Trim : CMT) โดยผู้ซื้อในต่างประเทศหรือผู้จ้างให้ผลิตจะหาลูกค้าซึ่งออกแบบและกำหนดรายละเอียดในการตัดเย็บ รวมทั้งจะทำหน้าที่จัดหาและนำเข้า วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จากต่างประเทศ ให้แก่โรงงาน ที่ทำการว่าจ้าง เมื่อผลิตเสร็จผู้ผลิตจะส่งสินค้าไปยังผู้ว่าจ้างหรือ



ลูก้าปลายทางตามข้อตกลง โดยภาพที่ 8.2 แสดงโครงสร้าง โซ่อุปทานของ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์



ภาพที่ 8.2 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

8.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์จำนวน 2 ราย เพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการ ปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผล กระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ โดยได้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านสมาคมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย และ Mr.Thin New Aye กรรมการผู้จัดการบริษัท SKY Garment Industry ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการที่คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์ ยังคงบทบาท ของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายงานไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าพร้อมกำลังการผลิตใน ปัจจุบันลง สำหรับการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ



อาเซียน (AEC) แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่ประเทศเจ้าของบริษัท และไม่เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่ม (AEC) ส่วนในด้านประโยชน์ที่ผู้ประกอบการไทยเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้แก่ การเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี (ร้อยละ 50.0) และการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี (ร้อยละ 50.0) ภาครัฐต้องมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ตารางที่ 8.5 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	1	50
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	1	50

ตารางที่ 8.6 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ AEC แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่เดิม (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิต)	1	50
2) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	1	50

ตารางที่ 8.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ได้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	1	50
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี	1	50

ตารางที่ 8.8 ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	50
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	50

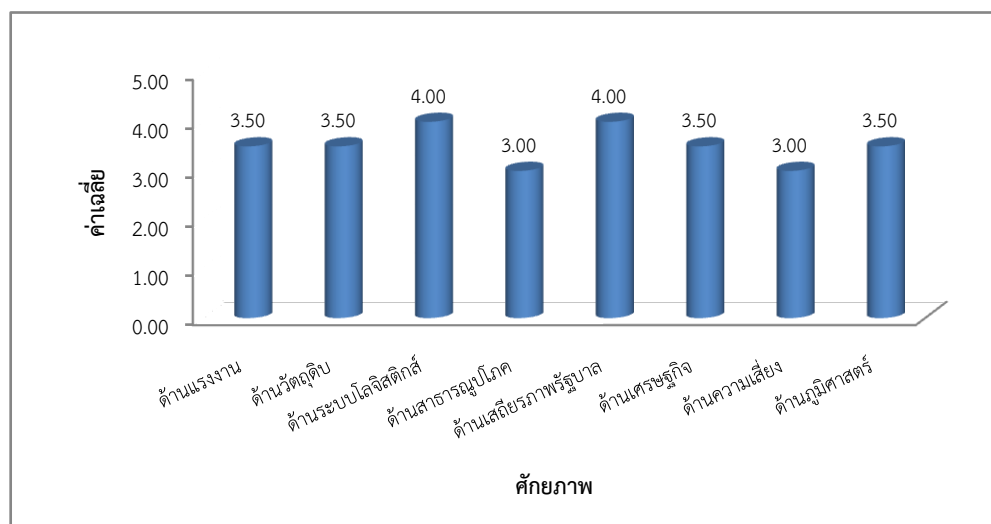


ตารางที่ 8.9 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing)	1	50
2) การเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	50

8.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมใน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

จากการให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศของตนคือสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ กับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นในปัจจุบันได้บ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีความได้เปรียบของ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ในมุมมองของผู้ประกอบการ ทั้ง 2 ราย เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านระบบโลจิสติกส์ 2) ด้านเสถียรภาพของรัฐบาล 3) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงาน หรือ ค่าจ้างแรงงาน 4) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 5) ด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน 6) ด้านภูมิศาสตร์ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 7) ด้านสาธารณูปโภค และ 8) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติ ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.3



ภาพที่ 8.3 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์



8.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

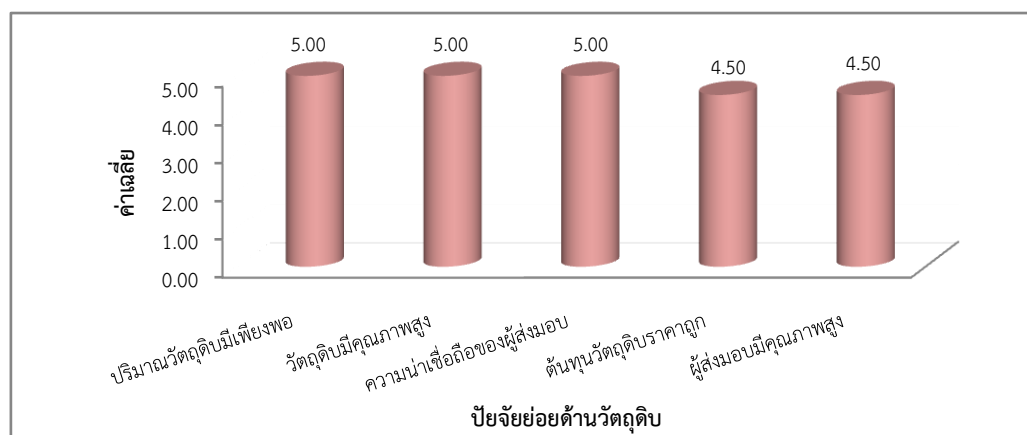
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวเรียงตามลำดับจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ราย พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 2) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 3) ปัจจัยด้านแรงงาน 4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล 6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยสรุปได้แสดงดังตารางที่ 8.10

ตารางที่ 8.10 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านวัตถุดิบ	0.22	4.63	1.01	22.30	1
ด้านโลจิสติกส์	0.14	4.71	0.68	15.16	2
ด้านแรงงาน	0.14	4.70	0.68	15.11	3
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.14	4.48	0.65	14.40	4
ด้านรัฐบาล	0.14	4.38	0.63	14.07	5
ด้านเศรษฐกิจ	0.12	4.38	0.51	11.25	6
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.04	4.17	0.18	4.70	7
ด้านความเสี่ยง	0.04	3.83	0.17	3.70	8
รวม	1.00	26.23	3.24	100	

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

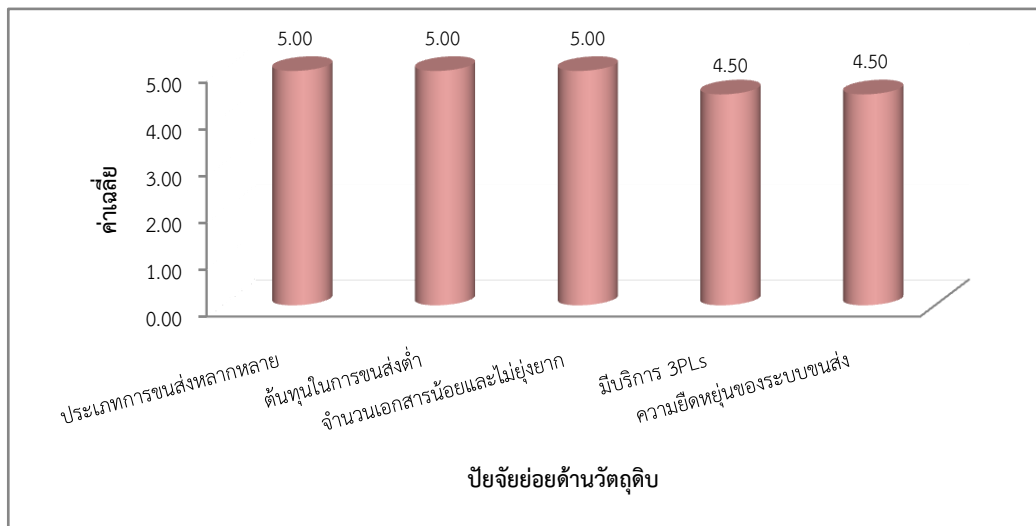
1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ 2) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 3) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ 4) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก และ 5) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.4



ภาพที่ 8.4 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

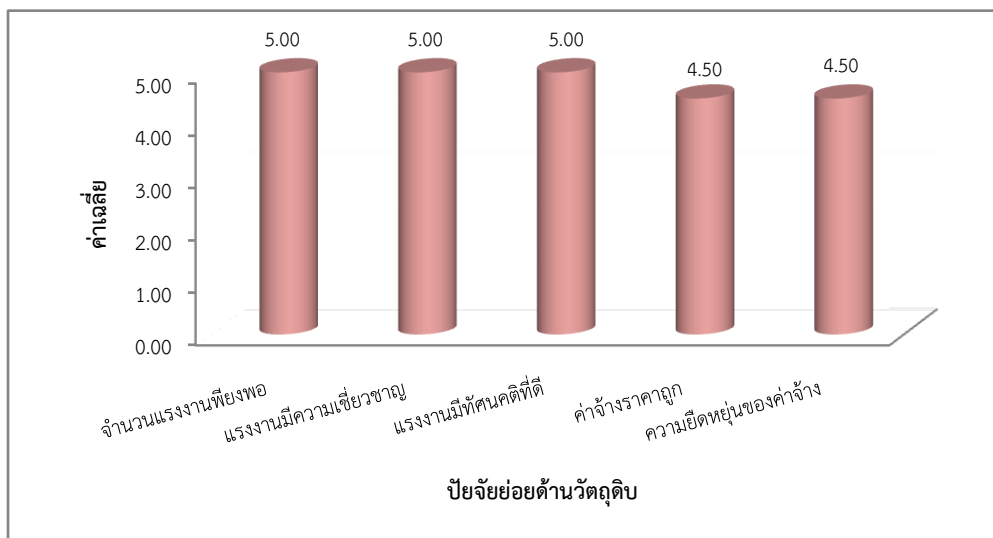


2. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย 2) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ 3) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก 4) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ และ 5) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.5



ภาพที่ 8.5 ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

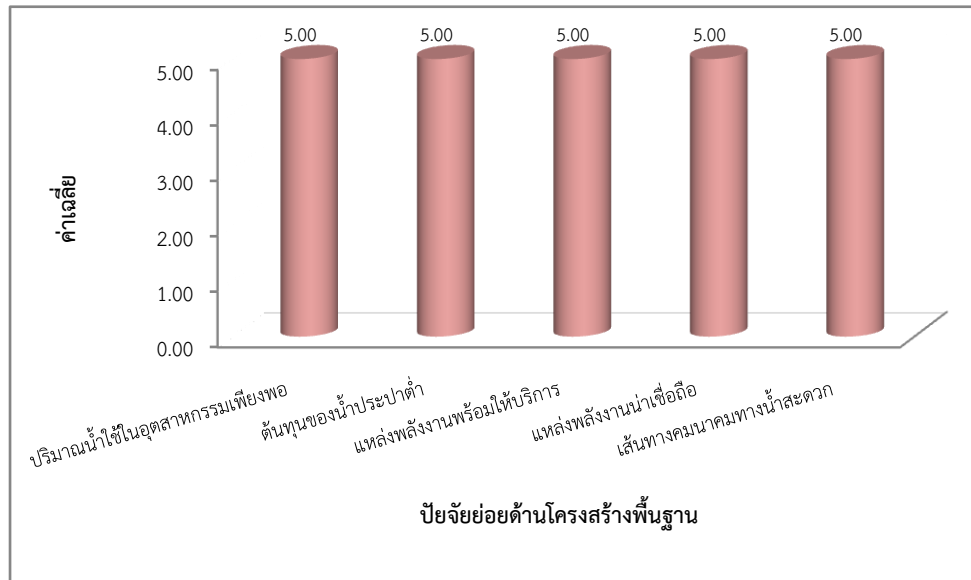
3. ปัจจัยด้านแรงงาน ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 2) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง 3) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ 4) ค่าจ้างแรงงานราคาถูก และ 5) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.6



ภาพที่ 8.6 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่

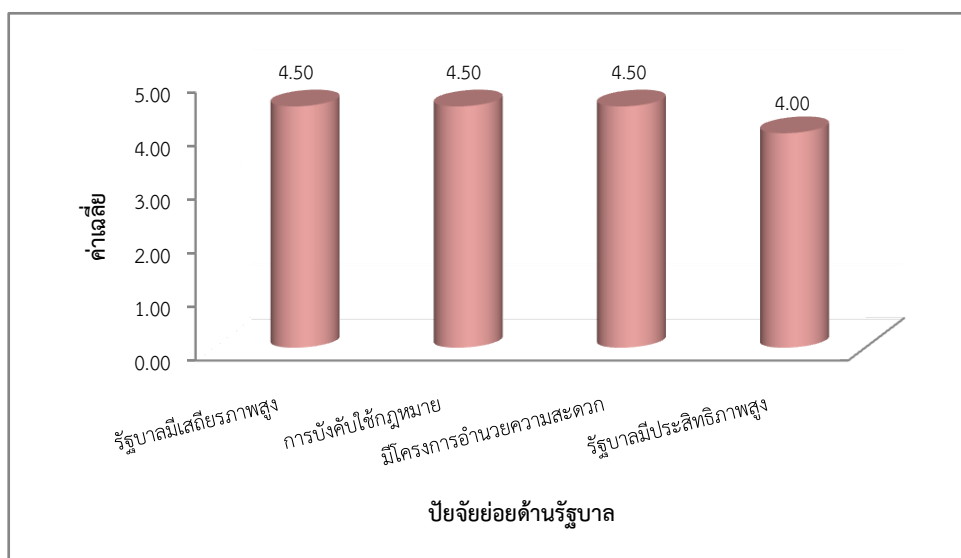
- 1) มีปริมาณน้ำใช้เพียงพอ 2) มีต้นทุนของน้ำประปาต่ำ 3) มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา
- 4) มีแหล่งพลังงานที่น่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และ 5) มีเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.7



ภาพที่ 8.7 ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5. ปัจจัยด้านรัฐบาล ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูง

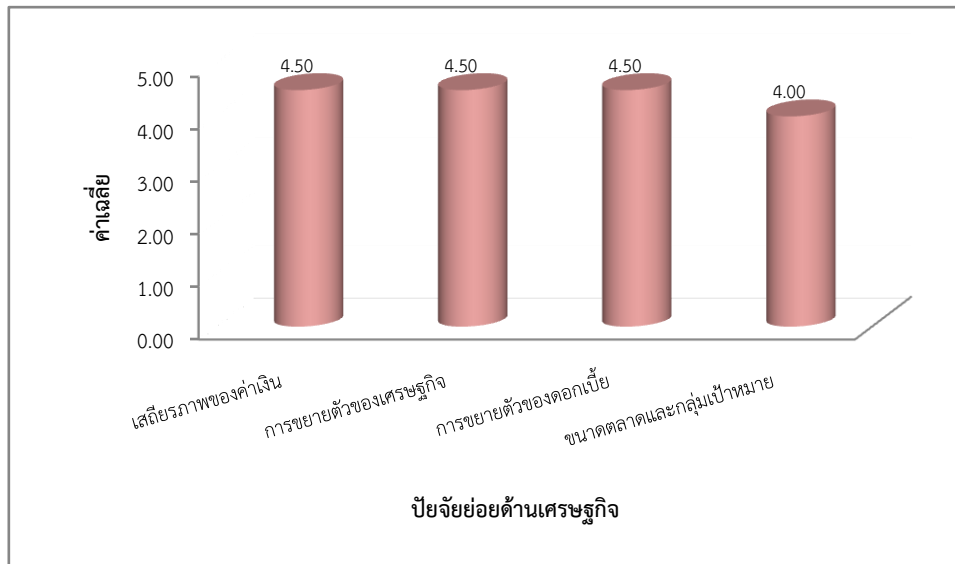
- และมีสันติภาพภายในประเทศสูง 2) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง
- 3) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก และ 4) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.8



ภาพที่ 8.8 ปัจจัยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

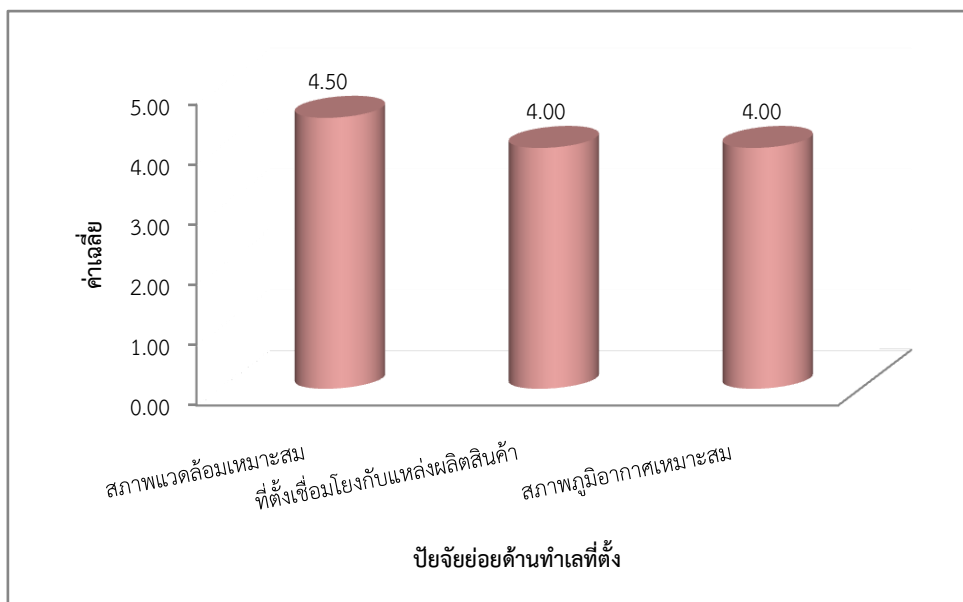


6. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 2) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 3) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และ 4) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.9



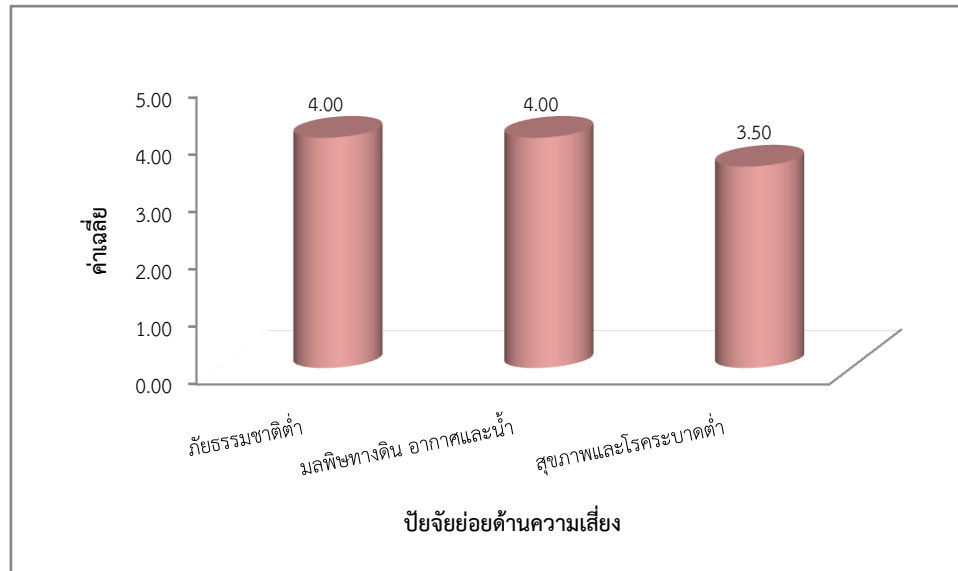
ภาพที่ 8.9 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

7. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า และ 3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.10



ภาพที่ 8.10 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

8. ปัจจัยด้านความเสี่ยง ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ และ 3) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 8.11

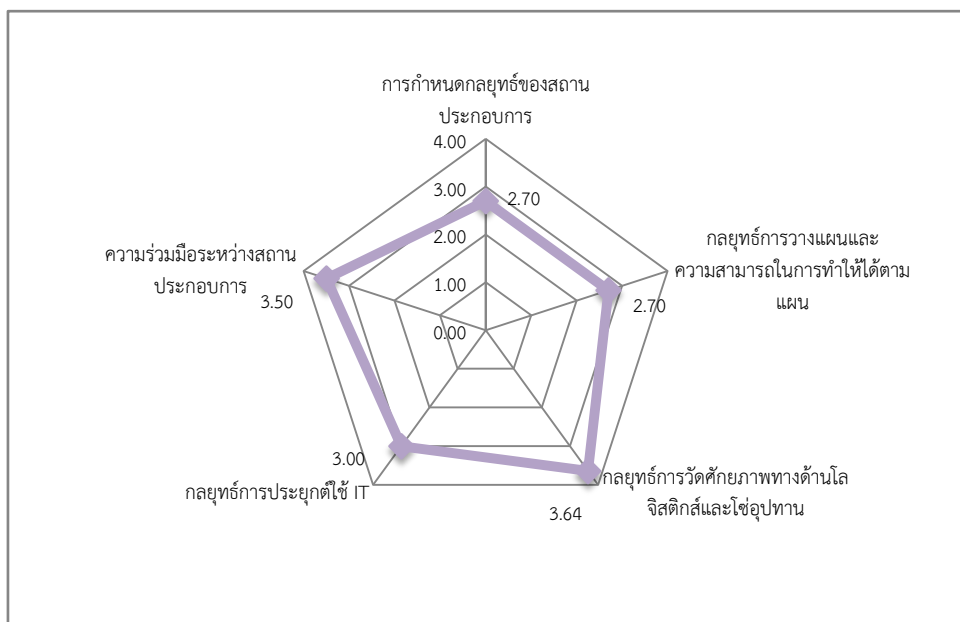


ภาพที่ 8.11 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

8.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ

ในการประเมิน ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ นั้นคณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 2 รายคือ บริษัท SKY Garment Industry และ บริษัท Maple Trading โดยการประเมินศักยภาพใน 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) กำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) การวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการระบุว่ามีศักยภาพในด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน อยู่ในระดับปานกลางในทุก ๆ ด้าน โดยพบว่า ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงสุด เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.15) รองลงมาได้แก่ ศักยภาพในด้าน ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.50$, S.D.= 0.71) กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 1.41) ตามลำดับ ส่วนด้านการกำหนดกลยุทธ์ ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 1.27) และ กลยุทธ์ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 0.99) มีศักยภาพต่ำที่สุด ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของในด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ของสถานประกอบการ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดย ภาพที่ 8.12 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในแต่ละด้านของผู้ประกอบการ





ภาพที่ 8.12 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

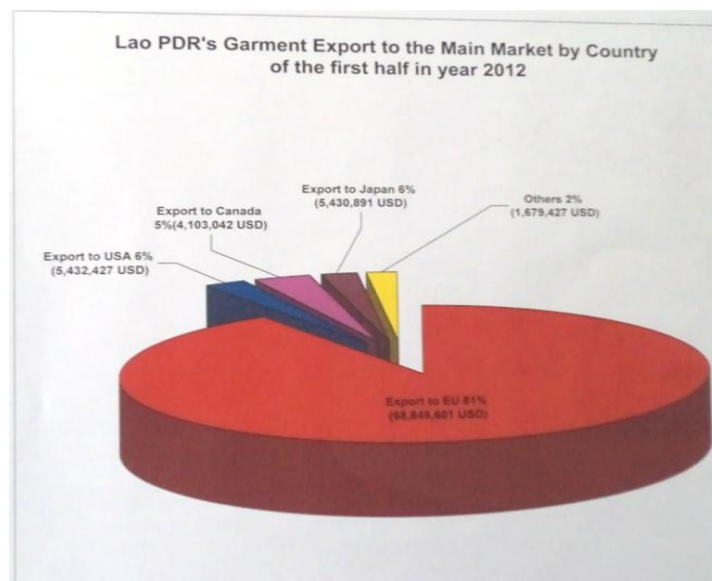
บทที่ 9

โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

9.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

9.1.1 สถานการณ์ทั่วไป

อุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่ม ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ ส.ป.ลาว เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 หรือ 5 ของประเทศ ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 110 แห่ง เป็นโรงงานที่เน้นการส่งออกจำนวน 56 แห่ง ส่วนอีก 54 เป็นโรงงานที่เป็นโรงงาน Subcontract ของโรงงานส่งออกอีกต่อหนึ่ง โดยโรงงานเครื่องนุ่งห่มประมาณ 40 โรงงานตั้งอยู่ในนครเวียงจันทน์ ประมาณร้อยละ 50 เป็น โรงงานเครื่องนุ่งห่ม ประเภทผ้าถัก และอีกร้อยละ 50 เป็นเครื่องนุ่งห่มประเภทผ้าทอ ส่วนผ้าไหมอยู่ในหมวดของหัตถกรรมจะเป็นโรงงานประเภทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับครัวเรือน ซึ่งไม่เป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โรงงานเครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 จะส่งออกสินค้าไป จำหน่ายยังประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศแคนาดา และสหรัฐอเมริกา ภาพที่ 9.1 แสดงสัดส่วนของตลาดเครื่องนุ่งห่มของประเทศจำแนกตามมูลค่าการส่งออกในรอบครึ่งปี 2555



ภาพที่ 9.1 สัดส่วนของตลาดเครื่องนุ่งห่มของประเทศในรอบครึ่งปี 2555

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (2556)

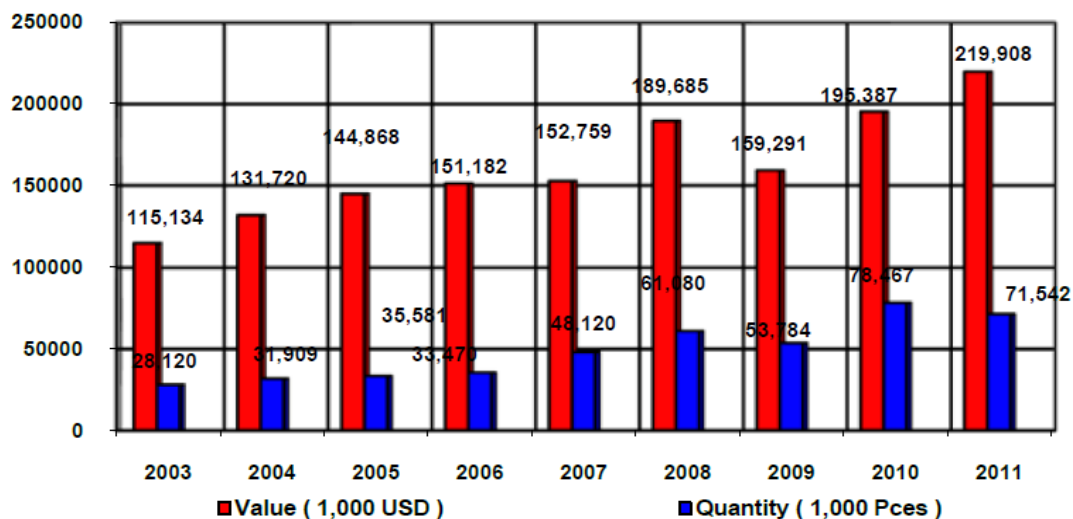
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้สิทธิในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศยุโรป ตามข้อตกลง GSP โดยตามเงื่อนไข GSP นั้นผู้ผลิตสามารถนำวัตถุดิบมาจากประเทศอื่นได้ เช่น ประเทศในอาเซียน ประเทศจีน ประเทศแอฟริกา เป็นต้น สำหรับการส่งออกไปสหรัฐอเมริกานั้น ยังไม่ได้รับสิทธิพิเศษแต่จะเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 40 ส่วนการส่งสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่นมีเงื่อนไขว่าจะต้องมีวัตถุดิบจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรืออาเซียนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่ ได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง ประเทศไทย ทวีปยุโรป สำหรับ บริษัทของประเทศ



ไทยนั้นมีบริษัทที่มำลงทุนใน สปป.ลาว เช่น ไฮเทคแอฟราเรล (Hi-Tech Lao Apparel Co. Ltd.) และ วีทีการเมนท์ (V.T. Lao Hometex Co. Ltd.) เป็นต้น โรงงานเครื่องนุ่งห่มใน สปป.ลาว ส่วนใหญ่เป็น โรงงานเย็บผ้า ปักผ้า และพิมพ์ผ้า ซึ่งไม่มีการออกแบบด้วยตนเอง ลูกค้ำจะเป็นผู้ออกแบบ จากนั้นจะนำ แบบมาให้ทดลองตัดเป็นตัวอย่างให้พิจารณาก่อน หากตัวอย่าง ผลิตได้ถูกต้องตามแบบและความต้องการ แล้ว ลูกค้ำจะเป็นผู้สั่งวัตถุดิบให้ เพื่อทำการผลิตใน จำนวน มากต่อไป วัตถุดิบส่วน ใหญ่นำเข้า มาจาก ประเทศไทย รองลงมาคือ ประเทศจีน

ภาพที่ 9.2 แสดงการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกและจำนวนชิ้นที่ส่งออกตั้งแต่ปี 2546 – 2555 (ค.ศ. 2003-2012) ซึ่งอุตสาหกรรมนี้ได้ตั้งเป้าหมายที่จะมีการส่งออกในปี 2558 อยู่ที่ 500 ล้านตัน และ คาดว่า จะมีแรงงานประมาณ 60 ,000 คนในภาคอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งปัจจุบันมีการจ้างแรงงานใน อุตสาหกรรมนี้ประมาณ 30 ,000 คนโดยทั้งประเทศมีแรงงานถูก ฎหมายประมาณ 50,000 คน การ เกษียณอายุของแรงงานหญิงคือ 55 ปี ส่วนแรงงานชายคือ 60 ปี แรงงานมีอายุตั้งแต่ 14 ปีขึ้นไป แต่หาก จะทำงานล่วงเวลาได้ จะต้องมียายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ค่าแรงขั้นต่ำประมาณ 70 เทียญสหรัฐต่อเดือน สำหรับแรงงานบางคนที่มีความขยันและทำงานล่วงเวลา (Over-time, OT) ได้เงินประมาณ 3 ล้านกีบต่อ เดือน หรือประมาณ 11 ,500 บาทต่อเดือน โดยมีเวลาทำงาน 45 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แต่หากงานเร่ง สามารถทำงานเพิ่มเป็น 60 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แรงงานที่ลาวไม่มีการประท้วงขึ้นค่าแรงงานเพราะมีการ ประชุม 3 ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 10 อย่างไรก็ตามพบว่าผู้หญิงชาว ลาวเมื่อเข้าสู่วัยแต่งงานประมาณอายุ 20-22 ปีจะลาออกจากภาคอุตสาหกรรมไปทำงานบ้านหรือ ประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรมแทน

Lao PDR's Garment Export from 2003 to the 2011



ภาพที่ 9.2 มูลค่าการส่งออกและจำนวนชิ้นที่ส่งออกตั้งแต่ปี 2546 – 2555

ที่มา : Wilma Driessler (2012)

ในการขนส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น โรงงานเครื่องนุ่งห่มใน สปป.ลาว ส่วนใหญ่นิยม เลือกเส้นทางการขนส่งผ่านประเทศไทยโดยใช้เส้นทางผ่านจังหวัดหนองคายเพื่อ ไปยังท่าเรือที่คลองเตย หรือแหลมฉบังและส่งออกไปยังต่างประเทศต่อไป ส่วนการขนส่งผ่านไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม นั้นยังไม่ได้ได้รับความนิยมนัก เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจด้านภาษารวมทั้งเส้นทางการคมนาคมขนส่ง



ยังไม่ค่อยสะดวกทำให้ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเลือกวิธีการหรือเส้นทางการขนส่งนั้นผู้ประกอบการหรือโรงงาน จะเป็นผู้ตัดสินใจ เวลาที่ใช้ในการดำเนินการพิธีการศุลกากรประมาณ 0.5 วัน ปัญหาในการขนส่ง ที่สำคัญคือปัญหาด้าน ต้นทุนในการขนส่งที่ค่อนข้างสูง เนื่องจาก รถบรรทุกใน สปป.ลาว ทั้งหมด ยังเป็นรถบรรทุกที่ใช้ น้ำมันทั้งหมดเนื่องจากไม่มีสถานีเติมแก๊ส

9.1.2 ตลาดเครื่องนุ่งห่มภายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและจากการสำรวจตลาดเครื่องนุ่งห่มพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนมีการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี โดยผู้หญิงยังนุ่งผ้าซิ่นที่ทอเป็นลวดลายเชิงจะเป็นไหมทอทองและเงิน และสวมเสื้อแขนยาวทรงกระบอกสำหรับข้าราชการหรือคนทำงาน วัยรุ่นบางคนสวมเสื้อยืด เสื้อยัด ตามโอกาสที่เหมาะสม ส่วนผู้ชายจะแต่งตัวเป็นแบบสากลนิยมผู้บริโภคส่วนใหญ่ นิยมเสื้อผ้าและรูปแบบการแต่งกายเลียนแบบดาราดไทย เนื่องจากดูข่าวสาร และละครของประเทศไทย และมีมั่นใจว่าสินค้าที่มาจากประเทศไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ส่วนสินค้าที่มาจากประเทศจีนจะมองภาพลักษณ์ว่าด้อยกว่า ตลาดเครื่องนุ่งห่มใน สปป.ลาว ที่สำคัญคือ ตลาดเช้าและตลาดกลางคืน

1) ตลาดเช้า (Morning Market)

ตลาดเช้าเป็นห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายสินค้าหลายชนิด เปิดบริการตั้งแต่ 8.00 – 18.00 น. เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะมาซื้อของที่ระลึกของชาวลาวและต่างชาติตั้งอยู่บริเวณสถานีขนส่งเวียงจันทน์ มีลักษณะคล้ายตลาดนัดจตุจักรในประเทศไทย มีร้านค้าจำนวนมากตั้งแผงขายสินค้า เช่น ผ้าทอลาวลายโบราณ งานหัตถกรรมเย็บปักถักร้อย เสื้อผ้าแฟชั่นซึ่งมีทั้ง Local Brand และ Brand จากต่างประเทศ กระเป๋า รองเท้า เครื่องใช้สอยภายในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า งานไม้แกะสลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้ามาจากประเทศจีน ประเทศไทย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



ภาพที่ 9.3 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าในตลาดเช้า



2) ตลาดกลางคืน (Night Market)

ตลาดกลางคืนหรือถนนคนเดินเวียงจันทน์ เปิดตั้งแต่เวลา 17.00 – 21.00 น. มีลักษณะคล้ายกับถนนคนเดินที่เชียงใหม่ มีการขายสินค้าพื้นเมืองหลากหลาย ทั้งผ้าซิ่น ผ้าทอโบราณ ผ้าพันคอ และของที่ระลึกพื้นเมือง เช่น งานหัตถกรรมพื้นเมือง งานไม้แกะสลัก เสื้อผ้าแฟชั่น รองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ สินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทยมาจำหน่ายโดยส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าวัยรุ่นสตรี



ภาพที่ 9.4 ตลาดกลางคืน

9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

9.2.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- 1) ระบบการเมืองสังคมนิยมมีเสถียรภาพ
- 2) เป็นประเทศในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา (LDC) จึงได้รับการยกเว้นภาษี และสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศต่างๆ หลายประเทศ เช่น สิทธิประโยชน์ GSP ในการส่งสินค้าไปยังทวีปยุโรป
- 3) มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และจะเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญในอนาคต (Battery of Asia)
- 4) ต้นทุนค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ
- 5) มีพรมแดนติดกับประเทศไทย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จึงทำให้มีความสะดวกในการขนส่ง โดยเฉพาะเขตเศรษฐกิจพิเศษส่วนใหญ่ตั้งติดกับบริเวณชายแดนของประเทศไทย



6) มีวัฒนธรรมการใช้ชีวิตคล้ายคนไทยทำให้ง่ายต่อการปรับตัวในการทำงาน

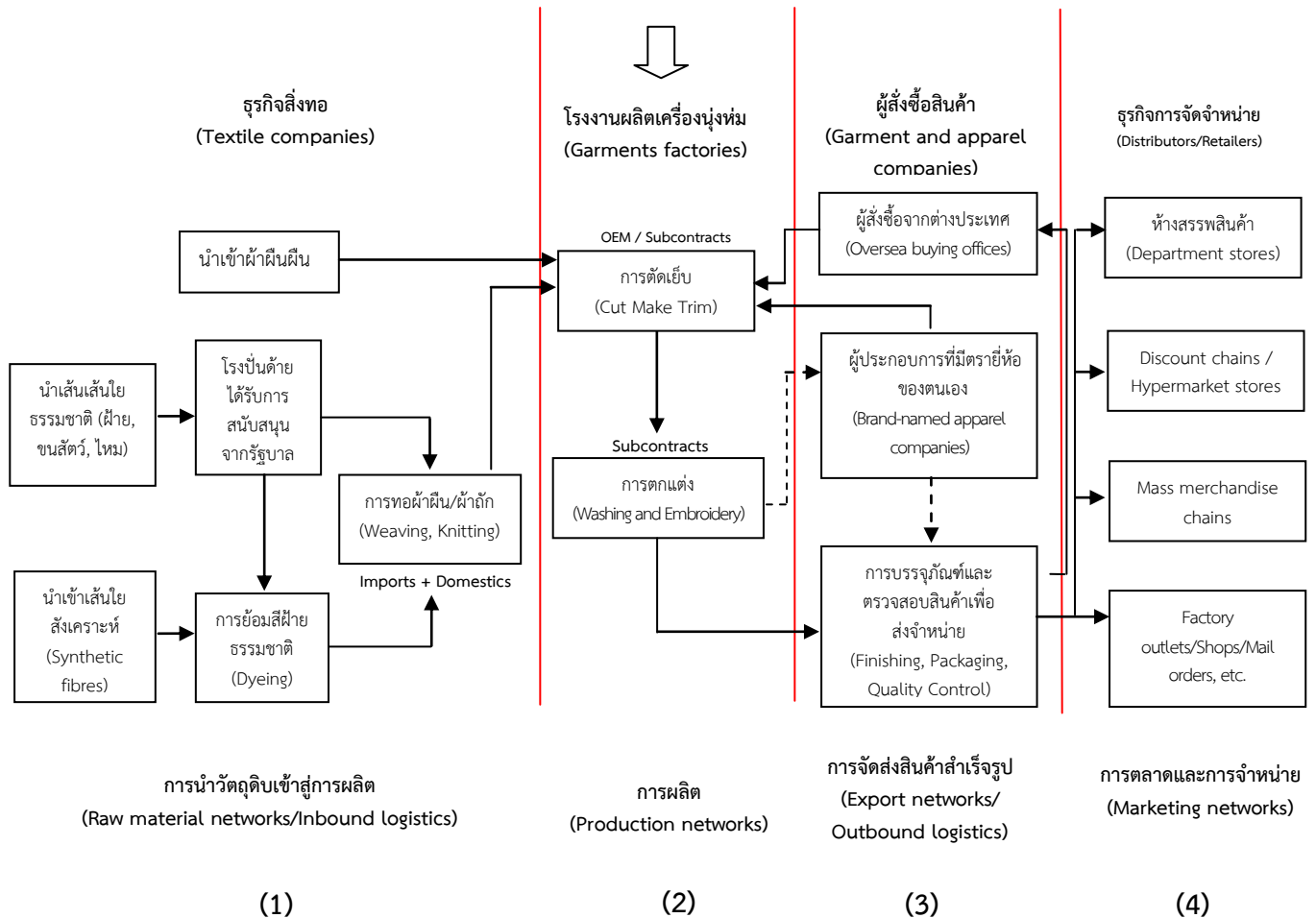
9.2.2 ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- 1) ประชาชนมีไม่มากและกระจายอยู่ตามแหล่งต่างๆ ทำให้การรวมกลุ่มหรือจัดหาแหล่งที่פקแรงงานค่อนข้างยุ่งยาก รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะขาดแคลนแรงงานในอนาคต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น เนื่องจากเพศหญิงจะลาออกจากงานประมาณอายุ 20-22 ปี เมื่อแต่งงานมีครอบครัว ส่วนเพศชายไม่นิยมทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
- 2) แรงงานขาดทักษะและไม่นิยมทำงานล่วงเวลา

9.3 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

อุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เช่น การผลิตผ้าผืนและด้าย เส้นใยประดิษฐ์ ฟอกย้อม ยังไม่เข้มแข็งและขยายตัวมากนัก เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนและพึ่งพาเทคโนโลยีการผลิตในระดับสูง จากนักลงทุนต่างประเทศ วัตถุดิบที่นำมาผลิตนั้นส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม โดย สปป.ลาว มีโรงงานต้นน้ำ 4 แห่ง ได้แก่ โรงงานทอผ้า 2 แห่ง โรงงานปั่นด้าย 1 แห่ง และโรงงานฟอกย้อม 1 แห่ง ส่วนลักษณะรูปแบบธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สปป.ลาว ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยจะทำการรับจ้างผลิตโดยการตัดเย็บและบรรจุภัณฑ์ (Cutting, Making and Packing : CMP) หรือในรูปแบบของผู้ซื้อหรือผู้จ้างให้ผลิต จะจัดหาผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งเสื้อผ้าให้แก่ผู้รับจ้างผลิต (Cutting, Making and Trim : CMT) โดยผู้ซื้อในต่างประเทศหรือผู้จ้างให้ผลิตจะหาลูกค้าซึ่งออกแบบ และกำหนดรายละเอียดในการตัดเย็บ รวมทั้งจะทำหน้าที่จัดหาและนำเข้า วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จากต่างประเทศให้แก่โรงงานที่ทำการว่าจ้าง บริษัทผู้ผลิตจะรับภาระเฉพาะต้นทุนใน การดำเนินงานในการตัดเย็บ เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่า น้ำค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง รวมทั้งค่าใช้จ่าย สำนักงานต่าง ๆ แล้วส่งสินค้ากลับสินค้ายังผู้ซื้อโดยได้รับค่าดำเนินการผลิตเท่านั้น ตลาดส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของ สปป.ลาว ได้แก่ ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป และ สหรัฐอเมริกา ภาพที่ 9.5 แสดงโครงสร้างโซ่อุปทานของ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว





ภาพที่ 9.5 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

9.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 20 รายเพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสำรวจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการ โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านผู้แทนจาก Lao Chamber of Commerce ของสปป.ลาว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

9.4.1 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับเปลี่ยนและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ระบุว่ายังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิมหลังจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 และรองลงมาร้อยละ 20 ระบุว่าจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตเป็น Research and Development โดยรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 9.1



และผู้ประกอบการทั้งหมดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างระบุว่าจะไม่ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่น ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 9.2

จากการสำรวจเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 50 ระบุว่าภาคอุตสาหกรรมจะได้ประโยชน์จากทั้งนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและแรงงานอย่างเสรีและการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 9.3 อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับการเสียประโยชน์เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ขึ้นผู้ประกอบการร้อยละ 45 ระบุว่าอาจมีการเสียประโยชน์แต่ไม่ได้ระบุอยู่ในรูปแบบใด อีกร้อยละ 25 ระบุว่าอาจเกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกันรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 9.4

สำหรับด้านการเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผู้ประกอบการร้อยละ 50 ระบุว่าสถานประกอบการมีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัท ในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาร้อยละ 35 ระบุว่ายังไม่มี การเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังรายละเอียดแสดง ในตารางที่ 9.5 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐของตนประเมิน สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และ เตรียมความพร้อมแก่พนักงาน รวมทั้งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนกู้เพื่อเสริมสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน และรองลงมาอีกร้อยละ 20 ระบุว่าต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงาน ผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงาน รวมทั้งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุน กู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 9.6 สำหรับประเด็น การปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้นผู้ประกอบการร้อยละ 20 เห็นว่าองค์กรควร จะดำเนินการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ดังตารางที่ 9.7

ตารางที่ 9.1 การปรับเปลี่ยนและการเตรียมความพร้อมเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม	14	70
2) ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายไปยังประเทศที่มี ต้นทุนต่ำกว่า พร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง	2	10
3) เปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development	4	20

ตารางที่ 9.2 การย้ายฐานการผลิตเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต	20	100



ตารางที่ 9.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	2	10
2) ได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5
3) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและแรงงานอย่างเสรี	4	20
4) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีและสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	3	15
5) ได้ประโยชน์จากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าและแรงงานอย่างเสรีและการสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	10	50

ตารางที่ 9.4 ผลเสียเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์

ผลเสีย	จำนวน	ร้อยละ
1) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน	5	25
2) เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	2	10
3) เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน และการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี	3	15
4) อื่น ๆ	9	45
5) ไม่ระบุ	1	5

ตารางที่ 9.5 การเตรียมความพร้อมที่สำคัญต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน	2	10
2) มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	10	50
3) ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7	35
4) มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัท	1	5

ตารางที่ 9.6 ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่ต้องการจากภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5
2) ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานและสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	20
3) ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานรัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน	14	70
4) อื่น ๆ	1	5

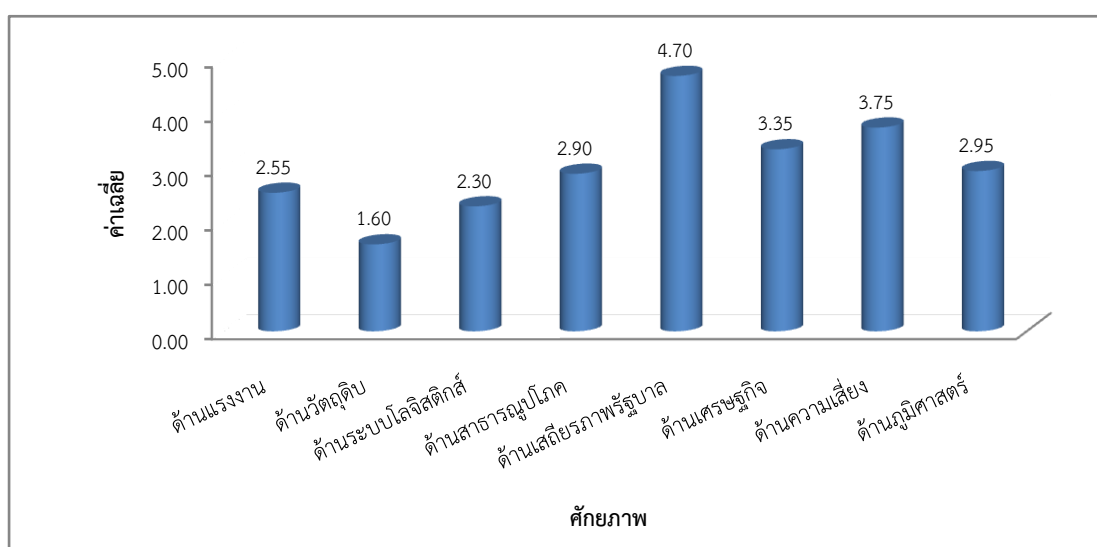
ตารางที่ 9.7 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การปรับเปลี่ยน/การเตรียมความพร้อม	จำนวน	ร้อยละ
1) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	4	20
2) การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต	2	10
3) การเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5
4) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing)	2	10
5) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5
6) การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing) และเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1	5
7) อื่น ๆ	1	5
8) ไม่ระบุ	8	40



9.4.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม

จากการที่ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆ 8 ด้านโดยทำการเปรียบเทียบประเทศของตนคือ สปป.ลาว กับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นๆ ในปัจจัยใดบ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยที่มีความได้เปรียบของ สปป.ลาว ในมุมมองของผู้ประกอบการเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านเสถียรภาพรัฐบาล 2) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย 3) ด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน 4) ด้านภูมิศาสตร์ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 5) ด้านสาธารณูปโภค 6) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงาน 7) ด้านระบบโลจิสติกส์ และ 8) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.6



ภาพที่ 9.6 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

9.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

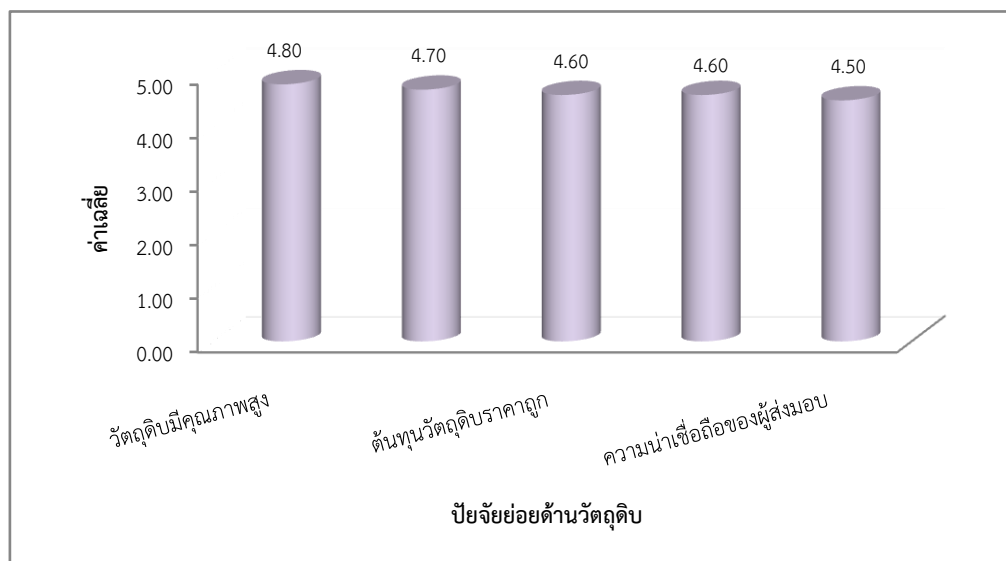
จากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 2) ปัจจัยด้านแรงงาน 3) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 7) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยสรุปได้แสดงดังตารางที่ 9.8

ตารางที่ 9.8 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย	Weight from AVG (%)	Weight from AVG Score	Weight from AVG (%) x Weight from AVG Score	Percent	Rank
ด้านวัตถุดิบ	0.18	4.64	0.85	20.18	1
ด้านแรงงาน	0.21	4.08	0.85	20.04	2
ด้านโลจิสติกส์	0.16	4.57	0.72	16.97	3
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.12	4.11	0.51	11.95	4
ด้านรัฐบาล	0.10	4.16	0.41	9.61	5
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.08	4.27	0.36	8.56	6
ด้านเศรษฐกิจ	0.09	3.89	0.34	7.93	7
ด้านความเสี่ยง	0.06	3.47	0.20	4.75	8
รวม	1.00	33.18	4.23	100	

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยต่าง ๆ ดังนี้

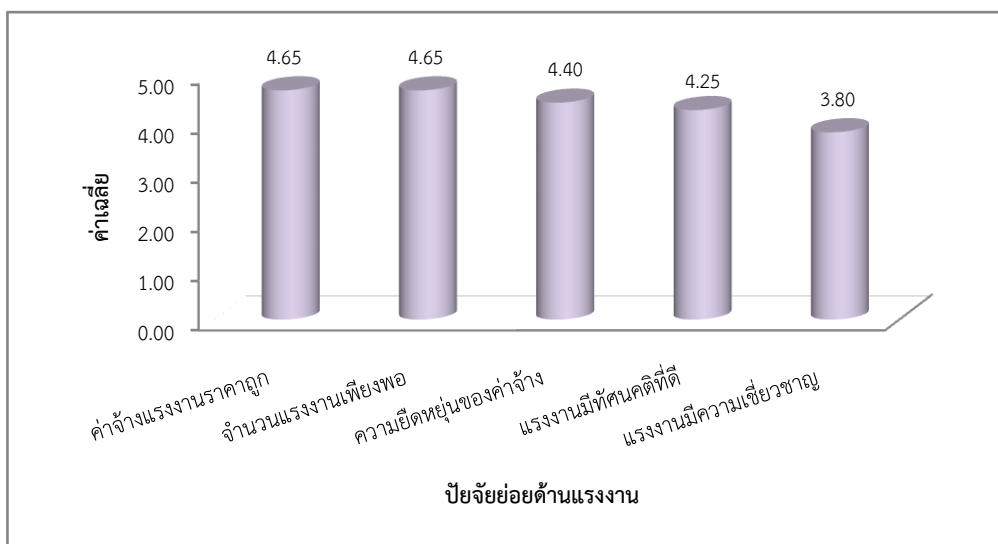
1. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง 3) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก 4) ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ และ 5) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.7



ภาพที่ 9.7 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

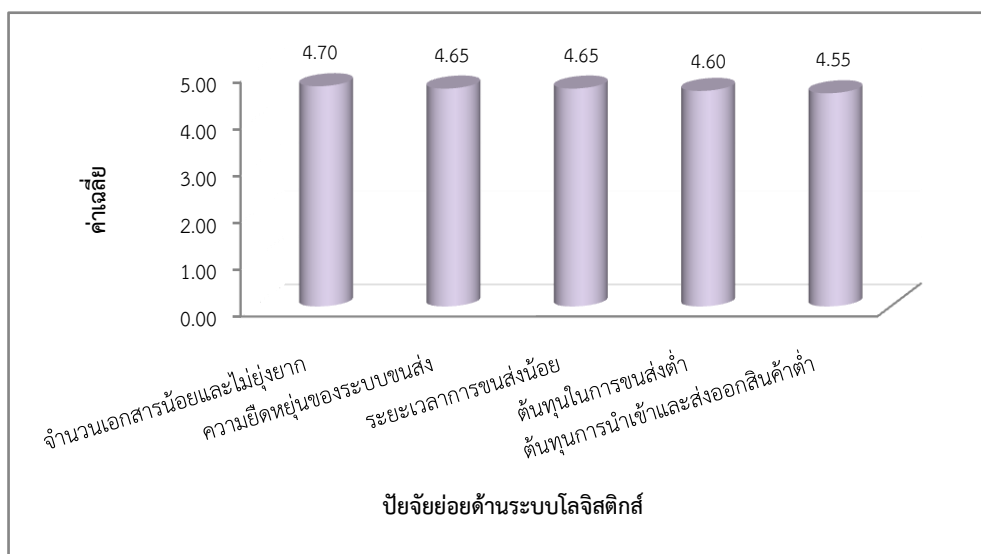


2. ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ค่าจ้างแรงงานราคาถูก 2) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 3) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน 4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ และ 5) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.8



ภาพที่ 9.8 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

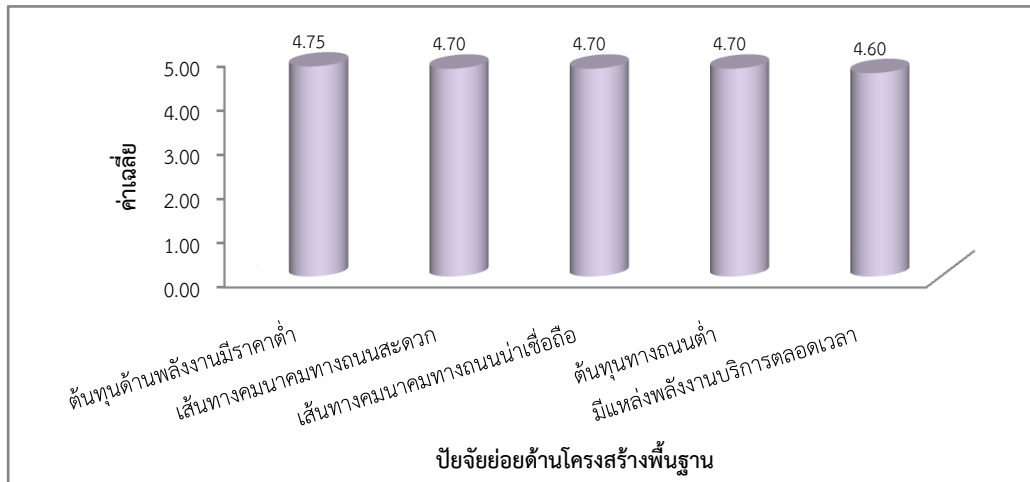
3. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก 2) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย 4) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ และ 5) มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.9



ภาพที่ 9.9 ปัจจัยย่อยด้านระบบโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่

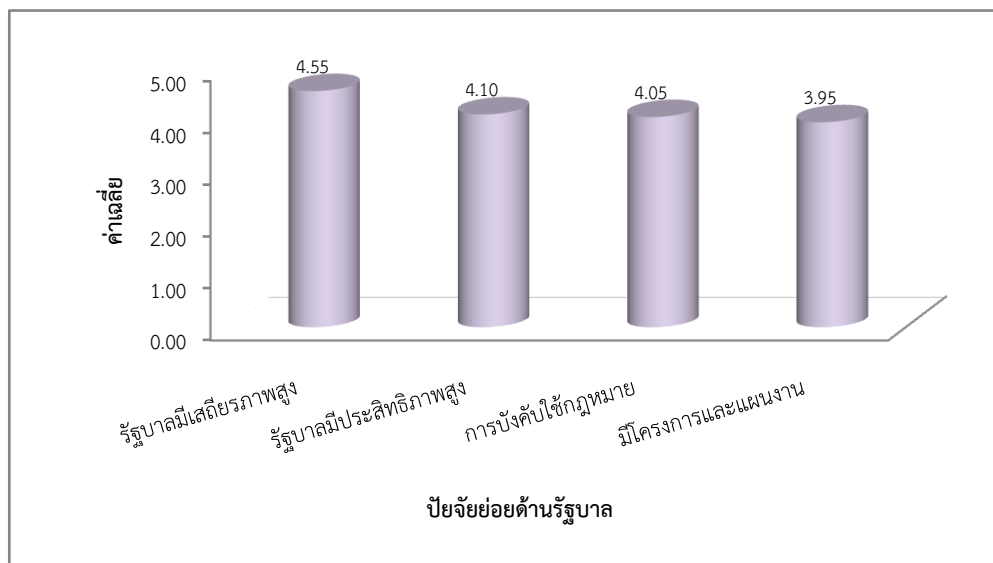
- 1) ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาต่ำ
- 2) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา
- 3) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง
- 4) มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ
- 5) มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.10



ภาพที่ 9.10 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5. ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่

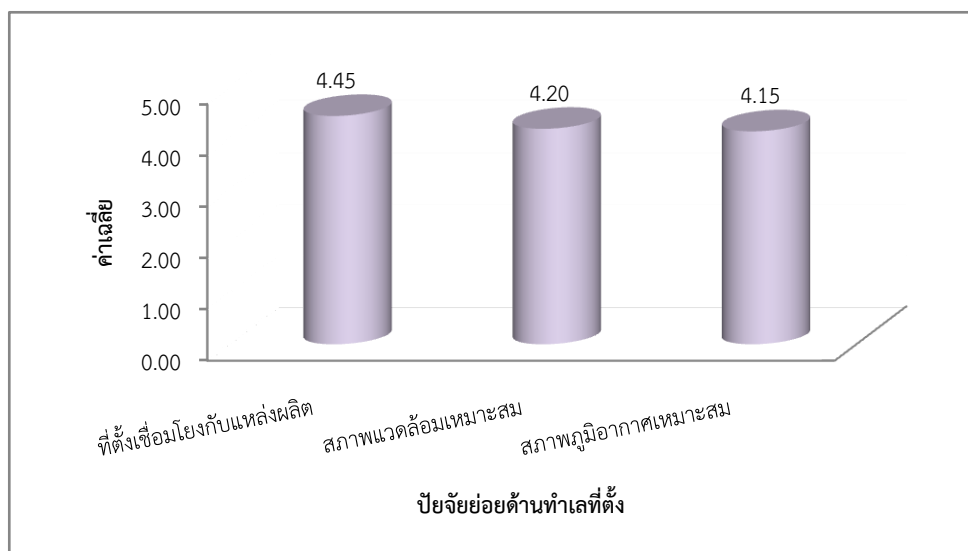
- 1) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง
- 2) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง
- 3) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง
- 4) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.11



ภาพที่ 9.11 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

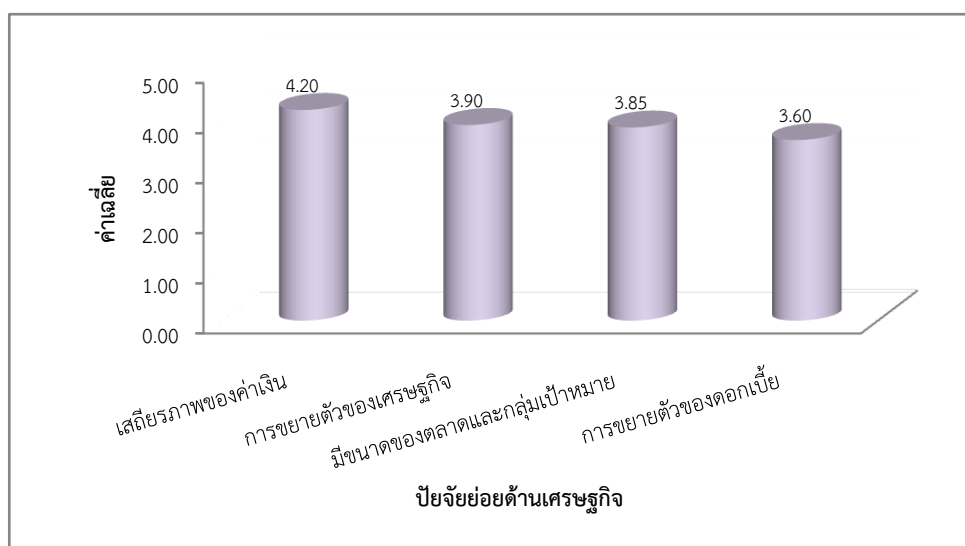


6. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า 2) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน และ 3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.12



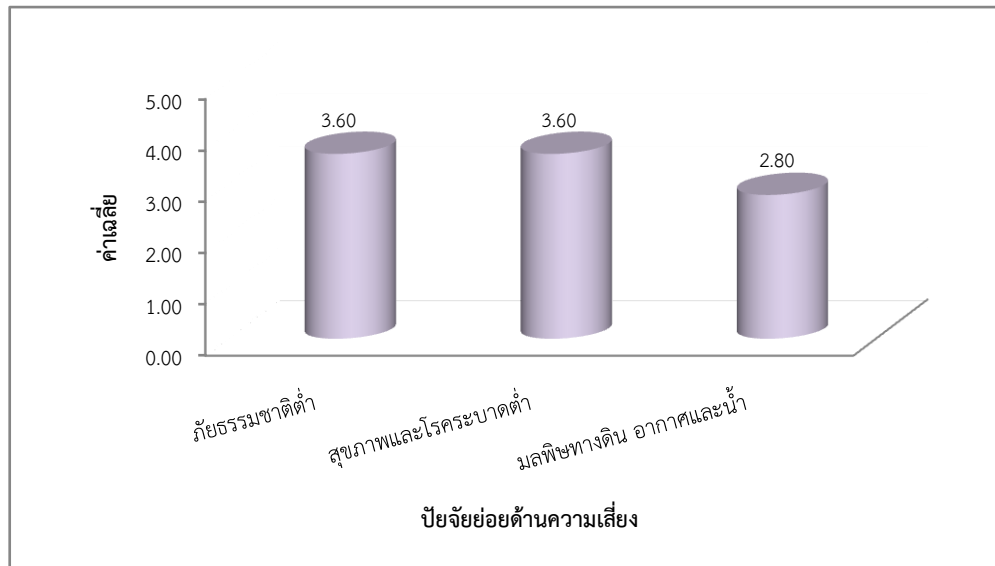
ภาพที่ 9.12 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลกระทบท่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

7. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับ ได้แก่ 1) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 2) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 3) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และ 4) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.13



ภาพที่ 9.13 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบท่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

8. ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ และ 3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศและน้ำต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 9.14

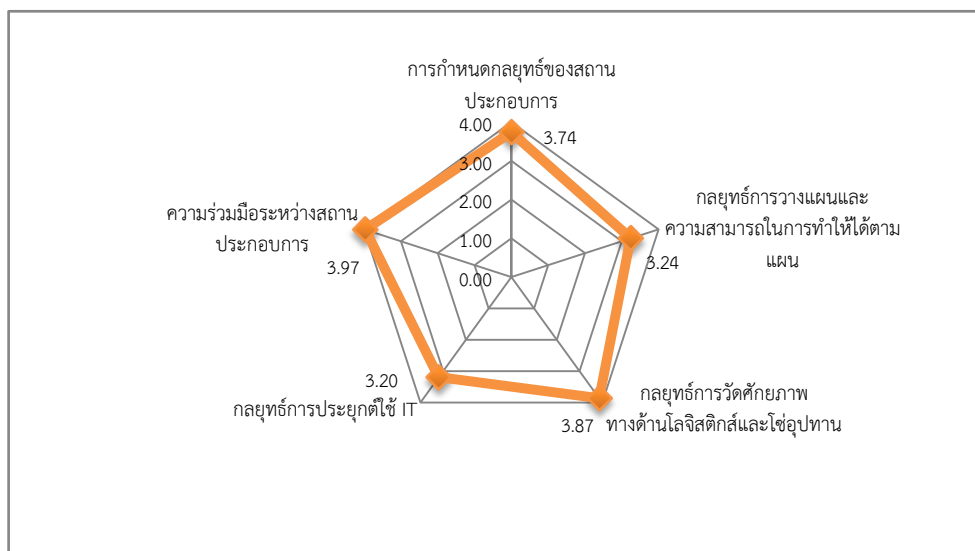


ภาพที่ 9.14 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

9.4.4 การประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการ ใน 5 ด้าน ด้วยกัน ได้แก่ 1) การกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) การวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย ระบุว่ามีความรู้ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับ ดีในทุก ๆ ด้าน โดยพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการสูงสุด เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.83$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 3.87, S.D. = 0.71$) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.68$) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 3.24, S.D. = 0.69$) และด้าน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.24, S.D. = 1.01$) ตามลำดับ โดยภาพที่ 9.15 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในแต่ละด้านของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สปป.ลาว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพที่ 9.15 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในแต่ละด้านของผู้ประกอบการ



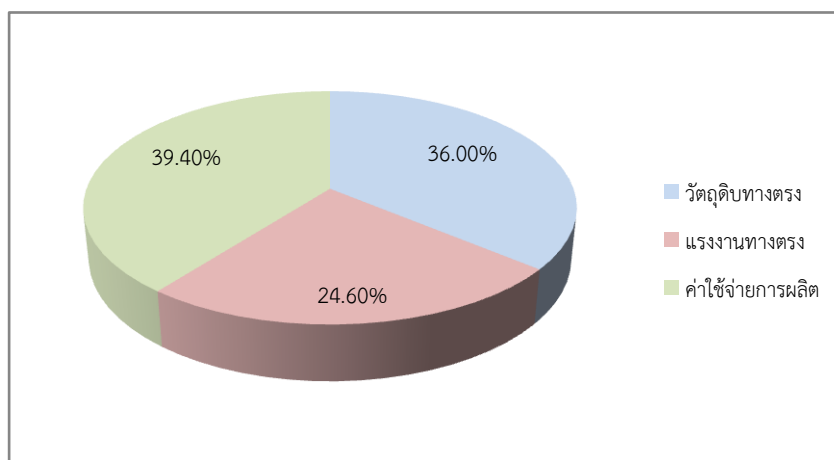


ภาพที่ 9.15 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

9.4.5 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการสำรวจต้นทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีโครงสร้างต้นทุนเฉลี่ยแสดงดังภาพที่ 9.16 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ร้อยละ 36.00 เป็นค่าวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้าผืน เป็นต้น
- 2) ร้อยละ 24.60 เป็นแรงงานทางตรง (Direct Labor) เป็นต้นทุนของแรงงานที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแก่พนักงานที่ช่วยให้วัตถุดิบผ่านเข้ากระบวนการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปได้แก่ค่าแรงงานทางตรง
- 3) ร้อยละ 39.40 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง เช่น ค่าเช่า อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น



ภาพที่ 9.16 โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

บทที่ 10

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามขึ้นเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแต่ละประเทศใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน โดยตัวแปรต่าง ๆ ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบ (รายละเอียดดังภาคผนวก ก) โดยปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการใช้สำหรับการตัดสินใจในการลงทุนแบ่งออกเป็น 8 ด้านด้วยกัน ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ 4) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน
- 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล 6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 7) ปัจจัยด้านความเสี่ยง และ 8) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยปัจจัยหลักในแต่ละด้านเหล่านั้นมีปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 10.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 10.1 ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย
1 ด้านแรงงาน	1.1 ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก 1.2 ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน 1.3 แรงงานมีระดับการศึกษาสูง 1.4 มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 1.5 มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง 1.6 แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ 1.7 มีอัตราการเติบโตของการจ้างงานสูง 1.8 มีอัตราการถูกเลิกจ้างต่ำ
2 ด้านวัตถุดิบ	2.1 ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก 2.2 ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ 2.3 วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2.4 ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ เช่น ประวัติการส่งสินค้า ความตรงต่อเวลาในการนำส่ง เป็นต้น
3 ด้านระบบโลจิสติกส์	3.1 มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ 3.2 มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย 3.3 มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ 3.4 มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง 3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย 3.6 จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก 3.7 มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ



ตารางที่ 10.1 (ต่อ) ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย
4 โครงสร้างพื้นฐาน	4.1 มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ 4.2 ปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 4.3 มีต้นทุนของน้ำประปาต่ำ 4.4 มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา 4.5 มีแหล่งพลังงานที่นำเชื้อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง 4.6 ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาต่ำ 4.7 มีเส้นทางการคมนาคมทางอากาศที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา 4.8 เส้นทางการคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 4.9 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางอากาศต่ำ 4.10 มีเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา 4.11 เส้นทางคมนาคมทางน้ำมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 4.12 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำต่ำ 4.13 มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา 4.14 เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 4.15 มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ 4.16 มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง 4.17 ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ 4.18 มีศักยภาพและความน่าเชื่อถือของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูง 4.19 มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ 4.20 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ 4.21 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ 4.22 มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ 4.23 มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูงและมีการสนับสนุนในการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
5 ด้านรัฐบาล	5.1 รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง 5.2 รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง 5.3 มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง 5.4 มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก
6 ด้านเศรษฐกิจ	6.1 เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 6.2 การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 6.3 มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม 6.4 มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก



ตารางที่ 10.1 (ต่อ) ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย
7 ด้านความเสี่ยง	7.1 มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 7.2 มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ 7.3 มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ
8 ด้านทำเลที่ตั้ง	8.1 มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า 8.2 มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 8.3 มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน

10.1 การวิเคราะห์ปัจจัยสำหรับการตัดสินใจในการลงทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC)

ในหัวข้อต่อไปนี้จะแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย จากผู้ตอบแบบสอบถาม 68 ราย ใน 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และราชอาณาจักรกัมพูชา โดยใช้เทคนิคการจัดลำดับความสำคัญ ซึ่งมีรายละเอียดการคำนวณดังหัวข้อต่อไปนี้

10.1.1 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก

1. นำคะแนนอันดับความสำคัญที่ได้รับการเลือกจากผู้ตอบ มาคำนวณหาค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย (Average of Rank) โดยให้อันดับความสำคัญมากที่สุดมีค่าคะแนนเท่ากับ 8 คะแนน เรียงลำดับไปจนถึงอันดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุดมีค่าคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนอันดับดังกล่าวไปคูณกับจำนวนผู้ตอบตามแต่ละอันดับในแต่ละปัจจัย ซึ่งทำให้ได้ค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลักหรือเรียกว่า ค่า Average of Rank ดังแสดงในตารางที่ 10.2

ตารางที่ 10.2 ผลการคำนวณค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย (AVG of Rank)

ลำดับปัจจัย		8	7	6	5	4	3	2	1	ผลรวม	AVG of Rank
ปัจจัย	จำนวนผู้ตอบ	39	18	2	1	5	2	1	1	69	7.014493
	ผลคูณกับลำดับปัจจัย	312.0	126.0	12.0	5.0	20.0	6.0	2.0	1.0	484.0	
ด้านแรงงาน	จำนวนผู้ตอบ	19	18	3	4	5	6	2	0	57	6.280702
	ผลคูณกับลำดับปัจจัย	152.0	126.0	18.0	20.0	20.0	18.0	4.0	0	358.0	
ด้านวัตถุดิบ	จำนวนผู้ตอบ	3	6	13	10	16	10	9	2	69	4.463768
	ผลคูณกับลำดับปัจจัย	24.0	42.0	78.0	50.0	64.0	30.0	18.0	2.0	308.0	
ด้านโลจิสติกส์	จำนวนผู้ตอบ	5	8	5	19	7	11	7	6	68	4.441176
	ผลคูณกับลำดับปัจจัย	40.0	56.0	30.0	95.0	28.0	33.0	14.0	6.0	302.0	
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	จำนวนผู้ตอบ										
	ผลคูณกับลำดับปัจจัย										



ตารางที่ 10. 2 (ต่อ) ผลการคำนวณค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย (AVG of Rank)

ลำดับปัจจัย		8	7	6	5	4	3	2	1	ผลรวม	AVG of Rank
ด้าน รัฐบาล	จำนวนผู้ตอบ	4	5	12	6	7	3	12	19	68	3.661765
	ผลคูณกับ ลำดับปัจจัย	32.0	35.0	72.0	30.0	28.0	9.0	24.0	19.0	249.0	
ด้าน เศรษฐกิจ	จำนวนผู้ตอบ	13	11	14	7	5	7	8	3	68	5.294118
	ผลคูณกับ ลำดับปัจจัย	104.0	77.0	84.0	35.0	20.0	21.0	16.0	3.0	360.0	
ด้าน ความเสี่ยง	จำนวนผู้ตอบ	3	4	6	10	10	10	9	16	68	3.558824
	ผลคูณกับ ลำดับปัจจัย	24.0	28.0	36.0	50.0	40.0	30.0	18.0	16.0	242.0	
ด้าน ทำเลที่ตั้ง	จำนวนผู้ตอบ	6	6	7	4	9	11	9	16	68	3.750000
	ผลคูณกับ ลำดับปัจจัย	48.0	42.0	42.0	20.0	36.0	33.0	18.0	16.0	255.0	

2. เมื่อได้ค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ย (Average of Rank) ของแต่ละปัจจัยแล้ว นำค่าคะแนนความสำคัญดังกล่าวทั้งหมดของทุกปัจจัยมารวมเข้าด้วยกัน (ซึ่งได้คะแนนรวมเท่ากับ 37.06) แล้วจึงนำค่าคะแนนความสำคัญโดยเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลักมาหารด้วยคะแนนรวมทั้งหมด จะทำให้ได้ค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัย (Weight from AVG)

3. จากนั้นนำค่าน้ำหนักดังกล่าวมาจัดอันดับจากค่ามากที่สุดไปจนถึงค่าน้อยที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 10.3 ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานมีน้ำหนักเท่ากันเป็นอันดับที่ 4 และปัจจัยด้านรัฐบาลและปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีน้ำหนักเท่ากันเป็นอันดับที่ 6 ส่วนปัจจัยด้านความเสี่ยงมีน้ำหนักน้อยที่สุด มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 10.3 ค่าคะแนนน้ำหนักของปัจจัยหลักจากการเรียงลำดับความสำคัญ

ปัจจัย	AVG of Rank*	Rank	Weight from AVG
ด้านแรงงาน	7.0144928	1	0.18
ด้านวัตถุดิบ	6.280702	2	0.16
ด้านระบบโลจิสติกส์	4.463768	4*	0.12
โครงสร้างพื้นฐาน	4.441176	4*	0.12
ด้านรัฐบาล	3.661765	6**	0.10
ด้านเศรษฐกิจ	5.294118	3	0.14
ด้านความเสี่ยง	3.558824	8	0.09
ด้านทำเลที่ตั้ง	3.750000	6**	0.10

หมายเหตุ *, ** หมายถึง มีลำดับที่เท่ากัน



10.1.2 การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ในตารางที่ 10.1 โดยใช้มาตราวัด Likert Scale โดยให้คะแนนจาก 1 (เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด) ถึง 5 (เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุด) จากนั้นคณะผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยและค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยหลักแต่ละด้าน (8 ปัจจัยหลัก) ซึ่งได้จากการหาค่าเฉลี่ยรวมของคะแนนปัจจัยย่อยในแต่ละข้อ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยตามลำดับความสำคัญ แสดงดังตารางที่ 10.4

ตารางที่ 10.4 ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย

ลำดับที่	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	AVG Score
1	ด้านแรงงาน	1.1) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก (Low Labor Cost)	4.10
		1.2) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ (Labor Availability)	4.02
		1.3) มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง (High Labor Skill)	3.99
		1.4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ (Employment Attitude)	3.94
		1.5) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน (Flexibility of Wage Determination)	3.91
		1.6) มีอัตราการเติบโตของการจ้างงานสูง (Growth in Employment)	3.53
		1.7) แรงงานมีระดับการศึกษาสูง (Higher Education)	3.30
		1.8) มีอัตราการถูกเลิกจ้างต่ำ (Growth in Unemployment)	3.29
		รวม	3.76
2	ด้านวัตถุดิบ	2.1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง (Material Quality)	4.14
		2.2) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง (Supplier Quality)	4.07
		2.3) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก (Material Cost)	3.95
		2.4) ปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ (Material Availability)	3.94
		2.5) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ เช่น ประวัติการส่งสินค้า ความตรงต่อเวลาในการนำส่ง (Supplier Reliability)	3.87
		รวม	3.99
3	ด้านระบบโลจิสติกส์	3.1) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ (Low Cost Transport)	3.85
		3.2) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ (Availability of 3PLs)	3.82
		3.3) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย (Transport Lead Time)	3.80
		3.4) มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ (Low Investment in Import / Export)	3.80
		3.5) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก (Ease of Transport Document)	3.79
		3.6) มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย (Transport Variability)	3.69
		3.7) มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง (Transport Performance)	3.67
		รวม	3.77



ตารางที่ 10.4 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย

ลำดับที่	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	AVG Score
4	โครงสร้างพื้นฐาน	4.1) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ (Connectivity)	4.00
		4.2) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา (Availability of Road Transport)	3.99
		4.3) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Road Transport)	3.98
		4.4) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ (Availability of Latest Technology)	3.98
		4.5) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ (Availability of Information Technology)	3.95
		4.6) มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ (Cost of Vehicle Transport)	3.93
		4.7) มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Accessibility of Information Technology)	3.92
		4.8) ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ (Low Information Technology Cost)	3.83
		4.9) มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูงและมีการสนับสนุนในการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Funding for Technological Development)	3.83
		4.10) มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง (Distributional Infrastructure)	3.81
		4.11) มีศักยภาพและความน่าเชื่อถือของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูง (High Quality and Reliability of Information Technology)	3.76
		4.12) มีแหล่งพลังงานที่น่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Energy Resource)	3.76
		4.13) มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา (Availability of Energy Resource)	3.74
		4.14) ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาต่ำ (Low Cost of Energy Resource)	3.72
		4.15) มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ (Availability of Water Resource)	3.72
		4.16) ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำต่ำ (Low Cost of Marine Transportation)	3.71
		4.17) ปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Water Resource)	3.70
		4.18) มีต้นทุนของน้ำประปาต่ำ (Low Cost of Water Resource)	3.60
		4.19) เส้นทางคมนาคมทางน้ำมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Marine Transport)	3.58



ตารางที่ 10.4 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย

ลำดับที่	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	AVG Score
		4.20) มีเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา (Availability of Marine Transport)	3.57
		4.21) เส้นทางการคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Air Transport)	3.56
		4.22) มีเส้นทางการคมนาคมทางอากาศที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา (Availability of Air Transport)	3.55
		4.23) ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางอากาศต่ำ (Low Cost of Air Transport)	3.41
		รวม	3.77
5	ด้านรัฐบาล	5.1) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก (Funding for Infrastructure Project)	3.82
		5.2) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง (Government Security)	3.76
		5.3) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง (High Government Potential)	3.69
		5.4) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง (Law Enforcement)	3.68
		รวม	3.74
6	ด้านเศรษฐกิจ	6.1) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (High Rate Inflation)	3.90
		6.2) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง (Exchange Rate)	3.86
		6.3) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Domestic Market Size)	3.85
		6.4) มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม (Interest Rate Spread)	3.72
		รวม	3.83
7	ด้านความเสี่ยง	7.1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ (Low Risk of Natural Disaster)	3.66
		7.2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ (Low Disease Problem)	3.62
		7.3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ (Low Pollution Problem)	3.53
		รวม	3.50
8	ด้านทำเลที่ตั้ง	8.1) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน (Positive Working Environment)	3.95
		8.2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า (Accessibility to Supplier)	3.94
		8.3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน (Positive Working Climate)	3.85
		รวม	3.91

จากตารางที่ 10.4 พบว่าปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยหลักในการตัดสินใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญดังนี้



1) ปัจจัยด้านแรงงาน

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านแรงงาน ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก ($\bar{X} = 4.10$) จำนวนแรงงานมีเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.02$) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง ($\bar{X} = 3.99$) และ แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านวัตถุดิบ ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุดิบมีคุณภาพสูง ($\bar{X} = 4.14$) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง ($\bar{X} = 4.07$) และต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ต้นทุนการขนส่งต่ำ ($\bar{X} = 3.85$) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.82$) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย ($\bar{X} = 3.80$) และการมีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง ($\bar{X} = 4.00$) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.99$) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.98$) และการ มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

5) ปัจจัยด้านรัฐบาล

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านรัฐบาล ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีโครงการและแผนงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก ($\bar{X} = 3.82$) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง ($\bar{X} = 3.76$) และรัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

6) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.90$) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง ($\bar{X} = 3.86$) และมีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

7) ปัจจัยด้านความเสี่ยง

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านความเสี่ยง ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ ($\bar{X} = 3.66$) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ



($\bar{X} = 3.62$) และมีปัญหาด้านมลพิษต่ำ ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

8) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งได้รับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน ($\bar{X} = 3.95$) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า ($\bar{X} = 3.94$) และมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

10.1.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจในการลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

1. นำค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัย (Weight from AVG) (จากตารางที่ 10.3) ไปคูณกับค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลัก (จากตารางที่ 10.4) จะทำให้ได้น้ำหนักโดยรวมดังแสดงในตารางที่ 10.5 (ค่า Weight from AVG x Weight from AVG Score)

2. จากนั้นรวมค่าน้ำหนักทั้งหมด ซึ่งได้ผลรวมเท่ากับ 3.81 แล้วจึงนำน้ำหนักรวมของปัจจัยหลักแต่ละด้านหารด้วยผลรวมของน้ำหนักทั้งหมด (เช่น ด้านแรงงาน น้ำหนักรวมเท่ากับ 0.69 หารด้วยผลรวมค่าน้ำหนักทั้งหมด 3.81 จะได้เท่ากับ 0.18) จะทำให้ได้สัดส่วนความสำคัญของแต่ละปัจจัย แล้วจึงแปลงเป็นค่าร้อยละ ซึ่งเมื่อนำมาจัดลำดับสัดส่วนความสำคัญของแต่ละปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน (ร้อยละ 18.00) 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 17.12) และ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ร้อยละ 13.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 10.5 ค่าเฉลี่ยของผลรวมและการจัดลำดับความสำคัญของคะแนนของปัจจัยหลักทั้ง 8 ปัจจัย

ปัจจัยหลัก	Weight from AVG	Weight from AVG Score	Weight from AVG x Weight from AVG Score	%	จัดลำดับความสำคัญ
ด้านแรงงาน	0.18	3.76	0.69	18.00	1
ด้านวัตถุดิบ	0.16	3.99	0.65	17.12	2
ด้านเศรษฐกิจ	0.14	3.83	0.53	13.85	3
ด้านระบบโลจิสติกส์	0.12	3.77	0.44	11.50	4
โครงสร้างพื้นฐาน	0.12	3.77	0.43	11.41	5
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.10	3.91	0.38	10.02	6
ด้านรัฐบาล	0.10	3.74	0.36	9.34	7
ด้านความเสี่ยง	0.09	3.60	0.33	8.75	8
รวม	1.00	30.38	3.81	100.0	

จากการประมวลผลข้อมูลตามกระบวนการดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดในการพิจารณาตัดสินใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ได้รับ



ความสำคัญในอันดับรองลงไปตามลำดับ (ตารางที่ 10.5) ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้นี้จะนำไปใช้ในการคำนวณค่า Score Card ในหัวข้อที่ 10.3 ต่อไป

10.1.4 การคำนวณค่าน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC)

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้คณะผู้วิจัยจะแบ่งประเภทของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ตามแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้ 1) ผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM) 2) ผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) และ 3) ผู้รับจ้างผลิตและเป็นผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM & ODM) ซึ่งในหัวข้อต่อไปนี้จะแสดงผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่สำคัญของผู้ประกอบการ แต่ละประเทศต่อไป (โดยมี รายละเอียดวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับที่ ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)

1) ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM)

จากการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM) โดยพบว่าผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) โครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 6) ปัจจัยด้านรัฐบาล 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ตามลำดับ โดยตารางที่ 10.6 แสดงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ได้จากการคำนวณ (โดยมี รายละเอียดวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับที่ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)

ตารางที่ 10.6 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.368	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.095
			มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ	0.092
			แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ	0.092
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.089
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.093
			ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.091
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.123	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง	0.062
			การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	0.060
4	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.092	มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.010
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.009
			ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำต่ำ	0.009
			เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้	0.009



ตารางที่ 10.6 (ต่อ) ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.009
			มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	0.009
			มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา	0.009
			มีเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา	0.009
			มีแหล่งพลังงานที่น่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	0.009
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.009
5	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.073	ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.019
			มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ	0.018
			มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.018
			มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง	0.018
6	ด้านรัฐบาล	0.061	มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก	0.031
			มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.030
7	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.053	มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.027
			มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.026
8	ด้านความเสี่ยง	0.046	มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ	0.023
			มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.023

2) ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)

ผลจากวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบในกลุ่มผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) โดยพบว่าผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) โครงสร้างพื้นฐาน 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 7) ปัจจัยด้านความเสี่ยง และ 8) ปัจจัยด้านรัฐบาล ตามลำดับ โดยตารางที่ 10.7 แสดงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ได้จากการคำนวณ (โดยมี รายละเอียด วิธีการคำนวณ เช่นเดียวกับที่ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)



ตารางที่ 10.7 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.367	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูกลง	0.094
			มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ	0.093
			ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน	0.091
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.089
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.093
			ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.091
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.123	มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก	0.062
			การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	0.061
4	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.093	ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.024
			มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ	0.023
			มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.023
			มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง	0.023
5	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.071	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ	0.008
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.007
			เส้นทางคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	0.007
			มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	0.007
			มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.007
			เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้	0.007
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.007
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.007
			มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ	0.007
6	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.061	มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.031
			มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.030
7	ด้านความเสี่ยง	0.052	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.027
			มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ	0.025
8	ด้านรัฐบาล	0.061	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง	0.023
			มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.023



3) ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทที่ผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการในกลุ่มผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM) ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านรัฐบาล 5) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 6) ปัจจัยด้านความเสี่ยง 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) โครงสร้างพื้นฐาน ตามลำดับ โดยตารางที่ 10.8 แสดงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ได้จากการคำนวณ (โดยมีรายละเอียดวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับที่ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)

ตารางที่ 10.8 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.369	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.095
			ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน	0.092
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.092
			แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ	0.090
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ เช่น ประวัติการส่งสินค้า	0.094
			ปริมาณวัตถุดิบมีความเพียงพอต่อความต้องการ	0.090
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.122	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง	0.061
			มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก	0.061
4	ด้านรัฐบาล	0.092	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง	0.046
			มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.046
5	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.073	มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.019
			มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง	0.018
			ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.018
			จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก	0.018
6	ด้านความเสี่ยง	0.061	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.031
			มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ	0.030
7	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.053	มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.027
			มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.026
8	โครงสร้างพื้นฐาน	0.047	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ	0.005
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.005
			มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	0.005
			มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูงและมีก ารสนับสนุนในการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.005



ตารางที่ 10.8 (ต่อ) ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.005
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.005
			มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง	0.005
			มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.004
			ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ	0.004
			เส้นทางคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้	0.004

10.2 การคำนวณค่าน้ำหนักปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยนี้ได้แบ่งประเภทของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยตามแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้ 1) ผู้รับจ้างผลิต (OEM) 2) ผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) และ 3) ผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (OEM & ODM) ซึ่งในหัวข้อต่อไปนี้จะแสดงผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่สำคัญของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม (โดยมีรายละเอียดวิธีการคำนวณเช่นเดียวกับที่ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)

10.2.1 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM) ของประเทศไทย

จากการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างผลิต (CMT/OEM) พบว่าผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) โครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 6) ปัจจัยด้านรัฐบาล 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ตามลำดับ โดยตารางที่ 10.9 แสดงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ได้จากการคำนวณ (โดยมี รายละเอียด วิธีการคำนวณเช่นเดียวกับที่ปรากฏในตารางที่ 10.2 - 10.5 ตามลำดับ)



ตารางที่ 10.9 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทรับจ้างผลิต (CMT/OEM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.367	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.097
			มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ	0.092
			แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ	0.089
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.089
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.093
			ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.091
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.123	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง	0.062
			การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	0.061
4	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.091	เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้	0.100
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.009
			มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.009
			มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง	0.009
			ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาต่ำ	0.009
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.009
			มีแหล่งพลังงานที่น่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	0.009
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่นสามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.009
			มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา	0.009
5	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.073	เส้นทางคมนาคมทางน้ำมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	0.009
			ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.019
			มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ	0.018
			มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.018
6	ด้านรัฐบาล	0.062	มีประสิทธิภาพในระบบขนส่ง	0.018
			รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง	0.031
7	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.052	มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.031
			มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.026
8	ด้านความเสี่ยง	0.046	มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.026
			มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ	0.023
			มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.023



10.2.2 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) ของประเทศไทย

ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้
1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) โครงสร้างพื้นฐาน 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 7) ปัจจัยด้านความเสี่ยง และ 8) ปัจจัยด้านรัฐบาล ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 10.10 ดังนี้

ตารางที่ 10.10 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.367	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.094
			มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ	0.093
			ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน	0.091
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.089
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.093
			ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง	0.091
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.123	มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก	0.062
			การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	0.061
4	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.093	ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.024
			มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ	0.023
			มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.023
			มีประสิทธิภาพในระบบขนส่ง	0.023
5	โครงสร้างพื้นฐาน	0.071	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กร และระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่น ๆ	0.008
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.007
			เส้นทางการคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	0.007
			มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	0.007
			มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.007
			เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	0.007
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.007
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.007
			มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ	0.007
			ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ	0.007



ตารางที่ 10.10 (ต่อ) ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
6	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.061	มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.031
			มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.030
7	ด้านความเสี่ยง	0.052	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.027
			มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ	0.025
8	ด้านรัฐบาล	0.061	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง	0.023
			มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.023

10.2.3 ผลการคำนวณปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยจากการแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM) ของประเทศไทย

ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างนี้ได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก 8 ปัจจัยดังต่อไปนี้
1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านรัฐบาล 5) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 6) ปัจจัยด้านความเสี่ยง 7) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และ 8) โครงสร้างพื้นฐาน ตามลำดับ โดยตารางที่ 10.11 แสดงน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ได้จากการคำนวณ (วิธีการคำนวณเช่นเดียวกับตารางที่ 10.2 - 10.5)

ตารางที่ 10.11 ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทผู้รับจ้างผลิตและเป็นทั้งผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMTOEM & ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	0.369	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.095
			ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน	0.092
			มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	0.092
			แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ	0.090
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ เช่น ประวัติการส่งสินค้า	0.094
			ปริมาณวัตถุดิบมีความเพียงพอต่อความต้องการ	0.090
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.122	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง	0.061
			มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก	0.061
4	ด้านรัฐบาล	0.092	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง	0.046
			มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง	0.046
5	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.074	มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	0.019
			มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง	0.018
			ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	0.018
			จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก	0.018
6	ด้านความเสี่ยง	0.061	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ	0.031
			มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ	0.030
7	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.053	มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน	0.027
			มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า	0.026



ตารางที่ 10.11 (ต่อ) ปัจจัยที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยประเภทรับจ้างผลิตและเป็นผู้รับจ้างออกแบบและผลิต (CMT/OEM & ODM)

อันดับ	ปัจจัยหลัก	น้ำหนัก	ปัจจัยย่อย	น้ำหนักรวมของแต่ละปัจจัยย่อย
8	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.047	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ	0.005
			มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	0.005
			มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	0.005
			มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูงและมีการสนับสนุนในการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.005
			มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.005
			มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ	0.005
			มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง	0.005
			มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.004
			ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ	0.004
			เส้นทางการคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้	0.004

10.3 การวิเคราะห์ Score Card

ในหัวข้อนี้จะเป็นการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลัก 8 ด้าน เพื่อนำมาประเมินเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน โดยการพิจารณาค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัยย่อย ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (ที่ได้ตามหัวข้อ 10.1)

- เรียงอันดับค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยหลักจากมากไปน้อย
- นำตำแหน่งข้อของปัจจัยย่อย หาดด้วยจำนวนปัจจัยย่อยทั้งหมดในปัจจัยหลัก เช่น ปัจจัยด้านแรงงานมีปัจจัยย่อย จำนวน 8 ข้อ ปัจจัยย่อยที่ 1 จะมีค่าเท่ากับ 1/1 (ได้เท่ากับ 1 คะแนน) ปัจจัยย่อยที่ 2 มีค่าเท่ากับ 1/2 (ได้เท่ากับ 0.5 คะแนน) จนถึงปัจจัยย่อยสุดท้าย มีค่าเท่ากับ 1/8 (ได้เท่ากับ 0.125 คะแนน) ตามลำดับ
- จากนั้นรวมคะแนนของทุกปัจจัยย่อย (ตามข้อ 2) เข้าด้วยกัน
- นำคะแนนของแต่ละปัจจัยย่อย (ตามข้อ 2) หาดด้วยคะแนนรวมของปัจจัยย่อยทั้งหมด (ตามข้อ 3) จะได้ค่าน้ำหนักของแต่ละองค์ประกอบย่อย (Column ที่ 3 : Weight from Rank)
- คำนวณคะแนนสะสมตั้งแต่ปัจจัยย่อยแรกจนถึงปัจจัยย่อยสุดท้าย (Column ที่ 4 : คะแนนสะสม)
- พิจารณาคะแนนสะสมที่ไม่เกินร้อยละ 80 จะได้จำนวนปัจจัยย่อยที่จะนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศอื่น



การคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลัก มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 10.12

ตารางที่ 10.12 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านแรงงาน

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.3679	0.3679	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก
ข้อที่ 2	0.5000	0.1840	0.5519	มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ
ข้อที่ 3	0.3333	0.1226	0.6746	มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง
ข้อที่ 4	0.2500	0.0920	0.7665	แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ
ข้อที่ 5	0.2000	0.0736	0.8401	-
ข้อที่ 6	0.1667	0.0613	0.9014	-
ข้อที่ 7	0.1429	0.0526	0.9540	-
ข้อที่ 8	0.1250	0.0460	1.000	-
รวม	2.7179	-	-	-

ตารางที่ 10.13 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านวัตถุดิบ

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.4380	0.4380	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง
ข้อที่ 2	0.5000	0.2190	0.6570	ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง
ข้อที่ 3	0.3333	0.1460	0.8030	-
ข้อที่ 4	0.2500	0.1090	0.912	-
ข้อที่ 5	0.2000	0.0880	-	-
รวม	2.2830	-	-	-

ตารางที่ 10.14 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านเศรษฐกิจ

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.480	0.480	การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
ข้อที่ 2	0.5000	0.240	0.720	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง
ข้อที่ 3	0.3333	0.160	0.880	-
ข้อที่ 4	0.2500	0.120	1.000	-
รวม	2.0833	-	-	-



ตารางที่ 10.15 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านโลจิสติกส์

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.3679	0.3679	มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ
ข้อที่ 2	0.5000	0.1840	0.5519	มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ
ข้อที่ 3	0.3333	0.1226	0.6746	ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย
ข้อที่ 4	0.2500	0.0920	0.7665	มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ
ข้อที่ 5	0.2000	0.0736	0.8401	-
ข้อที่ 6	0.1667	0.0613	0.9014	-
ข้อที่ 7	0.1429	0.0526	0.9540	-
ข้อที่ 8	0.1250	0.0460	1.000	-
รวม	2.7179	-	-	-

ตารางที่ 10.16 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านโครงสร้างพื้นฐาน

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.2678	0.2678	มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง
ข้อที่ 2	0.5000	0.1339	0.4017	มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา
ข้อที่ 3	0.3333	0.0893	0.4909	เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือ
ข้อที่ 4	0.2500	0.0669	0.5579	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย
ข้อที่ 5	0.2000	0.0536	0.6115	มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ
ข้อที่ 6	0.1667	0.0446	0.6561	มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ
ข้อที่ 7	0.1429	0.0383	0.6943	มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
ข้อที่ 8	0.1250	0.0335	0.7278	ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ
ข้อที่ 9	0.1111	0.0298	0.7576	มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูง
ข้อที่ 10	0.100	0.0268	0.7843	มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก
ข้อที่ 11	0.0909	0.0243	0.8087	-
ข้อที่ 12	0.0833	0.0223	0.8310	-
ข้อที่ 13	0.0769	0.0206	0.8516	-
ข้อที่ 14	0.0714	0.0191	0.8707	-
ข้อที่ 15	0.0667	0.0179	0.8886	-
ข้อที่ 16	0.0625	0.0167	0.9053	-



ตารางที่ 10.16 (ต่อ) ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านโครงสร้างพื้นฐาน

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 17	0.0588	0.0158	0.9211	-
ข้อที่ 18	0.0556	0.0149	0.9359	-
ข้อที่ 19	0.0526	0.0141	0.9500	-
ข้อที่ 20	0.0500	0.0134	0.9634	-
ข้อที่ 21	0.0476	0.0128	0.9762	-
ข้อที่ 22	0.0455	0.0122	0.9884	-
ข้อที่ 23	0.0435	0.0116	1.0000	-
รวม	3.7343	-	-	-

ตารางที่ 10.17 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านทำเลที่ตั้ง

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.5455	0.5455	มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน
ข้อที่ 2	0.5000	0.2727	0.8182	มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า
ข้อที่ 3	0.3333	0.1818	1.0000	-
รวม	1.8333	-	-	-

ตารางที่ 10.18 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านรัฐบาล

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.480	0.480	มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวก
ข้อที่ 2	0.5000	0.240	0.720	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูง
ข้อที่ 3	0.3333	0.160	0.880	-
ข้อที่ 4	0.2500	0.120	1.000	-
รวม	2.0833	-	-	-

ตารางที่ 10.19 ผลการคำนวณและการคัดเลือกปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักด้านความเสี่ยง

องค์ประกอบย่อย	สัดส่วนขององค์ประกอบย่อย	Weight from Rank	คะแนนสะสม	ผลสรุปองค์ประกอบย่อยที่ได้รับการคัดเลือก
ข้อที่ 1	1.0000	0.5455	0.5455	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ
ข้อที่ 2	0.5000	0.2727	0.8182	มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ
ข้อที่ 3	0.3333	0.1818	1.0000	-
รวม	1.8333	-	-	-



จากตารางที่ 10.12 – 10.19 ปัจจัยย่อยที่ได้รับการคัดเลือกว่ามีน้ำหนักความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มรวมกันแล้วมีน้ำหนักประมาณร้อยละ 80 มีดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านแรงงาน มี 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก จำนวนแรงงานมีเพียงพอต่อความต้องการ แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง และแรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ ตามลำดับ
- 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ วัตถุดิบมีคุณภาพสูง และผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง ตามลำดับ
- 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง ตามลำดับ
- 4) ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ มี 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้นทุนการขนส่งต่ำ มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย และมีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำตามลำดับ
- 5) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน มี 10 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูง มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ
- 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน และมีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า ตามลำดับ
- 7) ปัจจัยด้านรัฐบาล มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก และ รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูงตามลำดับ
- 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ และมีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ ตามลำดับ

เมื่อได้ปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนและประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแล้ว จึงนำไปคำนวณร่วมกับน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลัก เพื่อหาค่าน้ำหนักที่จะเป็นมาตรฐานซึ่งจะนำไปใช้ในการคำนวณหาระดับศักยภาพของแต่ละประเทศต่อไป ดังนี้

- 1) นำค่าเฉลี่ย (Mean) ของแต่ละปัจจัยย่อยที่ผ่านการคัดเลือกตามตารางที่ 10.12-10.19 ไปหาน้ำหนักความสำคัญ โดยนำค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย หารด้วยผลรวมของค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยที่ผ่านการคัดเลือกมาแล้วทั้งหมด เช่น ปัจจัยย่อยในเรื่องของค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก หารด้วยผลรวมของค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย 4 ข้อในปัจจัยด้านแรงงานที่ผ่านการคัดเลือกตามตารางที่ 10.12-10.19 ประกอบด้วย



1) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูกลง 2) จำนวนแรงงานมีเพียงพอต่อความต้องการ 3) แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง และ 4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำจะได้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยย่อยในเรื่องของค่าจ้างแรงงานมีราคาถูกลง เท่ากับ 0.255 เป็นต้น

2) นำปัจจัยหลักที่ได้มีการเรียงลำดับความสำคัญไว้แล้วตามตารางที่ 10.5 มาคำนวณหาสัดส่วนน้ำหนักความสำคัญ โดยให้ปัจจัยที่ได้รับความสำคัญในลำดับแรกมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 1/1 ไปจนถึงลำดับสุดท้าย มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 1/8

3) นำค่าสัดส่วนน้ำหนักความสำคัญตามข้อ 2 หารด้วยผลรวมของสัดส่วนน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลักทั้งหมด (ซึ่งในที่นี้มีผลรวมเท่ากับ 2.718) เช่น ปัจจัยหลักด้านแรงงาน จะมีค่าน้ำหนักเท่ากับ $1/2.718 = 0.368$

4) จากนั้นจึงทำการหาค่าน้ำหนักที่จะเป็นมาตรฐานซึ่งจะนำไปใช้ในการคำนวณหาระดับศักยภาพของแต่ละประเทศ โดยการนำน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยย่อย (ตามข้อ 1) คูณกับสัดส่วนน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลัก (ตามข้อ 3) เช่น ปัจจัยย่อยในเรื่องของค่าจ้างแรงงานมีราคาถูกลง เท่ากับ 0.255 คูณกับ สัดส่วนน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยด้านแรงงาน เท่ากับ 0.368 จะได้ค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐาน เท่ากับ 0.094 เป็นต้น

รายละเอียดค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย ซึ่งจะนำไปใช้ในการคำนวณหาระดับศักยภาพของแต่ละประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 10.20

ตารางที่ 10.20 สรุปผลค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	Weight (เก็บข้อมูล)	คำนวณ Weight ปัจจัยย่อย	อันดับ	น้ำหนัก		น้ำหนักมาตรฐานของปัจจัยย่อย
1	ด้านแรงงาน	1.1) ค่าจ้างมีราคาถูกลง	4.10	0.255	1	1.00	0.368	0.094
		1.2) มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ	4.02	0.250				0.092
		1.3) มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	3.99	0.249				0.091
		1.4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ	3.94	0.245				0.090
		รวม	16.05	1.000				0.368
2	ด้านวัตถุดิบ	2.1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง	4.14	0.255	2	0.500	0.184	0.093
		2.2) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง	4.07	0.250				0.091
		รวม	8.210	1.000				0.184



ตารางที่ 10.20 (ต่อ) สรุปผลค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	Weight (เก็บข้อมูล)	คำนวณ Weight ปัจจัยย่อย	อันดับ	น้ำหนัก		น้ำหนักมาตรฐานของปัจจัยย่อย
3	ด้านเศรษฐกิจ	3.1) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	3.90	0.503	3	0.333	0.123	0.062
		3.2) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง	3.86	0.497				0.062
		รวม	7.760	1.000				0.123
4	ด้านโลจิสติกส์	4.1) มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ	3.85	0.252	4	0.250	0.092	0.023
		4.2) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ	3.82	0.250				0.023
		4.3) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย	3.80	0.249				0.023
		4.4) มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ	3.80	0.249				0.023
		รวม	15.270	1.000				0.092
5	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	5.1) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ	4.00	0.102	5	0.200	0.074	0.008
		5.2) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา	3.99	0.102				0.007
		5.3) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	3.98	0.101				0.007
		5.4) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ	3.98	0.101				0.007
		5.5) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ	3.95	0.101				0.007



ตารางที่ 10.20 (ต่อ) สรุปผลค่าน้ำหนักที่เป็นมาตรฐานของแต่ละปัจจัยย่อย

ลำดับ	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	Weight (เก็บข้อมูล)	คำนวณ Weight ปัจจัยย่อย	อันดับ	น้ำหนัก		น้ำหนัก มาตรฐานของ ปัจจัยย่อย
		5.6) มีต้นทุนการในการใช้ เส้นทางคมนาคมทางถนน ต่ำ	3.93	0.100				0.007
		5.7) มีความสะดวกในการ เข้าถึงเทคโนโลยีและ ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	3.92	0.100				0.007
		5.8) ค่าใช้จ่ายของระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ	3.83	0.098				0.007
		5.9) มีมูลค่าการลงทุนและ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศสูงและมีการ สนับสนุนในการลงทุน เพื่อพัฒนาระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.83	0.098				0.007
		5.10) มีการกระจายของสิ่ง อำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ ทั่วถึง	3.81	0.97				0.007
		รวม	39.220	1.000				0.074
6	ด้าน ทำเลที่ตั้ง	6.1) มีสภาพแวดล้อมที่ เหมาะสมต่อการผลิตและ การทำงาน	3.95	0.501	6	0.167	0.061	0.031
		6.2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่ง ผลิตสินค้า	3.94	0.499				0.031
		รวม	7.890	1.00				0.061
7	ด้าน รัฐบาล	7.1) มีโครงการและแผนงาน ต่างๆ ในการอำนวยความสะดวก ในการลงทุนเป็น จำนวนมาก	3.82	0.504	7	0.143	0.053	0.031
		7.2) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูง และมีสันติภา ภายในประเทศสูง	3.76	0.496				0.031
		รวม	7.580	1.00				0.062
8	ด้าน ความ เสี่ยง	8.1) มีความเสี่ยงจากภัย ธรรมชาติ	3.66	0.503	8	0.125	0.046	0.023
		8.2) มีปัญหาด้านสุขภาพและ โรคระบาดต่ำ	3.62	0.497				0.023
		รวม	7.280	1.00				0.046
รวม						2.718	1.000	1.000



คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อนำมาประเมินระดับศักยภาพของแต่ละประเทศ ซึ่งในรายงานการวิจัยนี้ จะเรียกว่า Score Card โดยทำการประเมินศักยภาพในแต่ละปัจจัยย่อยของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม (เนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลทุติยภูมิที่มีอยู่ ดังนั้นในการศึกษารั้ครั้งนี้จะพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะ 4 ประเทศเท่านั้น ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และราชอาณาจักรกัมพูชา) โดยใช้คะแนนที่ได้จากการให้ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งในและต่างประเทศประเมิน และใช้ข้อมูลทุติยภูมิจาก Global Competitiveness Report 2012-2013 เช่นข้อมูลในตารางที่ 10.21 เป็นค่าคะแนนปัจจัยของประเทศทั้ง 4 ประเทศ ในเรื่องของ “แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง” (เป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ในปัจจัยหลักด้านแรงงาน) ซึ่งผลการประเมินศักยภาพแสดงดังด้านล่างของตารางที่ 10.21

ตารางที่ 10.21 ตัวอย่างการประเมินระดับศักยภาพด้านต่างๆ ของแต่ละประเทศ โดยวิธี Score Card

ปัจจัยหลัก	ปัจจัยย่อย	ค่าคะแนนปัจจัยของแต่ละประเทศ			
		ประเทศไทย	ประเทศอินโดนีเซีย	สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	ราชอาณาจักรกัมพูชา
ด้านแรงงาน	แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง	4.30	4.20	3.70	3.30
		Score Card			
		3	3	3	2

ที่มา: The Global Competitiveness Report (2012-2013)

ซึ่งก่อนที่จะทำประเมินระดับศักยภาพปัจจัยแต่ละด้านของแต่ละประเทศ (เช่น ตารางที่ 10.21 นั้น) จะต้องมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินใจ โดยมีรายละเอียดของเกณฑ์การวัดเป็นระดับค่าคะแนน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างของปัจจัยย่อยในเรื่อง “แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง” กำหนดเกณฑ์การประเมิน Score Card ดังต่อไปนี้

- ระดับที่ 1 ประเทศนั้น ๆ มีการศึกษาที่ต่ำมาก โดยมีคะแนน 1.00-2.20 คะแนน
- ระดับที่ 2 ประเทศนั้น ๆ มีการศึกษาที่ต่ำ โดยมีคะแนนอยู่ในช่วง 2.21-3.41 คะแนน
- ระดับที่ 3 ประเทศนั้น ๆ มีการศึกษาที่ปานกลาง โดยมีคะแนนอยู่ในช่วง 3.42-4.62 คะแนน
- ระดับที่ 4 ประเทศนั้น ๆ มีการศึกษาที่สูง โดยมีคะแนนอยู่ในช่วง 4.63-5.83 คะแนน
- ระดับที่ 5 ประเทศนั้น ๆ มีการศึกษาที่สูงมาก โดยมีคะแนนอยู่ในช่วง 5.84-7.00 คะแนน

จากการพิจารณาค่าคะแนนของแต่ละประเทศ ตัวอย่างเช่นในเรื่องของ “แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง” (ตารางที่ 10.21) พบว่า ประเทศไทยมีค่าคะแนนในประเด็นดังกล่าวนี้เท่ากับ 4.30 ซึ่งตกอยู่ในช่วงเกณฑ์ระดับที่ 3 เช่นเดียวกับประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่มีค่าคะแนนศักยภาพในเรื่องดังกล่าวนี้อยู่ในช่วงเกณฑ์อยู่ในระดับที่ 3 เช่นเดียวกัน กล่าวคือแรงงาน



โดยรวมในประเทศมีการศึกษาระดับปานกลาง ขณะที่ราชอาณาจักรกัมพูชามีศักยภาพในระดับนี้ในระดับที่ต่ำกว่าอีก 3 ประเทศโดยอยู่ในช่วงเกณฑ์อยู่ในระดับที่ 2 เป็นต้น

เมื่อได้ระดับศักยภาพในแต่ละปัจจัยย่อยของแต่ละประเทศ (ตามตารางที่ 10.21) แล้ว จากนั้นนำค่าระดับศักยภาพแต่ละปัจจัยย่อยของแต่ละประเทศ ไปคูณกับค่าน้ำหนักมาตรฐานของปัจจัยย่อย (ตามตารางที่ 10.20) จะได้ค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยในแต่ละประเทศ ตัวอย่างเช่น นำระดับศักยภาพปัจจัยย่อยในเรื่องของ “แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง” ของประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งมีศักยภาพอยู่ในระดับ 3 ไปคูณกับค่าน้ำหนักมาตรฐานของปัจจัยย่อยในเรื่องของ “แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง” ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.091 จะทำให้ได้ค่าคะแนนศักยภาพเท่ากับ 0.273 ดังแสดงในตารางที่ 10.22

ตารางที่ 10.22 ตัวอย่างการคำนวณศักยภาพแต่ละประเทศในปัจจัยด้านแรงงาน

ลำดับ ที่	ปัจจัย หลัก	ปัจจัยย่อย	Weight	ค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยของแต่ละประเทศ			
				ประเทศ ไทย	ประเทศ อินโดนีเซีย	สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม	ราชอาณาจักร กัมพูชา
1	ด้าน แรงงาน	1.1) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก	0.094	1	2	5	5
		ค่าคะแนน (Weight x ค่าคะแนนปัจจัย)		0.094	0.188	0.470	0.470
		1.2) มีจำนวนแรงงานเพียงพอ ต่อความต้องการ	0.092	3	5	5	3
		ค่าคะแนน (Weight x ค่าคะแนนปัจจัย)		0.273	0.460	0.460	0.276
		1.3) มีแรงงานที่มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	0.091	3	3	3	2
		ค่าคะแนน (Weight x ค่าคะแนนปัจจัย)		0.273	0.273	0.273	0.182
		1.4) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่อ งานที่ทำ	0.090	4	3	3	3
		ค่าคะแนน (Weight x ค่าคะแนนปัจจัย)		0.360	0.270	0.270	0.270
		ผลรวมคะแนนปัจจัยหลัก	0.367	1.003	1.191	1.473	1.198

เมื่อได้ค่าคะแนนศักยภาพทุกปัจจัยย่อยของแต่ละประเทศแล้ว นำค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยย่อยในปัจจัยหลักเดียวกันมารวมกัน จะได้เป็นค่าคะแนนศักยภาพโดยรวมของปัจจัยหลักแต่ละด้านของแต่ละประเทศ เช่น นำค่าคะแนนปัจจัยย่อยในเรื่องของค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก จำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ แรงงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง และแรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ มารวมกันจะได้คะแนนศักยภาพโดยรวมของปัจจัยหลักด้านแรงงานในแต่ละประเทศ (เช่น ประเทศไทยได้คะแนนศักยภาพโดยรวมของปัจจัยด้านแรงงาน เท่ากับ 1.003 เป็นต้น)



เมื่อนำคะแนนศักยภาพโดยรวมของทุกปัจจัยหลักในแต่ละประเทศมาเปรียบเทียบกับกัน ดังแสดงในตารางที่ 10.23 จะทำให้เห็นว่าแต่ละประเทศมีศักยภาพในแต่ละด้านแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใด

ตารางที่ 10.23 การเปรียบเทียบค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยหลักของแต่ละประเทศ

ลำดับ ที่	ปัจจัย	น้ำหนักรวม ของปัจจัยหลัก	ค่าคะแนนศักยภาพปัจจัยหลักของแต่ละประเทศ			
			ประเทศ ไทย	ประเทศ อินโดนีเซีย	สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	ราชอาณาจักร กัมพูชา
1	ด้านแรงงาน	0.367	1.003	1.191	1.473	1.198
2	ด้านวัตถุดิบ	0.184	0.736	0.645	0.552	0.459
3	ด้านเศรษฐกิจ	0.123	0.615	0.553	0.491	0.493
4	ด้านระบบโลจิสติกส์	0.092	0.345	0.345	0.345	0.299
5	โครงสร้างพื้นฐาน	0.071	0.262	0.213	0.184	0.191
6	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.062	0.279	0.248	0.279	0.186
7	ด้านรัฐบาล	0.052	0.130	0.156	0.156	0.078
8	ด้านความเสี่ยง	0.046	0.093	0.092	0.184	0.115
ผลรวมคะแนน		1.00	3.463	3.443	3.664	3.019

จากตารางที่ 10.23 ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบศักยภาพโดยรวมของปัจจัยหลักแต่ละด้าน พบว่า สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพโดยรวมของปัจจัยด้านแรงงานมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ราชอาณาจักรกัมพูชา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศไทย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านวัตถุดิบ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในด้านนี้สูงกว่าประเทศอื่น รองลงมา ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ขณะที่ ราชอาณาจักรกัมพูชามีศักยภาพด้านนี้ต่ำที่สุด สำหรับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพทางเศรษฐกิจโดดเด่นที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 3 ประเทศ ขณะที่ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ของ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามอยู่ในระดับที่เท่าเทียมกัน มีเพียง ราชอาณาจักรกัมพูชาเท่านั้นที่มีศักยภาพด้านระบบโลจิสติกส์ต่ำกว่าประเทศอื่น เมื่อพิจารณาถึงปัจจัย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในเรื่องนี้สูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ประเทศไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพทัดเทียมกัน ขณะที่ ราชอาณาจักรกัมพูชามีศักยภาพในเรื่องนี้ต่ำกว่าประเทศอื่น สำหรับปัจจัยด้านรัฐบาล ประเทศอินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพในด้านนี้สูงกว่าประเทศไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา ขณะที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพของปัจจัยด้านความเสี่ยงดีกว่าประเทศอื่น กล่าวคือ มีความเสี่ยงทางด้านภัยธรรมชาติและโรคระบาดต่ำกว่า

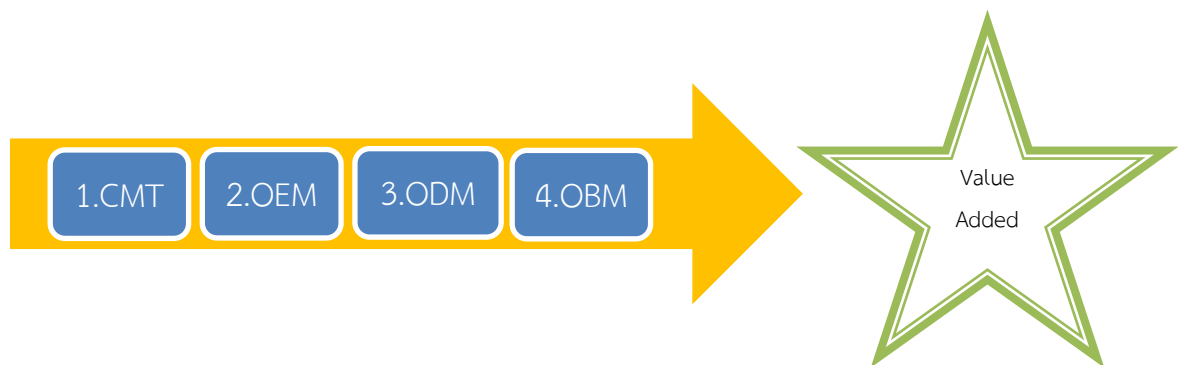


บทที่ 11

แนวทางในการปรับรูปแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และ ข้อเสนอแนะ

11.1 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ในภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นสามารถจำแนกลักษณะธุรกิจได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) โรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง/ขนาดย่อม (SMEs) หรือเป็นลักษณะธุรกิจการรับจ้างผลิตแบบ CMT 2) โรงงานที่มีการ รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าหรือที่เรียกว่า Original Equipment Manufacturer (OEM) 3) โรงงานที่มีการออกแบบเองหรือที่เรียกว่า Original Design Manufacturer (ODM) และ 4) โรงงานที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองหรือที่เรียกว่า Original Brand Manufacturer (OBM) สำหรับผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) โดยได้รับคำสั่งซื้อของลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปยุโรปและอเมริกา ผู้ประกอบการส่วนหนึ่ง เมื่อสามารถพัฒนาด้านกำลังการผลิตได้สูงมากขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบ (ODM) ควบคู่ไปกับการรับจ้างผลิต และผู้ประกอบการส่วนหนึ่งก็ได้มีการพัฒนาไปถึงการออกแบบเอง และเป็นเจ้าของตราสินค้าของตนเองได้ (OBM) และพัฒนาต่อไปเป็น International Brand ซึ่งยังมีไม่มากนักในประเทศไทย เมื่อพิจารณาในแง่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจจะพบว่า OBM จะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ ODM OEM และ CMT ตามลำดับ ซึ่งสามารถแสดงดังภาพที่ 11.1

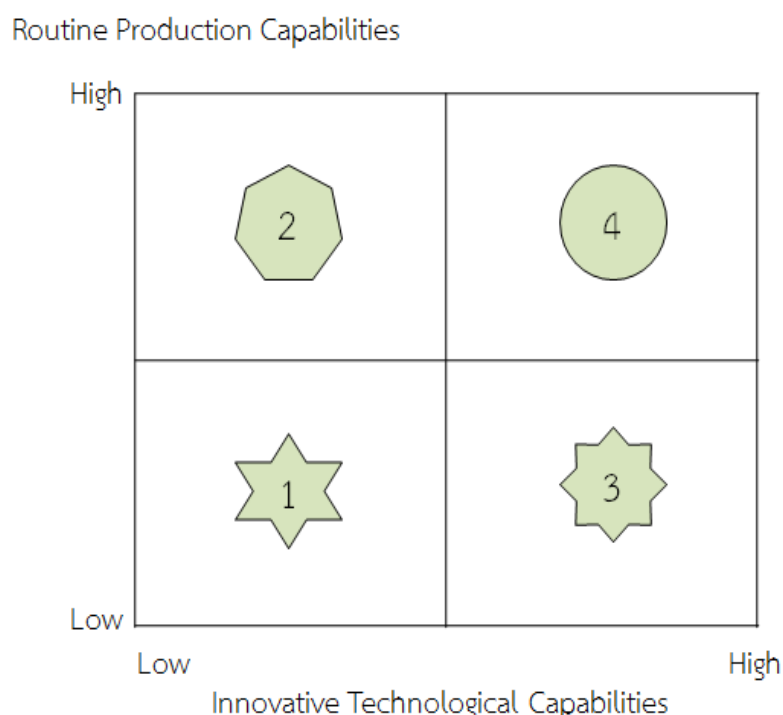


ภาพที่ 11.1 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในด้านขนาดโรงงาน ความสามารถในการด้านการออกแบบและเพิ่มคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งโรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยนั้นมีตั้งแต่โรงงานพื้นฐานที่มีขนาดเล็ก (Small Plant) ที่ไม่มีความสามารถในการออกแบบและไม่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น อาจเป็นโรงงานห้องแถวที่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีพนักงานจำนวนไม่เกิน 10 คนและพนักงานเหล่านี้อาจเป็นเครือญาติหรือเพื่อนบ้านกันในกลุ่มชุมชน จนถึงโรงงานขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบรวมทั้งมีการออกแบบให้กับลูกค้าด้วย ดังนั้นในการศึกษานี้จะพิจารณาแบ่งกลุ่มความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจาก



2 ปัจจัยคือ 1) Routine Production Capabilities เป็นศักยภาพการผลิตเพื่อการตอบสนองลูกค้าในประเด็นของปริมาณการผลิตให้ได้ตามความต้องการและทันเวลาที่กำหนด และ 2) Innovative Technological Capabilities เป็นศักยภาพในการเพิ่มคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่ง Innovative Technological Capabilities นั้นโดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งได้เป็น 2 มิติ คือ เทคโนโลยีด้านการออกแบบและเทคโนโลยีด้านการผลิต แต่สำหรับในงานวิจัยนี้จะเน้นเฉพาะเทคโนโลยีด้านความสามารถในการออกแบบ ซึ่งจากปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวสามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เป็น 4 กลุ่ม ดังแสดงในภาพที่ 11.2



ภาพที่ 11.2 การจัดกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

กลุ่มที่ 1 จะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะพื้นฐานทั้งในด้าน Routine Production Capabilities และ Innovative Technological Capabilities เช่น โรงงานที่มีขนาดกลางและขนาดเล็กมีการผลิตที่เน้นการผลิตด้านแรงงานเป็นหลักไม่มีเทคโนโลยีในการช่วยการผลิตและการออกแบบ โรงงานในกลุ่มนี้จะรับจ้างทำการตัดผ้า (Cut) การเย็บ (Make) และการรีดผ้าแล้วบรรจุหีบห่อ (Trim) ซึ่งเรียกลักษณะธุรกิจนี้ว่า CMT โดยทั่วไปการผลิตเครื่องนุ่งห่มมีขั้นตอนหลัก ๆ คือ 1) การออกแบบ 2) การซื้อผ้า อุปกรณ์ตกแต่ง (Accessories) และบรรจุภัณฑ์ 3) การตัดผ้าตามแบบ (Pattern) 4) การเย็บหรือการผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป 5) การ Trim เพื่อเก็บเศษด้ายจากการตัดเย็บและตรวจสอบภาพ อาจรวมถึงการรีดและการบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่กำหนด และ 6) การจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า ซึ่งโรงงานประเภท CMT จะดำเนินการเฉพาะขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่ 5 ส่วนขั้นตอนที่ 1 และ 2 นั้น Supplier หรือเจ้าของตรา

สินค้ามักควบคุมดูแลในส่วนนี้ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญ เนื่องจากเหตุผล 2 ประการคือ 1) การจัดทำแบบและตัวอย่างเป็นหัวใจสำคัญในการพิจารณาของลูกค้าที่จะทำให้ Supplier หรือเจ้าของตราสินค้าได้รับคำสั่งซื้อ รวมทั้งพื้นที่และจำนวนพนักงานในการจัดทำแบบและตัวอย่างก็มีจำนวนไม่มาก ทำให้ Supplier หรือเจ้าของตราสินค้าสามารถดำเนินการได้ในบริษัทของตน และ 2) การจัดซื้อวัตถุดิบ ซึ่งรวมถึงผ้า อุปกรณ์ และบรรจุภัณฑ์ สามารถคำนวณได้จากแบบ (Pattern) โดยตรงและต้นทุนวัตถุดิบถือเป็นต้นทุนที่สำคัญ อีกทั้ง Supplier หรือเจ้าของตราสินค้ายังสามารถควบคุมคุณภาพของผ้าให้ได้ตามที่กำหนด จะเห็นได้ว่าโรงงาน CMT นั้นจะมีรายได้จากพนักงานผลิตสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ดังนั้นโรงงานแบบ CMT จึงมักจะมีมากในประเทศที่มีค่าแรงงานต่ำ เช่น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ราชอาณาจักรกัมพูชา และ สปป.ลาว เป็นต้น หรือในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็จะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนขนาดเล็กที่รับจ้างผลิต (Subcontract) ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มที่มี Routine Production Capabilities ที่สูง แต่มี Innovative Technological Capabilities ที่ไม่สูงนัก เนื่องจากโรงงานมีความสามารถในการผลิตสินค้าได้ปริมาณมาก ๆ จึงมักเป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าในต่างประเทศได้ ซึ่งลูกค้าเหล่านี้มีทั้งลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศซึ่งเป็นเจ้าของตราสินค้า (Branded Owners) และผู้ซื้อระหว่างประเทศ (Oversea Buyers) โรงงานในกลุ่มที่ 2 นี้มักมีลักษณะการผลิตแบบ Original Equipment Manufacturing (OEM) ที่มีการจัดหาวัตถุดิบเอง และทำการผลิตตามแบบ (Pattern) ของลูกค้า โดยส่วนใหญ่แล้วโรงงานในประเทศไทยอยู่ในกลุ่มนี้จำนวนมากและทำการผลิตสินค้าให้กับตราสินค้าที่มีชื่อเสียง เช่น NIKE เป็นต้น โดยในอดีตที่ผ่านมาเจ้าของตราสินค้าและผู้ซื้อระหว่างประเทศมีการสั่งซื้อและผลิตสินค้าจากประเทศไทยเป็นจำนวนมากเนื่องจากค่าแรงที่ถูกและคุณภาพของสินค้าจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับ โรงงานผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มขนาดใหญ่หลายแห่งของประเทศไทยที่เป็น OEM นั้น มีความสามารถในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ซึ่งโรงงานเหล่านี้มีจุดเด่นในเรื่อง การปฏิบัติเยี่ยมยอด (Operational Excellence) เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าคุณภาพดีในปริมาณมาก ดังนั้นโรงงานในกลุ่ม 2 จึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและได้รับการไว้วางใจจากลูกค้าที่เป็น ในระดับสากล (International Level)

อย่างไรก็ตามปัจจุบันประเทศไทยเกิดปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานและค่าแรงงานของประเทศไทยค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในอาเซียน เช่น สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สปป.ลาว ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เป็นต้น จึงส่งผลให้โรงงานขนาดใหญ่ในกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก และหากโรงงานในกลุ่มที่ 2 นี้ไม่สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ อาจทำให้โรงงานต้องลดขนาดลงหรือมี Routine Production Capabilities ที่ลดลง เนื่องจากการขาดแคลนแรงงาน ทำให้ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้ โรงงานในกลุ่มนี้อาจกลายเป็นโรงงานในกลุ่มที่ 1 หรือปิดกิจการไปในที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้



โดยแนวทางในการปรับตัวสำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มนี้เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและแก้ปัญหาจากการขาดแคลนแรงงานและต้นทุนที่สูงขึ้นจากมาตรการอัตราค่าแรง 300 บาทต่อวันของภาครัฐนั้น มีดังนี้

1. หากผู้เป็นผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่และมีการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปแล้วอาจ ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่แรงงานถูก กว่าและได้รับสิทธิประโยชน์ GSP จากประเทศในกลุ่ม CLMV เช่น สปป.ลาว และประเทศกัมพูชา เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตลดลงและสามารถ ลดภาษีการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปได้ อย่างไรก็ตามการย้ายฐานการผลิตนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความช่วยเหลือแนะนำในด้านข้อมูลจากภาครัฐเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าไปลงทุนในแต่ละประเทศ ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมก่อนการตัดสินใจ อนึ่งการลงทุนในต่างประเทศอาจจะไม่ใช่แนวทางในการแก้ปัญหาระยะยาวในอีก 5-10 ปีข้างหน้าเนื่องจากค่าแรงในประเทศต่าง ๆ ก็ปรับตัวสูงขึ้นและเทียบเท่าหรือเกือบเท่าประเทศไทยในที่สุด รวมถึงแนวโน้มที่แรงงานต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศในภาคอุตสาหกรรมนี้อาจจะเคลื่อนย้ายไปสู่อุตสาหกรรมอื่นที่มีความสะดวกสบายในการปฏิบัติงานมากกว่าและมีเทคโนโลยีสูงกว่าในอนาคต

2. ปรับเปลี่ยน บทบาทของ ตนเอง โดยสร้างกระบวนการเพิ่มคุณค่า ให้กับสินค้า โดยการเสริมสร้างศักยภาพทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อก้าวขึ้นเป็น ODM หรือผู้ประกอบการในกลุ่มที่ 3

3. สำหรับโรงงานขนาดกลางหรือขนาดเล็กที่ไม่มีเงินลงทุนมากนักไม่สามารถที่จะย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศหรือภูมิภาคอื่นที่มีแรงงานเพียงพอได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวภายในองค์กรเพื่อพัฒนาความสามารถในการผลิต (Productivity Improvement) โดยนำหลักการบริหารจัดการสมัยใหม่ต่าง ๆ เข้ามาช่วย เช่น การผลิตแบบลีน การบำรุงรักษาทั่วโดยทุกคนมีส่วนร่วม (TPM) เป็นต้น รวมทั้งการนำแนวทางการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุนลง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่มี Routine Production Capabilities ไม่สูงมากนัก แต่มี Innovative Technological Capabilities ในแง่ของการออกแบบที่ดีในระดับหนึ่ง ซึ่งโรงงานในกลุ่มนี้จะเป็นโรงงานประเภท Original Design Manufacturing (ODM) มีการนำเสนอแบบให้กับลูกค้า ลูกค้าในกลุ่มนี้อาจเป็นเจ้าของตราสินค้า (Branded Owners) ซึ่งอาจจะมีปริมาณการผลิตไม่มากนัก โดยอาจจะมีการรับจ้างผลิตแบบ OEM ควบคู่ไปด้วย โรงงานที่เป็น ODM จะมีการพัฒนาในเรื่องการออกแบบสินค้าของตนให้ตอบสนองความต้องการของตลาดหรือมีการออกแบบให้ตามความต้องการของลูกค้า กิจกรรมหรือขั้นตอนการออกแบบนี้ถือเป็นขั้นตอนการเพิ่มมูลค่า (Value Creation Process) ที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างที่โรงงานตน ให้บริการเพิ่มเติมมากกว่าการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อเท่านั้น รวมทั้งสามารถแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงการพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง

โรงงานผลิตเสื้อผ้าที่เป็น OEM และ ODM มีความแตกต่างของลักษณะธุรกิจ ด้วยปัจจัย 2 ประการ คือ กระบวนการเพิ่มมูลค่า (Value Added Process) และความสามารถในการผลิต (Supply



Ability) กระบวนการเพิ่มมูลค่าเป็นกิจกรรมที่โรงงานเสนอให้กับลูกค้าเพื่อทำให้เกิดคุณภาพในตัวสินค้าหรือคุณภาพในการบริการที่เพิ่มขึ้น เช่น การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในส่วนของออกแบบเสื้อผ้าหรือรูปแบบการตัดเย็บ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการปรับแต่ง (Customization) ที่สามารถสร้างระบบการผลิตที่มีความยืดหยุ่นโดยสามารถทำการผลิตตามคำสั่งซื้อที่ละเอียดและซับซ้อนขึ้นของลูกค้าได้ เป็นต้น

กลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มที่มีทั้ง Routine Production Capabilities และ Innovative Technological Capabilities สูง โรงงานในกลุ่มนี้เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่มีปริมาณการผลิตจำนวนมากและมีความสามารถในการออกแบบด้วยเทคโนโลยี ซึ่งในภาวะปัจจุบันที่แรงงานขาดแคลน โดยโรงงานในกลุ่มนี้จะสามารถนำเอาเทคโนโลยีในการผลิตมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จากความสามารถในการผลิตและความสามารถในการออกแบบโรงงานลักษณะนี้อาจเป็นโรงงาน ODM ที่มีศักยภาพที่จะรองรับการผลิตในปริมาณมาก หรือพัฒนาตนเองไปเป็นเจ้าของตราสินค้า โดยตราสินค้านั้นอาจมีทั้งที่เป็น Local Brand และ International Brand ที่มีร้านค้าปลีก (Retail Stores) กระจายอยู่ในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าในโซ่อุปทานได้มากที่สุด อย่างไรก็ตามการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้านั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการลงทุนที่สูงมากในการพัฒนาองค์กรและเพื่อใช้ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า

จะเห็นได้ว่า โรงงานในกลุ่มที่ 3 และ 4 เป็นกลุ่มโรงงานที่มีการเพิ่มคุณค่า (Value Added) เข้าไปในกระบวนการผลิตอย่างชัดเจน โรงงานในกลุ่มที่ 3 มักเป็นโรงงานที่เน้นเรื่องของการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจะมีนักออกแบบและเทคโนโลยีช่วยในการออกแบบภายในหน่วยงานของตน แต่ปริมาณการผลิตอาจจะไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานขนาดกลางถึงขนาดเล็กที่อาจจะเน้นสร้างความสะดวกและความพิเศษในรูปแบบที่แตกต่างได้อย่างเป็นที่ยอมรับแต่ก็ยังมีจำกัด ด้านปริมาณการผลิตสำหรับโรงงานในกลุ่มที่ 4 เป็นโรงงาน ODM ที่มีทั้งกระบวนการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและความสามารถในการผลิตปริมาณมากและมีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง

สำหรับแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการจาก ODM ไปสู่ OBM หรือการสร้างแบรนด์เป็นของตนเองให้ประสบผลสำเร็จ นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เนื่องจากเป็นการลงทุนสูง แนวทางเบื้องต้นในการพัฒนาสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง มีดังนี้

1. ศึกษาวิจัยผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด โดยการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองและนำมาเป็นลักษณะเด่นของสินค้าของตน เช่น ยี่ห้อ Benetton ผลิตเสื้อสเวตเตอร์ที่มีสีสวยสดใสที่ไม่มียี่ห้อได้นำเสนอจึงประสบผลสำเร็จอย่างรวดเร็ว
2. กำหนดลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านราคาของสินค้าด้วย เช่น ยี่ห้อเกรย์ฮาร์ดจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่ นิยมสินค้าแฟชั่นลูกค้ามีอายุตั้งแต่ 25 - 35 ปี สินค้าราคาเฉลี่ยประมาณ 2,500 บาท ส่วนยี่ห้อเพลย์ฮาร์ดซึ่งเป็นสินค้าที่ขยายแบรนด์มาจากเกรย์ฮาร์ดจะเน้นกลุ่มลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่มีอายุและกำลังซื้อต่ำกว่า ได้แก่ ลูกค้าในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 22-28 ปี ราคาสินค้าเฉลี่ยประมาณ 2,000 บาท จะเห็นได้ว่าเกรย์ฮาร์ดและเพลย์ฮาร์ด มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนและไม่ทับซ้อนกัน ทำให้สามารถกำหนดแนวทางการผลิตสินค้าและการพัฒนาแบรนด์ได้ง่ายและตรงจุดมากขึ้น
3. กำหนดกลยุทธ์ด้านการผลิตสินค้า โดยรวมไปถึงการเพิ่มชนิดของสินค้าและการเพิ่ม Line ธุรกิจใหม่ ๆ เข้าไปในแบรนด์เดิมที่มีฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้วโดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบในทุกๆ ด้าน เช่น แบรนด์ จิม ทอมป์สัน ได้พัฒนาผ้าไหมผสมโพลีเอสเตอร์เพื่อทำให้ผ้าคงทนเพิ่มขึ้น



และพัฒนาใหม่ผสมออร์แกนิกจะให้เนื้อผ้าบาง รวมไปถึงผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ส่วนแบรนด์เกรย์ฮาวด์เพิ่มธุรกิจร้านอาหาร Greyhound Café ซึ่งมีอยู่ 4 สาขาทั่วโลก และยัสपाल (JASPAL) สร้างร้านอาหารซีพีเอสคาเฟ่ (CPS Cafe) เพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าในหลายด้านมากยิ่งขึ้น

4. กำหนดกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายและระบบโลจิสติกส์ เช่น การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาจัดการบริหารการจัดจำหน่ายจะเป็นหัวใจของระบบ Just in Time และ Quick response เป็นมาตรฐานของอุตสาหกรรม บริหารสินค้าคงคลัง จัดส่งให้ทันเวลา โดยถือหลักว่าลดต้นทุนรวมทั้งหมด ไม่ใช่ลดต้นทุนเฉพาะส่วน การวางระบบจัดจำหน่ายที่เป็น Quick Response สามารถตอบสนองต่อความนิยมของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว แปรผันต่างๆที่ประสบความสำเร็จ อาทิเช่น PENA HOUSE และ FLYNOW ได้ใช้การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางแบรนด์สโตร์ของตนเองซึ่งทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น และการที่ไม่ต้องผ่านกระบวนการขั้นตอนทางการตลาด ทำให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาถูกลง เป็นต้น

5. กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์ที่ต้องใช้งบประมาณมากที่สุดและจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและอยู่ในใจผู้บริโภค จะต้องมีการสื่อสารกับผู้บริโภคตลอดเวลา ด้วยวิธีต่างๆตามความต้องการเหมาะสมกับบุคลิกของแบรนด์นั้น ๆ

การที่ผู้ประกอบการจะพัฒนา OEM ไปสู่ ODM และ OBM และเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก อย่างยั่งยืนนั้นจะต้องมีกลยุทธ์ที่สำคัญ 4 ประการคือ การสร้างประสิทธิภาพ การเสริมศักยภาพ การเพิ่มช่องทางการตลาด และการเชื่อมประสานโครงการต่าง ๆ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับภาครัฐ เอกชน และนานาชาติ (<http://www.ryt9.com/s/prg/18437>) นอกจากนั้นควรต้องตระหนักเรื่องการผลิตงานออกแบบสินค้าที่คำนึงถึงต้นทุน และการสร้างฟังก์ชันใหม่ๆ ให้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องแตกต่างจากอดีตที่เน้นให้สามารถแข่งขันได้ทุกระดับราคาตาม Brand Image เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคาจากแบรนด์ต่างประเทศที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพ และมีราคาถูก สามารถหาซื้อได้ง่ายเข้ามาแข่งขันกับประเทศไทยมากขึ้น ได้แก่ แบรนด์ H&M และ Uniqlo ซึ่งใช้ผ้ามีฟังก์ชันและมีราคาถูก

แนวทางในการปรับตัวแนวทางหนึ่งเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นและจากการขาดแคลนแรงงาน ผู้ประกอบการควร ปรับบทบาทจากการเป็นผู้ผลิตไปสู่ผู้ให้บริการ (Service Provider) โดยทำหน้าที่เป็นคนกลางประสานงานเมื่อมีคำสั่งซื้อไปว่าจ้างผู้ผลิตในประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานที่ถูก และทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังลูกค้าหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มแทน

ซึ่งคณะผู้วิจัยจะได้นำเสนอกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละลักษณะธุรกิจโดยละเอียดในหัวข้อถัดไป

11.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น จากการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Scenario)

ในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ของประเทศไทยที่ต้องการปรับตัวให้สามารถ แข่งขันได้ หลังจาก รวมเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 นั้น ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถ เพียงแต่ตั้งรับเท่านั้น (AEC) เพราะถ้าไม่รุกสู่ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน แล้ว ในที่สุดก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ที่ประเทศเพื่อนบ้านจะเข้ามารุกตลาดประเทศไทย ดังนั้นการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ดังกล่าวนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้



ดำเนินการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น (Scenarios) เมื่อมีการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งได้จัดการ ประชุมกลุ่ม (Focus Group) ขึ้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2556 ณ โรงแรมเซ็นจูรีพาร์ก ร่วมกับตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มคลัสเตอร์สิ่งทอเพชรเกษมและผู้เข้าร่วม ประชุมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อรวบรวมความคิดเห็นถึง ศักยภาพของประเทศไทยในการปรับรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อเตรียมความพร้อม (ทั้งเชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข) โดยที่ประชุมกลุ่มได้พิจารณาถึงแนวทางในการเตรียมความพร้อมให้กับภาคอุตสาหกรรมที่เป็นไปได้ใน 5 รูปแบบดังแสดงในภาพที่ 11.3 รวมทั้งได้จัดลำดับความสำคัญของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น (Scenarios) ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 11.3 Scenario ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

- Scenario 1 : ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค
 Scenario 2 : การเกิดความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ
 Scenario 3 : การย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในประเทศ CLMV มากขึ้น
 Scenario 4 : การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ
 Scenario 5 : ประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น หรือ Scenario นั้นจะประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และ 2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ในครั้งนี้คณะผู้วิจัยจะคัดเลือกมาจากปัจจัยย่อยในปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้พิจารณาเห็นว่ามีสำคัญต่อการตัดสินใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม (ซึ่งได้แสดงรายละเอียดในการคำนวณไว้ในบทที่ 10 แล้วนั้น) ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แต่เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือความคาดการณ์และการควบคุมของภาคอุตสาหกรรม ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้จึง



ได้นำปัจจัยด้านโลจิสติกส์ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมาแทนปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลจากการคัดเลือกปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักที่นำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์สถานการณ์ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จึงมีทั้งสิ้น 5 ตัวแปร ดังนี้

1. ทักษะแรงงาน
2. คุณภาพผู้จัดหาวัตถุดิบ
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง
4. ปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) มีเพียงพอและมีประสิทธิภาพ
5. ต้นทุนในการขนส่ง

สำหรับตัวแปรตามนั้นในงานวิจัยนี้ได้กำหนดตัวชี้วัด (KPI) ที่จะเกิดขึ้นกับประเทศไทยหากมีการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้มีประสิทธิภาพตัวชี้วัดทั้ง 5 ตัวสามารถจำแนกได้เป็น **ตัวชี้วัดด้านคุณภาพ** ได้แก่ คุณภาพสินค้าที่สูงขึ้น การเชื่อมโยงของโซ่อุปทานที่เพิ่มมากขึ้น (Supply Chain Link) **ตัวชี้วัดด้านเวลา** ได้แก่ เวลาคืนที่ลดลง **ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ** ได้แก่ การจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น และ **ตัวชี้วัดด้านต้นทุน** ได้แก่ ต้นทุนการผลิตที่ลดลง โดยตารางที่ 11.1 แสดงรายละเอียดของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์ ดังนี้

ตารางที่ 11.1 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์

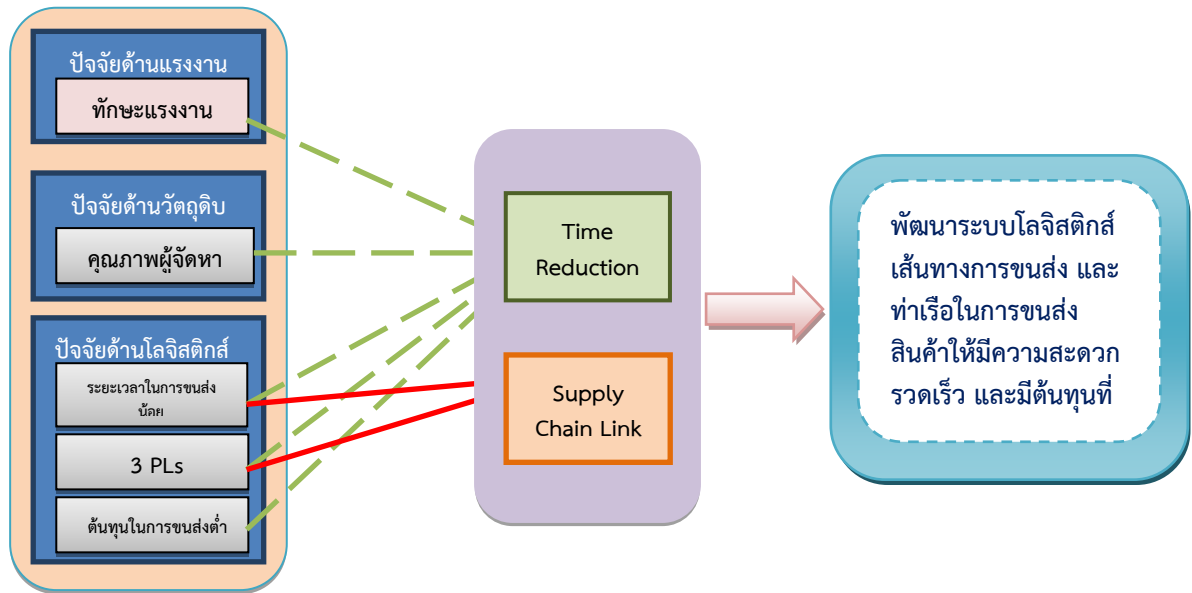
ปัจจัย	ตัวชี้วัด
1 ทักษะแรงงาน	1. คุณภาพสินค้าที่สูงขึ้น
2 คุณภาพผู้จัดหาวัตถุดิบ	2. การเชื่อมโยงของโซ่อุปทานที่เพิ่มมากขึ้น (Supply Chain Link)
3 ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง	3. เวลาคืนที่ลดลง
4 ปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) มีเพียงพอและมีประสิทธิภาพ	4. การจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น
5 ต้นทุนในการขนส่ง	5. ต้นทุนการผลิตที่ลดลง

11.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario)

Scenario 1: แนวโน้มประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค

จากการที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้วางนโยบายที่จะให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแฟชั่นของโลกจึงทำให้มีความเป็นไปได้ที่จะ พัฒนากรุงเทพมหานคร ให้เป็นตลาดหลัก ของภูมิภาค ด้วย โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการ ประชาสัมพันธ์เสื้อผ้าไทยผ่าน ทางสื่อทีวีโดยเฉพาะ ละครไทยไปยังประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งปัจจุบันประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV มีการติดตามชมละครไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ



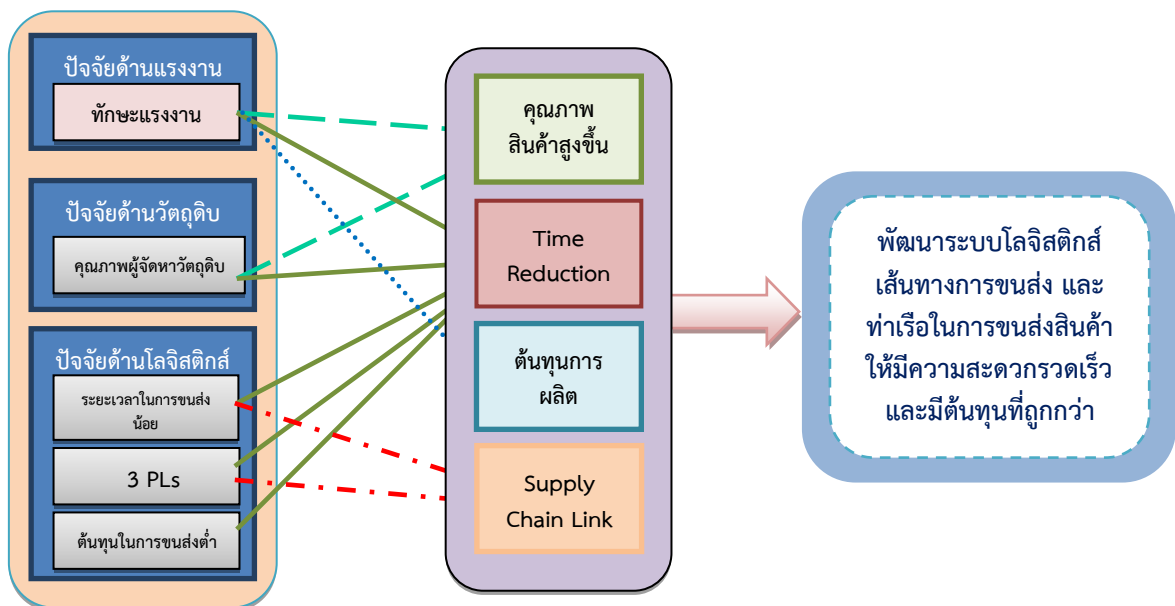


ภาพที่ 11.4 แนวโน้มให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยง

Scenario 2: แนวโน้มการเกิดความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ

ในการรวมกลุ่มคลัสเตอร์นั้นผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกันในหลายระดับดังนี้

1. การรวมกลุ่มกันซื้อ
2. การรวมกลุ่มกันผลิตและร่วมวิจัย โดยผู้ประกอบการรายเล็กร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเพิ่มนวัตกรรม
3. การรวมกลุ่มกันข้ามคลัสเตอร์ (ร่วมกันขาย) ภายใต้สินค้าเดียวกัน เช่น Andrew Brown ออกแบบแฟชั่นหลากหลาย (Mass Customization) ผู้ร่วมบริการพัฒนาขายผ่านระบบ E-Commerce

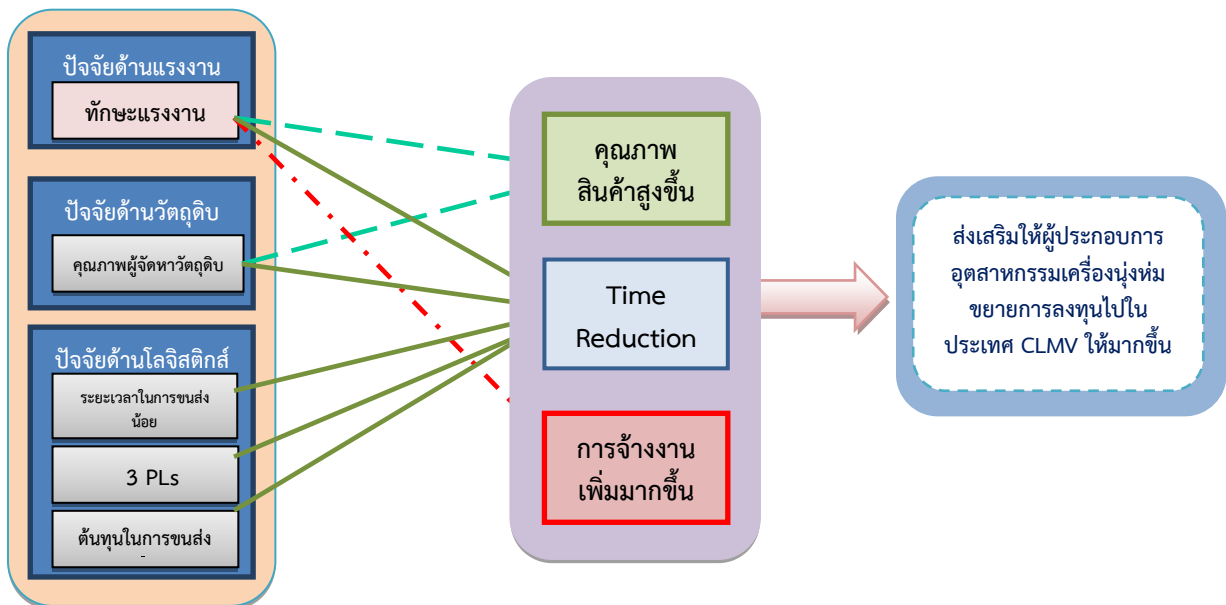


ภาพที่ 11.5 แนวโน้มความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ



Scenario 3: แนวโน้มการย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในประเทศ CLMV มากขึ้น

หากผู้ประกอบการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่แรงงานถูกและได้รับสิทธิประโยชน์ GSP จากประเทศในกลุ่ม CLMV เช่น สปป.ลาว และประเทศกัมพูชา เป็นต้น จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถ ลดภาษีการส่งออกไปยังประเทศสหภาพยุโรป ได้ 12-13% โดยสาเหตุหลักเนื่องมาจากปัญหาหลักคือการขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนั้นค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพราะต้นทุนด้านแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต หากมีการเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าส่งผลให้ต้นทุนด้านแรงงานลดลงและจะทำให้ต้นทุนในโซ่อุปทานลดลง แม้ว่าประสิทธิภาพของแรงงานจะด้อยกว่าสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยก็ตามเพราะจะต้องมีการแก้ไขงานและทำซ้ำมากขึ้น แต่สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการลดหย่อนภาษีที่เกิดขึ้นเมื่อ Trade-off กันจะก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวสำหรับผู้ประกอบการไทยได้

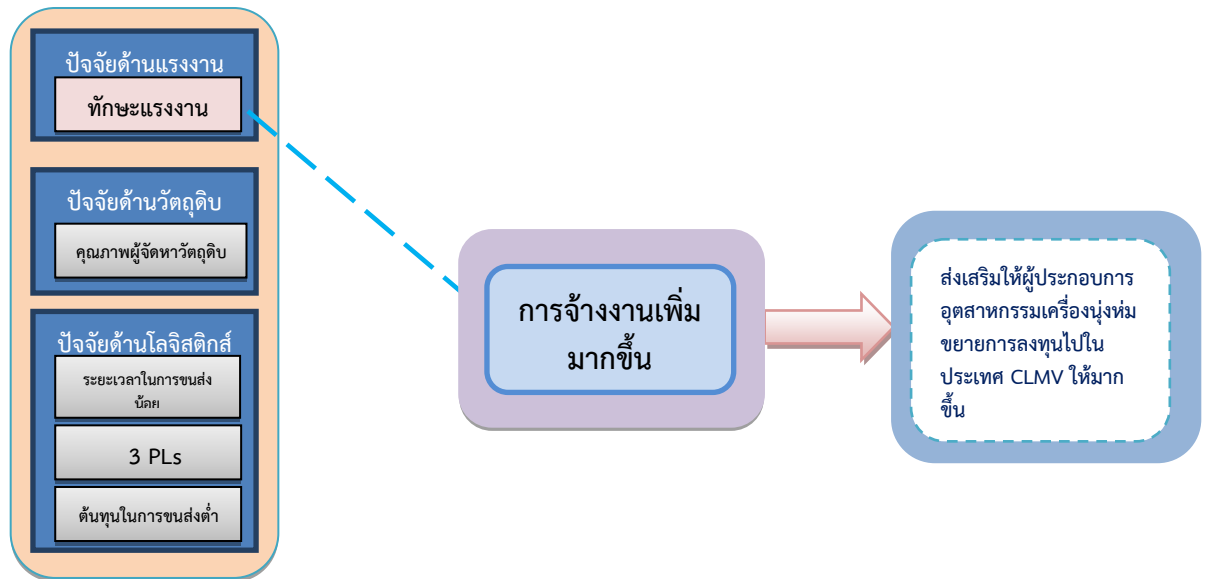


ภาพที่ 11.6 แนวโน้มการย้ายฐานการผลิต

Scenario 4: แนวโน้มการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ

ในปัจจุบันการคัดเลือกพนักงานประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานที่ทำอยู่ในโรงงาน ส่วนใหญ่โรงงานจะรับพนักงานที่เย็บเป็นอยู่แล้วเป็นหลัก แต่จะทำการทดสอบเบื้องต้นก่อนให้ลง กระบวนการผลิตจริง อาจมีการฝึกอบรมบ้างสำหรับพนักงานบางคน พนักงานที่มีการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพเข้ามาในประเทศไทยควรผ่านสำนักงานจัดหาแรงงาน เพื่อกรองพนักงานที่มีมาตรฐาน โดยให้กระทรวงแรงงานและกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นเจ้าภาพในการจัดตั้งหลักสูตร ระยะสั้นที่บริเวณชายแดน เพื่อออกไปประกาศนียบัตรสำหรับแรงงานต่างชาติ ส่วนแรงงานในประเทศอาจกำหนดให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตรเพื่อออกไปประกาศนียบัตรให้แรงงานไทยต่อไป การเริ่มต้นอาจเริ่มโดยร่วมมือกัน

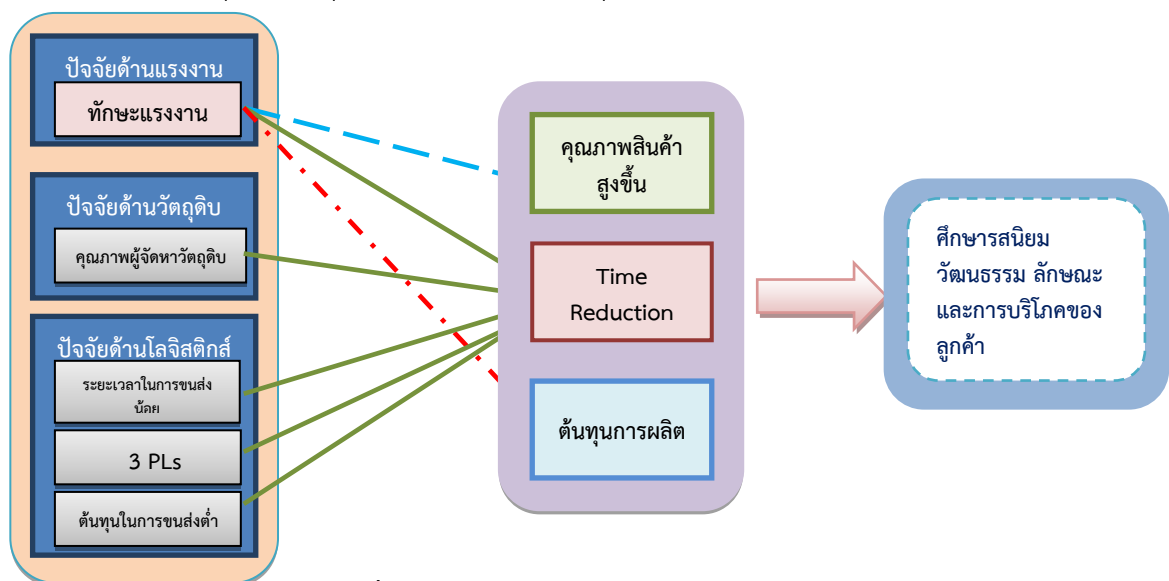
ระหว่างสองประเทศก่อน เช่น สาธารณรัฐแห่งสหภาพ เมียนมาร์กับประเทศไทย ที่มีความสามารถและทักษะแรงงานที่ดี



ภาพที่ 11.7 แนวโน้มการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ

Scenario 5: แนวโน้มประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

การที่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนต่าง ๆ จะมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นซึ่ง จะแข่งขันกับประเทศจีนและเกาหลีใต้ที่ปัจจุบันผู้ประกอบการในภูมิภาคอาเซียนเลือกซื้อปัจจัยการผลิตอยู่มี ดังนั้นประเทศไทยจะต้องหามาตรการและแนวทางที่จะช่วยให้วัตถุดิบจากประเทศไทยมี ราคาถูกกว่าและปรับปรุงคุณภาพให้สูงขึ้น นอกจากนั้นในอนาคตมีแนวโน้มว่าสาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนามและอินโดนีเซีย จะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญด้านวัตถุดิบ ได้แก่ เส้นด้าย ผ้าผืน และการฟอกย้อม อีกน้อย หากประเทศไทยไม่เร่งพัฒนาปรับปรุงทั้งด้านคุณภาพและราคาของวัตถุดิบ



ภาพที่ 11.8 แนวโน้มในการนำวัตถุดิบเข้าจากไทย



11.2.2 การวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcome)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

1) การจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น (Employment)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะแรงงานที่เพิ่มขึ้นและอัตราการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก ในอนาคตทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ ภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้อง มีการปรับเปลี่ยนจากการจ้างผลิตที่ขึ้นอยู่กับกำลังการผลิตของผู้ประกอบการแต่ละรายไปสู่การจ้างผลิตที่พิจารณา ถึงความเชี่ยวชาญและทักษะความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ โดยเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะฝีมือและมีมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของบุคลากรโดยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การใช้เทคโนโลยี เพื่อให้มีปริมาณและความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชน และระดับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

ความได้เปรียบในการแข่งขันจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัว (Economic for Flexibility) ของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จะพัฒนาทักษะแรงงาน และการสร้างความสามารถหลักเฉพาะด้านที่มีความสามารถสูงสุด (Focus on Specialized Core Competency) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการว่าจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต (Scenario ที่ 3 และ 4)

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

1) คุณภาพสินค้าที่สูงขึ้น

การเพิ่มขึ้นของคุณภาพของสินค้า (Quality) นั้นมีปัจจัยมีอิทธิพลหลายปัจจัย (ดังภาพที่ 11.4, 11.5 และ 11.7) ซึ่งจะเกิดจากการที่ภาคอุตสาหกรรมมีพัฒนาแรงงานให้มีทักษะมากขึ้น เพื่อยกระดับการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มีการออกแบบและการพัฒนาคุณภาพสินค้า ซึ่งทำให้ราคาส่งออกต่อหน่วยของเครื่องนุ่งห่มไทยสูงขึ้น รวมทั้งคุณภาพของสินค้าก็จะขึ้นกับการที่มีผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหากประเทศไทยมีการพัฒนาทั้งในด้านพัฒนาแรงงานให้มีทักษะมากขึ้นและพัฒนาด้านวัตถุดิบให้มีคุณภาพแล้วก็จะส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่ประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนจะมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยมากยิ่งขึ้นด้วย (Scenario ที่ 5) นอกจากนั้น แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยการพัฒนาจาก OEM เป็น ODM และ OBM นั้นจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีมูลค่าสูงขึ้น โดยผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงขึ้นซึ่งจะส่งผลให้คุณภาพของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

2) การเชื่อมโยงของโซ่อุปทานที่เพิ่มมากขึ้น (Supply Chain Link)

การเชื่อมโยงของโซ่อุปทาน ที่เพิ่มมากขึ้น (Supply Chain Link) ในที่นี้หมายถึง การมีจำนวนของสมาชิกในโซ่อุปทานที่มากขึ้น โดยสืบเนื่องมาจากแนวโน้มที่จะ มีพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค (Scenario ที่ 1) และการสร้างความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ (Scenario ที่ 2) โดยการร่วมมือกันในลักษณะเครือข่ายหรือคลัสเตอร์สามารถดำเนินการในรูปแบบของการร่วมกันจัดซื้อ ร่วมกันขาย รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรองและ



สามารถผลิตสินค้าที่หลากหลายร่วมกันของเครือข่ายผู้ประกอบการ และ ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกันทำให้เกิดการยกระดับศักยภาพของแต่ละสถานประกอบการให้ทัดเทียมกับสถานประกอบการอื่นๆในเครือข่ายอีกด้วย ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนและจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวและความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นการเชื่อมโยงของโซ่อุปทานที่เพิ่มขึ้น ยังหมายรวมถึงการ เชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสิ่งทอซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในการจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) ให้แก่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จะขยายตัวมากขึ้นในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเกิดการขยายฐานการผลิตของนักลงทุนชาวต่างชาติ รวมทั้งประเทศไทยเข้าไปสู่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคมากขึ้นด้วยหลังจากมีการเปิดการค้าเสรีอาเซียน

3. ตัวชี้วัดด้านเวลา

1) เวลาคืนที่ลดลง

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างซับซ้อนการเชื่อมโยงของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ส่งผลให้ความต้องการและรสนิยมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป แนวคิดการบริหารจัดการแบบใหม่เน้นการบริหารจัดการโซ่อุปทานเพื่อให้มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพและความยืดหยุ่นหรือความหลากหลายของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว (Quick Response: QR) ในโซ่อุปทาน ซึ่งการที่เวลานำจะลดลงนั้นอาจทำได้โดยการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้ การพัฒนาประเทศไทยไปเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในภูมิภาค (Scenario ที่ 1) การสร้างความเข้มแข็งกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ (Scenario ที่ 2) การย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (Scenario ที่ 3) และการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยมากขึ้น (Scenario ที่ 5) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

4. ตัวชี้วัดด้านต้นทุน

1) ต้นทุนสินค้าที่ลดลง (Cost Reduction)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนจากผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มพบว่า ร้อยละ 40.0 เป็นต้นทุนด้านวัตถุดิบทางตรง (Direct Material) ร้อยละ 35.0 เป็นต้นทุนด้านแรงงานทางตรง (Direct Labor) และอีกร้อยละ 25.0 เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) ซึ่งจากการที่คณะวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในประเด็นนี้ไว้ในบทที่ 4 แล้วว่าต้นทุนด้านวัตถุดิบของประเทศไทยค่อนข้างสูงเนื่องจากปัจจุบันมีการนำเข้าวัตถุดิบเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากมีการรวมตัวกันของกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน (Scenario ที่ 2) (Cluster of Supporting Industry) ที่เป็นต้นน้ำในการผลิตวัตถุดิบให้มีคุณภาพแล้ว จะสามารถทำให้ต้นทุนของวัตถุดิบมีราคาลดลงรวมทั้งการลดการนำเข้าวัตถุดิบลงซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนรวมของสินค้าลดลงด้วย จากการสำรวจพบว่าสัดส่วนของต้นทุนวัตถุดิบของประเทศไทยสูงประมาณร้อยละ 40 ดังนั้นถ้าหากสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบทางตรงลงได้ร้อยละ 10 ก็จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงประมาณร้อยละ 4

สำหรับต้นทุนแรงงานนั้นสามารถลดลงโดยการเพิ่มทักษะฝีมือแรงงาน มีส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ (Scenario ที่ 4) ลดกระบวนการผลิตลงโดยนำเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงเข้ามาทดแทนแรงงาน นอกจากนั้นจากแนวโน้มการย้ายฐานการผลิตเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV



(Scenario ที่ 3) ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทย 2-3 เท่าในปัจจุบันจะส่งผลให้ต้นทุนด้านแรงงานลดลงและทำให้ต้นทุนในโซ่อุปทานลดลงด้วย โดยจากการศึกษาพบว่าสัดส่วนค่าแรงงานทางตรงของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 35 ดังนั้นถ้าภาคอุตสาหกรรมสามารถลดค่าแรงงานทางตรงได้ร้อยละ 10 จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงร้อยละ 3.5 ซึ่งค่าแรงงานทางตรงที่ลดลงอาจเกิดจากการไปลงทุนในประเทศ CLMV ที่มีต้นทุนค่าแรงขั้นต่ำต่ำกว่าประเทศไทย (Scenario ที่ 3) หรือการเพิ่มทักษะฝีมือแรงงานมีส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพขึ้นนั่นเอง (Scenario ที่ 4)

ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตซึ่งประกอบด้วยต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ หากผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในด้านค่าใช้จ่ายการผลิตลงก็จะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงโดยถ้าหากค่าใช้จ่ายการผลิตสามารถลดลงได้ร้อยละ 10 จะส่งผลให้ต้นทุนสินค้าลดลงร้อยละ 2.5 ดังที่ได้กล่าวมาในหัวข้อที่ 10.1 ที่ผ่านมาแล้วว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องนำการบริหารจัดการยุคใหม่ เช่น การบริหารแบบลีน เป็นต้น เข้ามาช่วยในการบริหารกิจการให้มีประสิทธิภาพมุ่งเน้นที่จะทำให้วัตถุดิบคงคลังต่ำสุด ขณะเดียวกันก็ต้องสอดคล้องกับระดับการให้บริการและช่วงเวลานำที่กำหนดและพยายามทำให้สินค้าที่ขาดมือต่ำสุด (Stock Outs) มีการวางแผนร่วมกันระหว่างบริษัทโดยการบริหารจัดการแต่ละคำสั่งซื้อ (Order Based Management) เพื่อที่จะให้แต่ละโรงงานได้ทราบถึงระยะเวลาที่แต่ละโรงงานได้รับการจัดสรรเพื่อทำการผลิตสินค้า นอกจากนั้นการกำจัดสิ่งที่ไม่มีมูลค่าเพิ่ม (Non Value Added) ในองค์กรหรือ Waste ต่าง ๆ ลงก็จะช่วยลดต้นทุนได้ต่าง ๆ และลดต้นทุนสินค้าลงได้

11.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพและการจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix

11.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ในงานวิจัยนี้จะนำเทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หรือ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) มาใช้ในการประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อที่จะกำหนดจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) จากสภาพแวดล้อมภายใน พิจารณาถึงโอกาส (Opportunities) หรือแนวทางที่จะสามารถนำมาใช้เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งอุปสรรค (Threats) จากสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อกำหนดแนวทาง และมาตรการในการเตรียมความพร้อมของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ ตารางที่ 11.1 แสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หรือ SWOT Analysis ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งในและต่างประเทศ



ตารางที่ 11.2 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
1. แรงงานมีทักษะ 2. มีระบบสาธารณูปโภคที่ดี 3. มีอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ 4. วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 5. สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ	1. ท่าเลที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน 2. ประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีค่าแรงงานที่ต่ำ 3. ประเทศในภูมิภาคอาเซียนจำนวนแรงงานเพียงพอ 4. มีการพัฒนาการขนส่งเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน 5. มีตลาดใหญ่ขึ้นและกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น 6. ในการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าและส่งออก 7. มีความสามารถในการสั่งซื้อที่มีปริมาณน้อยและมีความหลากหลาย
จุดอ่อน (Weaknesses)	อุปสรรค (Threats)
1. ขาดการเชื่อมโยงภายในโซ่อุปทาน 2. ขาดการประสานงานภายในองค์กร 3. อัตราค่าแรงงานสูง 4. การเมืองไม่มีเสถียรภาพ 5. ขาดแคลนแรงงาน 6. ขาดเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย 7. ราคาต้นทุนวัตถุดิบสูงกว่าคู่แข่งจากประเทศจีน ไต้หวัน 8. ขาดข้อมูลของความต้องการของลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน 9. ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 10. ขาดความยืดหยุ่นในการผลิต ได้แก่ การผลิตล็อตขนาดเล็ก ความหลากหลายของสินค้า	1. ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการส่งออกต่างๆ เช่น GSP และ TPP เป็นต้น 2. มีการแข่งขันมากขึ้น 3. มีผู้ผลิตสินค้าในภูมิภาคอาเซียนสามารถผลิตสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีราคาที่ถูกกว่า

11.3.2 การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix

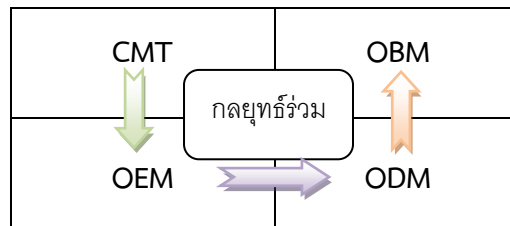
ในงานวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำกลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้ TOWS Matrix (ย่อมาจาก Threats – Opportunity - Weaknesses – Strengths) ซึ่งจะช่วยให้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส และอุปสรรค ที่อุตสาหกรรมกำลังเผชิญอยู่นั้นสามารถนำมาจับคู่เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยภายใน ประเทศที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน ของอุตสาหกรรม โดยเป็นการจัดทำกลยุทธ์ที่เป็นทางเลือก 4 ชุดซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 2) กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) เป็นการนำ จุดแข็งมาใช้เพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรค ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปิดการค้าเสรีอาเซียน
- 3) กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) เป็นการนำโอกาสมาใช้



ให้เกิดประโยชน์ต่อ อุตสาหกรรม 4) กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ) เป็นการหากกลยุทธ์ที่จะสามารถกำจัดจุดอ่อนที่จะเกิดขึ้นได้และสามารถป้องกันอุปสรรคได้ด้วยในคราวเดียวกัน

เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีความหลากหลายทั้งในด้านสินค้าที่ผลิต ความสามารถในการผลิต รวมทั้งเงินทุน ดังนั้นการนำเสนอกลยุทธ์ในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการนั้นควร จะมีความแตกต่างกันออกไป โดยภาพที่ 11. 9 แสดงแนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะได้นำเสนอกลยุทธ์ร่วม (Common Strategies) และกลยุทธ์เฉพาะ สำหรับแต่ละลักษณะธุรกิจ



ภาพที่ 11.9 การกำหนดกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มตามลักษณะธุรกิจ

1) กลยุทธ์ร่วม

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุก เชิงรับ เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข ซึ่งเป็นกลยุทธ์ร่วม (Common Strategies) สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในทุกลักษณะธุรกิจ (CMT, OEM, ODM และ OBM) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยใช้ TOWS Matrix แสดง ดังตารางที่ 11.3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 11.3 การกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยใช้

TOWS Matrix

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
โอกาส	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) 1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม 2. ปรับบทบาทจากการเป็นผู้ผลิตไปสู่ผู้ให้บริการ (Service Provider)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) 1. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มขยายการลงทุนไปในประเทศ CLMV ให้มากขึ้นโดยการย้ายฐานการผลิต 2. การนำวัตถุดิบเข้าจากประเทศไทย 3. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เส้นทางขนส่งและท่าเรือในการขนส่งสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนที่ถูกกว่า 4. ศึกษาสนธิสัญญา ลักษณะการบริโภคของลูกค้า 5. สนับสนุนให้มีช่องทางตลาดในต่างประเทศ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ และจัดศูนย์แสดงสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ 6. พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการผลิตครั้งและจำนวนไม่มากสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตได้ตามช่วงระยะของแฟชั่น
อุปสรรค	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) 1. ความเข้มแข็งของกลุ่มคลัสเตอร์ผู้ประกอบการไทย	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) 1. การเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพ

2) กลยุทธ์เฉพาะ

เนื่องจากลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มไทยนั้นมีความแตกต่างกันในแง่ศักยภาพของผู้ประกอบการดังที่ได้กล่าวมาแล้วในหัวข้อ 11.1 ดังนั้นในหัวข้อนี้คณะผู้วิจัยจะได้เสนอแนะกลยุทธ์เฉพาะสำหรับแต่ละลักษณะธุรกิจเพิ่มเติมดังตารางที่ 11.4 ต่อไปนี้



ตารางที่ 11.4 กลยุทธ์เฉพาะสำหรับแต่ละลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	กลยุทธ์
CMT/ OEM	- พัฒนาศักยภาพแรงงานให้มีความสามารถมากขึ้นและทำงานได้หลากหลายมากขึ้น - ผู้ประกอบการที่เป็น OEM ควรมีการจัดทำ Cost per Unit ขององค์กรเพื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตแต่ละรูปแบบทั้งในและต่างประเทศ - การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) โดยเฉพาะการสร้างความร่วมมือระหว่าง Supplier ทางด้านการผลิตผืนผ้าและการย้อมผ้าให้มีการวางแผนร่วมกันมากขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาคอขวดที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทาน ได้แก่ การลดอัตราการย้อมซ้ำ (Redye) ลงเพื่อเป็นการลดระยะเวลาในการส่งมอบและลดต้นทุนลงทั้งโซ่อุปทาน - ด้านการจัดหาวัตถุดิบให้มีการส่งเสริมให้ลดระยะเวลาการส่งมอบในโซ่อุปทานโดยใช้หลักการวางแผนการทำงานร่วมกันตั้งแต่การพยากรณ์ความต้องการ การวางแผนและช่วงเวลาการการจัดตารางการผลิต และรวมทั้งเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ในโซ่อุปทานเรื่องการลดระยะเวลาการตรวจสอบผ้าผืนของกลุ่มธุรกิจ CMT/OEM โดยมีการนำนโยบายความร่วมมือเรื่องคุณภาพสินค้าในการตกลงร่วมกันมาเป็นเกณฑ์ในการปฏิบัติ - การจัดหาวัตถุดิบต้นน้ำโดยสามารถซื้อวัตถุดิบภายในประเทศที่ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ - ภาครัฐควรมีมาตรการเรื่องข้อตกลง FTA ระหว่างประเทศคู่ค้าต่าง ๆ เพื่อสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันได้ - นำเทคโนโลยีในการผลิตมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เทคโนโลยีในการจัดการเชิงปฏิบัติการ (Operations Management) เช่น แนวคิดของลีน แนวคิดการบริหารจัดการแบบ TPM (Total Productive Maintenance) หรือการบริหารจัดการการผลิตแบบ Mass Customization และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีช่วยในการผลิต (Production Technology) เช่น การใช้เครื่องจักร หรืออุปกรณ์ในการผลิตที่จะช่วยลดปริมาณการใช้แรงงานคนแต่ยังคงสามารถผลิตสินค้าได้ตามปริมาณที่กำหนด ซึ่งอาจต้องใช้เงินลงทุนในด้านเทคโนโลยีการผลิตจำนวนหนึ่ง ซึ่งในส่วนนี้รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้กู้ยืมเงิน การลดหย่อนภาษี เมื่อมีการลงทุนในเครื่องจักรอุปกรณ์เหล่านี้ - ภาครัฐควรมีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งมีหน่วยงานให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ เงื่อนไขและกฎระเบียบในการลงทุนของแต่ละประเทศ รวมทั้งสภาพสังคมและเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ประกอบการสามารถดำเนินการกิจการได้



ตารางที่ 11.4 (ต่อ) กลยุทธ์เฉพาะสำหรับแต่ละลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	กลยุทธ์
	ปรับบทบาทของผู้ประกอบการจาก OEM ไปเน้นเรื่องการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ การปรับบทบาทนี้ก็จะนำไปสู่การเป็นเจ้าของตราสินค้า หากผู้ประกอบการมีเงินทุนและมีวิธีการบริหารจัดการตราสินค้า (Branding Management) ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของตราสินค้านานาชาติ (International Brand) ได้
ODM	- การส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยความต้องการและฐานข้อมูลของผู้บริโภคให้มีรายละเอียดที่สามารถนำไปใช้พัฒนาต่อยอดเรื่องรูปแบบความต้องการจากลูกค้าในแต่ละตลาดได้อย่างชัดเจน - องค์ความรู้และขั้นตอนการวางแผนและพัฒนาสินค้า (Product Planning and Development) ได้อย่างเป็นเชิงประยุกต์ใช้ได้จริง (Practical) - การสร้างเครื่องมือหรือเทคโนโลยีช่วยในการผลิต เช่น Rapid Prototype เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการขึ้นตัวอย่าง - สร้างหน่วยงานที่มีการบูรณาการระหว่างสิ่งทอและผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มที่มีรูปแบบสามารถนำเสนอตัวอย่างรูปแบบเสื้อผ้าให้กับลูกค้าได้โดยเสร็จสิ้นกระบวนการในครั้งเดียว ตัวอย่างเช่น ลูกค้าสามารถเห็นรูปแบบที่ออกแบบอย่างหลากหลายและสามารถคัดเลือกและสั่งซื้อผ้าจากผู้ผลิตได้โดยตรงโดยสามารถต่อรองเรื่องคุณภาพราคา เงื่อนไขพิเศษอื่นๆ ได้ทั้งหมด - พัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด และพัฒนารูปแบบของการตัดเย็บให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น
OBM	- ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมาจากการเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) ที่มีความสามารถเชิงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและจากนั้นจะได้นำไปสู่การพัฒนาสร้างตราสินค้าที่เข้มแข็งได้จากจุดแข็งที่มีความเข้าใจกระบวนการผลิตในธุรกิจของตนเองและเพื่อประโยชน์ต่อการลดต้นทุนสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน - สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์ จากการพัฒนาตราสินค้า (Brand Building) โดยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ รวมทั้งการทำตลาดเชิงรุก

11.4 ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้จึงได้นำเสนอข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับ สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางนโยบายให้เหมาะสมเพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้



11.4.1 กลยุทธ์เชิงรุก

1. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มขยายการลงทุนไปในประเทศ CLMV ให้มากขึ้น เพื่อใช้กลุ่มประเทศ CLMV เป็นฐานการผลิตในการส่งออกไปนอกกลุ่ม AEC เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ภาษีจากสถานะ Least Developed Countries: LDC และเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านแรงงานต้นทุนต่ำ

- สนับสนุนผู้ประกอบการในด้านข้อมูลและกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการค้า การทำสัญญา และการลงทุนในต่างประเทศ
- จัดให้มีหน่วยที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงในการทำสัญญาและการดำเนินการในการลงทุนและจัดตั้งโรงงาน
- พัฒนามาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นในการทำธุรกรรม (e-Transaction) เพื่อรองรับการเปิด AEC

2. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เส้นทางขนส่งและท่าเรือในการขนส่งสินค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วและมีต้นทุนที่ถูกกว่า เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าสู่ตลาดที่มีศักยภาพและตลาดในอาเซียนและเพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศที่มีอาณาเขตติดกับประเทศ เช่น สปป.ลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา เลือกที่จะใช้เส้นทางส่งออกผ่านประเทศไทยแทนที่จะไปผ่านไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

3. ศึกษาวิจัย ลักษณะการบริโภคของลูกค้า

- สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค รสนิยมความต้องการของลูกค้าในประเทศต่างๆ ในอาเซียน
- พัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบหลากหลายและทันต่อแนวโน้มแฟชั่น
- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกระตุ้นความต้องการลูกค้า

4. ดำเนินกลยุทธ์การตลาดในเชิงรุก

- พัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด และพัฒนารูปแบบของการตัดเย็บให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น
- สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์จากการสร้างตราสินค้า (Brand Building) โดยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ รวมทั้งการทำตลาดเชิงรุก
- สนับสนุนให้มีช่องทางตลาดในต่างประเทศ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ และจัดศูนย์แสดงสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

11.4.2 กลยุทธ์เชิงรับ

1. เสริมสร้างศักยภาพในการผลิต

- เน้นคุณภาพสินค้าโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation)
- พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น
- ผลักดันให้มีการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น เคหะสิ่งทอ
- พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการผลิตครั้งละจำนวนไม่มาก สามารถปรับเปลี่ยนการผลิตได้ตามช่วงระยะของแฟชั่น ซึ่งเป็นการยกระดับของการรับจ้างผลิตให้



ไม่ต้องแข่งขันกับการผลิตในระดับเดียวกับประเทศจีน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และ ประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า

- ปรับปรุงวิธีการหรือกระบวนการภาครัฐให้สามารถใช้แรงงานต่างชาติ ได้สะดวกและมี ต้นทุนในการจัดหาแรงงานที่ต่ำลง

2. สร้างความเข้มแข็งในด้าน Supply Chain Management โดยพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมทั้งโซ่อุปทาน โดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) ทั้งกับส่วนผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกับอุตสาหกรรมอื่นเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน

- ร่วมกันบุกตลาดต่างประเทศทั้งในด้านการค้าและการลงทุน

11.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำของอุตสาหกรรม นอกจากนั้นยังได้นำผลงานวิจัยที่ได้ไปปรับใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการบ้างแล้ว

2. ควรมีการศึกษาถึงการตั้งรับของภาคอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและอื่นๆ ต่อการเปิด AEC

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสินค้าเครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดตลาดอาเซียน

11.5 กรณีศึกษาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ Best Practices

11.5.1 กรณีศึกษา บริษัทลาวแอปพarel (Lao Apparel Co., Ltd.)

บริษัทลาวแอปพarel เป็นบริษัทในเครือบริษัท โกลด์ ไมน์ การ์เม้นท์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อเดือน พฤษภาคม 2555 ตั้งอยู่ห่างจากนครเวียงจันทน์ประมาณ 30 กิโลเมตร (กิโลเมตรที่ 30 Ban Phonhaikham, Xaythany District) โดยบริษัทจะทำหน้าที่รับจ้างตัดเย็บ (CMT) ให้กับบริษัทแม่คือ บริษัท โกลด์ ไมน์ การ์เม้นท์ จำกัด ในประเทศไทย ผลิตเสื้อเชิ้ตบุรุษและสตรีภายใต้ แบรนด์เนม เช่น Calvin Klein, DKNY, Tommy Hilfiger และ เบนเซอร์แมน ส่งออกเป็นหลักไปยังยุโรปเกือบ 100 % และในปัจจุบันมีคำสั่งซื้อจากประเทศแคนาดาจำนวนหนึ่ง

บริษัทลาวแอปพarelทำงาน 6 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 360 คน ด้วยยอดการผลิต 50,000 - 60,000 ตัวต่อเดือน (โดยกำลังการผลิตเต็มความสามารถจะอยู่ที่ 125,000 ตัว ด้วยพนักงาน 420 คน) โดยบริษัทลาวแอปพareลมีพนักงานคนไทยไปประจำประมาณ 30 กว่าคน ประกอบด้วยผู้ดูแลสายการผลิต ครูฝึก และช่างจักรซ่อมบำรุง ที่มีการต่อสัญญาทุก 6 เดือน โดยที่พนักงานไทยสามารถกลับประเทศไทยได้ทุก 6 สัปดาห์และอยู่เมืองไทยเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ บริษัทแม่คือบริษัท โกลด์ ไมน์ การ์เม้นท์ จำกัด จะเป็นผู้ส่งวัตถุดิบและแบบมาให้ผลิต โดยมีพนักงานขาย พนักงานจัดซื้อวัตถุดิบและ การควบคุมการผลิตจะประจำที่ประเทศไทย โดยมีการติดต่อประสานงานและการส่งผลิตโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยทำให้สามารถเห็นข้อมูลการผลิตและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันที่เป็นปัจจุบัน (Real Time) ได้



1. เหตุผลที่ตั้งในการเลือกตั้งโรงงานใน สปป.ลาว

- 1) ได้สิทธิประโยชน์จาก GSP ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนลงได้ 12-13 % ซึ่งคาดว่า สปป.ลาว จะได้รับสิทธิประโยชน์จาก GSP นี้ไปถึงประมาณปี 2020 ซึ่งคาดว่าใน ระยะเวลาดังกล่าว สปป.ลาว จะพ้นจากการเป็นประเทศด้อยพัฒนา (Least Developed Countries)
- 2) มีค่าแรงงานที่ต่ำกว่าในกว่าประเทศไทย ปัจจุบันค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำประมาณ 4,500 – 5,000 บาทต่อเดือน (ซึ่งค่าจ้างแรงงานของ สปป.ลาว ได้ปรับจากเดิม 3,000 กว่าบาทต่อเดือน ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดค่าแรงขั้นต่ำไว้ที่ 2,400 บาทต่อเดือน) แต่อย่างไรก็ตามค่าแรงขั้นต่ำไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน ปัจจุบัน โรงงานใน สปป.ลาว ยังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เพราะมีแรงงานจำนวนมากกว่า 300,000 คนที่เคลื่อนย้ายไปทำงานในประเทศไทย ดังนั้นวิธีแก้ปัญหาคือการขาดแคลนแรงงานบริษัทจึงได้เลือกที่เข้าไปตั้งโรงงานในพื้นที่ชุมชนนอกเมือง ซึ่งมีค่าแรงที่ถูกกว่าในตัวเมืองประมาณ 2 เท่า อีกทั้งเป็นบริเวณที่ไม่มีโรงงานในละแวกนั้น โดยบริษัทมีสวัสดิการการจราจรรับส่ง 5 คัน ในระยะทาง 20 กิโลเมตร มีห้องพักให้พนักงาน 160 เตียง แรงงานชาวลาวที่ตั้งถิ่นฐานรอบๆ บริเวณโรงงานถูกนำมาฝึกหัดเย็บที่โรงงาน โดยมีการฝึกอบรม 7-10 วันและทดสอบ 2 วันก่อนลงไลน์ผลิตจริง แต่อย่างไรก็ตามด้วยความไม่คุ้นเคยกับการทำงานในภาคอุตสาหกรรมที่ทำงานวันละ 8 ชั่วโมง ทำให้ปัจจุบันยังมีอัตรา Turnover แรงงานสูง
- 3) พนักงานชาวลาวสามารถสื่อสารภาษาไทยได้เป็นอย่างดีและคุ้นเคยกับขนบธรรมเนียมของประเทศไทย

2. ขั้นตอนในการดำเนินงานที่สำคัญในการตัดสินใจในการตั้งโรงงานใน สปป.ลาว

- 1) พิจารณาว่าบริษัทมีการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกให้ลูกค้าในทวีปยุโรปหรือไม่ เพื่อรับสิทธิประโยชน์ GSP
- 2) ประเมินการณ์ความต้องการแรงงานของโรงงานว่ามีการต้องการแรงงานมากน้อยเพียงใด
- 3) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานในประเทศหรือพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งอาจจะต้องลงพื้นที่สำรวจหรือสอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น นายก อบต. หรือหัวหน้าหมู่บ้าน ซึ่งข้อมูลที่ต้องพิจารณาคือ ปริมาณแรงงานในพื้นที่ อัตราค่าแรงงานในพื้นที่ โรงงานอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ซึ่งอาจส่งผลต่อการแข่งขันเรื่องการจ้างงาน
- 4) ประเมินพื้นที่ใช้สอยในโรงงาน และจัดหาที่ดินเพื่อตั้งโรงงาน
- 5) จัดจ้างที่ปรึกษาทางการเงินและทางกฎหมายเพื่อทำหน้าที่ประสานงานต่าง ๆ ในการจัดตั้งโรงงานให้ถูกต้องตามกฎหมายและในการดำเนินงานให้ถูกต้องตามระเบียบหรือกฎหมายที่กำหนดไว้
- 6) วางผังโรงงานโดยพิจารณาพื้นที่ในการดำเนินการด้านการผลิต จัดเก็บ และขนส่ง ตลอดจนพื้นที่สำหรับอำนวยความสะดวกให้พนักงาน เช่น ที่พักของพนักงาน โรงอาหาร และสถานที่จอดรถพาหนะ เป็นต้น



3. ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจใน สปป.ลาว และข้อเสนอแนะ

- 1) ปัญหาที่ด้านศุลกากรทั้งฝั่งทางไทยและ สปป.ลาว โดยพบว่าการผ่านด่านสินค้ามีแออัดมากมีความล่าช้าโดยในการขนส่งสินค้าใช้เวลาตั้งแต่ 7.00 – 17.00 น. ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะการเปิด AEC จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวให้มีการไหลแบบไม่ติดขัด (Free Flow) มากขึ้น
- 2) บริษัทที่จะมาตั้งโรงงานใน สปป.ลาว จำเป็นต้องหาเพื่อนคู่ค้าที่ดีเป็นที่ปรึกษาที่สามารถช่วยเหลือแก้ปัญหาทั้งทางภาครัฐได้ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนร่วมกันเช่นเดียวกับบริษัทลาวแอพพารเอลที่ลงทุนเอง 100 % อย่างไรก็ตามการซื้อที่ดินยังต้องเป็นคนลาวตามกฎหมายที่ระบุไว้
- 3) ปัจจุบันทั้งใน สปป.ลาว หรือประเทศกัมพูชา โดยเฉพาะในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ๆ ต่างเริ่มประสบปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากชาวต่างชาติต่างให้ความสนใจในภูมิภาคอาเซียนและเข้ามาลงทุนในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากขึ้นทำให้เกิดปัญหาด้านแรงงาน นอกจากนั้นแรงงานส่วนหนึ่งถึงอยู่ติดกับชายแดนประเทศไทยได้เคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้นเนื่องจากความแตกต่างด้านค่าแรง ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมโดยพิจารณาปัจจัยด้านอื่นๆ ประกอบด้วย
- 4) มีผลิตภาพ (Productivity) ที่ต่ำจึงส่งผลให้ต้นทุนแรงงานต่อหน่วยสูงขึ้น ซึ่ง พบว่า สปป.ลาว มีค่าจ้างแรงงานต่ำที่สุดภายในกลุ่มประเทศ CLMV แต่ก็มีผลิตภาพแรงงานที่ต่ำด้วย (ธนาคารไทยพาณิชย์, Economic Intelligent Center, 2554) จึงส่งผลให้ สปป.ลาว มีต้นทุนแรงงานต่อหน่วยสูงที่สุดของประเทศในกลุ่ม CLMV

4. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ไม่ย้ายฐานการผลิตมาต่างประเทศ

- 1) ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มากขึ้น
- 2) นำเทคโนโลยีด้านเครื่องจักรมาใช้ให้มากขึ้นในการผลิตและอาศัยแรงงานให้น้อยลง
- 3) รับสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นจะได้ส่วนแบ่ง (Margin) มากขึ้น (เช่น เสื้อผ้าที่มีแฟชั่นมากขึ้น หรือผลิตเสื้อที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งพนักงานดูแลลูกค้า Merchandiser จะต้องมีความสามารถมากขึ้น)





ภาพที่ 11.10 การเยี่ยมชมโรงงานลาวแพพพาริล

11.5.2 กรณีศึกษาบริษัท Green Cotton ประเทศไทย จำกัด



ภาพที่ 11.11 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัท กรีนคอตตอล (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท กรีนคอตตอล (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งอยู่ที่ 99 หมู่ 6 ต.นาดี อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ดำเนินธุรกิจมาประมาณ 20 ปี ก่อตั้งภายใต้รากฐานนวัตกรรมที่นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพแตกต่างให้กับลูกค้า โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าฝ้ายที่ไม่ได้ฟอกย้อม (Undyed Cotton) ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีสินค้า 4 หมวด คือ เสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในโรงแรม และอุปกรณ์ตกแต่ง ซึ่งมีรูปแบบค่อนข้างหลากหลาย โดยทำหน้าที่ทั้งการออกแบบ การผลิตและการตลาด โดยจุดเด่นของธุรกิจประกอบด้วย

1. การจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่ไม่ได้ฟอกย้อม (Undyed Cotton) โดยวัตถุดิบได้มีการนำเข้าเส้นใยฝ้ายมาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ Organic Cotton จากประเทศสหรัฐอเมริกา และ Natural Cotton มาจากประเทศออสเตรเลีย โดยจุดแข็งของธุรกิจในปัจจุบันมีการใช้วัตถุดิบจากแหล่งที่มีเครื่องหมายรับรองด้านฝ้ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงและได้มีการพัฒนาเส้นด้านฝ้ายให้มีลักษณะพิเศษโดยเฉพาะเมื่อขึ้นรูปเป็นผืนผ้าแล้วมีความอ่อนนุ่ม มีผิวสัมผัสที่เหมาะสมต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์

2. ด้านการออกแบบ บริษัทมีการออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้สีธรรมชาติในการฟอกย้อม มุ่งเน้นคุณภาพด้านสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนาวิจัยเทคโนโลยี
3. การผลิตผ้าฝ้ายด้วยที่ไม่ได้ฟอกย้อมและ /หรือหากมีงานออกแบบบางส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้สีในการพิมพ์หรือปักก็จะเลือกใช้สีจากธรรมชาติ

โดยเริ่มแรกนั้นรูปแบบธุรกิจที่ก่อตั้งเป็นแบบ OBM และทำการตลาดเน้น Worth of Mouth ที่มีการกระจายข้อมูลข่าวสารแบบบอกต่อ โดยกลยุทธ์การทำการตลาดเพื่อเข้าใจและเข้าถึงผู้บริโภคนั้น บริษัทได้ใช้การขายสินค้าควบคู่กับการสร้างภาพพจน์ของ Brand ที่มีต่อความรับผิดชอบสังคม โดยที่ระยะเริ่มต้นได้มีการสมทบทุนรายได้ส่วนหนึ่งไปบริจาคเพื่อการพัฒนาสังคม ซึ่งนำไปสู่ความมีชื่อเสียง และผู้ที่ทราบก็นิยมยกย่องและบอกต่อไปจึงทำให้สินค้า Brand Green Cotton มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น ต่อมาเมื่อได้เพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้นจึงสามารถขยายสายการผลิตไปรับ คำสั่งซื้อจากต่างประเทศมากขึ้นจึงได้มีการดำเนินธุรกิจแบบ OEM ควบคู่กันไป โดยมีลูกค้ารายใหญ่ เช่น ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น นอกจากนั้นในอดีตบริษัทได้จ้างผลิตผลิตสินค้าให้บริษัทของญี่ปุ่นอีกด้วย อย่างไรก็ตามการรับจ้างผลิตให้กับลูกค้าต่างประเทศ (OEM) นั้นจะต้องคำนึงถึงการผลิตด้วยปริมาณที่มาก (Volume) เพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้กระบวนการผลิตสินค้าหลักภายใต้ Brand ภายในประเทศของบริษัท และจากการวิเคราะห์ด้าน Return of Investment (ROI) แล้วพบว่าต่ำกว่า Model แบบเดิม ปัจจุบันจึงมุ่งเน้นที่จะผลิตสินค้าที่ขายภายใต้ Brand ของตนทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งกำลังลดการผลิตลง (Downsize) จากเดิมมีพนักงานจำนวน 500 คน เหลืออยู่ที่ 300 คน ซึ่งส่วนหนึ่งเนื่องมาจากค่าแรงขั้นต่ำของประเทศที่ปรับตัวได้เพิ่มสูงมากขึ้นและในขณะเดียวกันปัจจุบันขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะความชำนาญพอสมควร ปัจจุบันทำการผลิตภายใต้แบรนด์ของตนเองประมาณ 50% และรับจ้างผลิตให้กับแบรนด์อื่นๆ ในต่างประเทศอีก 50% โดยเป็นผู้รับจ้างผลิตกับลูกค้าที่เป็น Chain Hotel สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการพยายามพัฒนาปรับปรุงวิธีการส่งวัตถุดิบตามฤดูกาลและมีแผนการส่งที่เป็นระบบ มีสั่งซื้อจากลูกค้าที่มีความถี่ระดับหนึ่งที่น่าพอใจ เป็นต้น ทำให้สามารถกำหนด Lead Time ที่แน่นอนให้กับลูกค้าได้

1. แนวโน้มการย้ายฐานการผลิต

บริษัทมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตไปยังสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ที่เมืองหงสาวดีหรือพะโค เหตุที่สนใจมีการวางแผนที่จะไปลงทุนในต่างประเทศเนื่องจากความต้องการของลูกค้า และความพร้อมของบริษัท

- 1) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์มีจำนวนแรงงานมากพอและค่าแรงงานราคาถูกกว่ามาก จะทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนลงได้ เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้าที่มีราคาถูก ขณะที่ต้นทุนของประเทศไทยขยับตัวสูงขึ้นมากจากค่าแรงที่ปรับตัวสูงขึ้น
- 2) บริษัทมีการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการผลิตของโรงงานได้ดีในระดับหนึ่งที่สามารถนำไปติดตั้งและถ่ายทอดความรู้ยังโรงงานลูกค้าในต่างประเทศได้

การพัฒนาการผลิตของบริษัทปัจจุบันได้มีการพัฒนาเพื่อที่จะจัดทำ Cost Per Unit สำหรับสินค้าแต่ละประเภทเพื่อสามารถนำไปพัฒนาคำนวณจุดคุ้มทุนด้านแรงงาน ผลิตภาพการผลิต และพัฒนากระบวนการผลิตให้สามารถสอดคล้องกับราคาต้นทุนที่รับมา โดยปัจจุบันการผลิตของบริษัทมีการผลิต



ผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างหลากหลายจึงกำลังพยายามพัฒนาการใช้ Versatile Skill จากพนักงานเย็บที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ยังเน้นการผลิตที่มีความยืดหยุ่นสูง สำหรับเมื่อมีการลดขนาดกำลังการผลิตลงเพื่อลดปัญหาการบริหารจัดการแต่ปรับทักษะแรงงานให้มี Efficiency สูงขึ้น

กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการด้านคนงานเป็นอีกประการหนึ่งที่นับว่าเป็น Key Success Factor ขององค์กร กล่าวคือมีมุมมองการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของบริษัท และให้ความสำคัญของคนงานมาเป็นอันดับหนึ่ง มีการสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานภายในองค์กรร่วมกัน

การจัดการ Supply Chain ของบริษัทที่ผ่านมาเน้นเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับบริษัทที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ ซึ่งมีทั้งโรงงานปั่นเส้นด้ายและโรงงานทอผ้าซึ่งได้ดำเนินธุรกิจร่วมกันมานาน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับโรงงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีต

2. มุมมองด้านกลยุทธ์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน (Supply Chain Link)

ในการที่ประเทศไทยจะกลายเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน (Supply Chain Link) ของอาเซียนในอนาคตนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องมีการจัดตั้งศูนย์กลางองค์ความรู้ขึ้น โดยศูนย์ดังกล่าวจะต้องสามารถดำเนินกิจกรรมภายใต้ความสามารถเชิงการตกลงทางธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการในครั้งเดียวเบ็ดเสร็จทั้งหมด (One Stop Service) เช่นเดียวกับหลายประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี เป็นต้น โดยหน่วยงานที่ขับเคลื่อนในการจัดตั้งได้ควรเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและเป็นกลางและไม่มีส่วนให้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

3. มุมมองด้านการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศ CLMV

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทยในการที่จะย้ายฐานการผลิตไปยัง CLMV ควรต้องพิจารณาประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) สร้าง Connection ในแต่ละประเทศ
- 2) ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และสนับสนุนด้านกฎหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะการโอนย้ายเงินกลับประเทศไทย
- 3) จะต้องมีการศึกษาประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในประเทศต่าง ๆ และต้องพิจารณาเรื่องความคุ้มค่า ความคุ้มค่า และการส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมของประเทศที่จะเข้าไปลงทุนด้วย เช่น ปัจจุบันสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้เน้นไปการลงทุนส่งเสริมการลงทุนไปยังภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มบ้างแล้ว สาเหตุหนึ่งเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะย้ายฐานการผลิตแล้วควรจะต้องเป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและความพร้อมทั้งด้านเงินลงทุนที่สูงมาก



- 4) การย้ายฐานผลิตไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียนนั้นควรจะต้องพิจารณาถึงสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากเพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านราคาและคุณภาพ หรือแก้ไขปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน เช่น สิทธิประโยชน์ด้าน GSP ในการเป็นฐานการส่งออกไปยังทวีปยุโรป เป็นต้น
- 5) ภาครัฐควรมีการเจรจาข้อตกลง FTA ในเรื่องการลดภาษีการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการลดภาษีนำเข้าสินค้าเกษตรกับประเทศคู่ค้า เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เป็นต้น รวมทั้งการหาตลาดใหม่อื่นๆ (เพื่อทดแทนการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่ถดถอยลงเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้งจากการที่คู่ค้าหันไปสั่งซื้อสินค้าจากประเทศอื่นที่มีต้นทุนถูกกว่า) ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสของสินค้าเครื่องนุ่งห่มของไทยในการเข้าสู่ตลาดประเทศนั้นๆ ได้มากขึ้นและยังได้ประโยชน์ในการนำเข้าวัตถุดิบอีกด้วย

4. มุมมองของการสร้างความเชื่อมโยงในโซ่อุปทาน (Supply Chain Link)

ประเทศไทยควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางองค์ความรู้และสามารถดำเนินกิจกรรมภายใต้ความสามารถเชิงการตกลงทางธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าในครั้งเดียวแบบเบ็ดเสร็จทั้งหมด หรือที่เรียกว่า One Stop Service เช่นเดียวกับประเทศเกาหลี โดยหน่วยงานที่ขับเคลื่อนในการจัดตั้งได้ควรเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและเป็นกลางและไม่มีส่วนให้ส่วนเสีย เช่น สถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะ

- 1) การพัฒนาผู้ประกอบการจาก OEM ไปเป็น OBM นั้นจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับ OEM ของตนก่อนโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพเพื่อให้มีต้นทุนที่ต่ำ รู้กำลังการผลิตของตน และมีพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่อง
- 2) การทำความร่วมมือระหว่างลูกค้า เพื่อ Support ระหว่างโรงงานสิ่งทอและโรงงานเครื่องนุ่งห่ม
- 3) ควรมี Road Map ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เพื่อให้เกิดการต่อยอดโดยวางกลยุทธ์ตามความต้องการของลูกค้า
- 4) ควรมีการสร้างเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์ในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
- 5) ควรมีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่สนับสนุนถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ การผลิตนวัตกรรมที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่ม และควรนำบริษัทเอกชนเข้าไปร่วมวิจัยและพัฒนา กับหน่วยงานที่ได้รับทุนเพื่อต่อยอดถึง Commercialize ได้



บรรณานุกรม

- การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี.
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ.
กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์ , สืบค้น 14 เมษายน 2555จาก <http://www.lopburi.go.th/logistic.htm>
กรมศุลกากร. กรมการค้าชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์. (2554). สถิติการส่งออกสินค้า
เครื่องนุ่งห่ม.
คู่มือเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). (2552).
ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
ฐานา บุญหล้า. (2549). โลจิสติกส์ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).
ดนุพันธ์ วิสุวรรณ, และวลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพ.
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2553). โอกาส ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน ต่อภาคอุตสาหกรรมไทย.
บาลินท์ ท้ามตัน. (2546). การสร้างเกณฑ์ประเมินงานส่งเสริมวิชาการในสถาบันราชภัฏ เขตภูมิศาสตร์
ภาคใต้(วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
พัชรัตน์ มงคลศิริวัฒน์. (2552). วารสาร Logistics Thailand, ฉบับเดือนธันวาคม 2552.
มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย. (2554). จาก [http://share-](http://share-apparel.org/images/images/stories/download/KK30-03-2012updated.pdf)
[apparel.org/images/images/stories/download/KK30-03-2012updated.pdf](http://share-apparel.org/images/images/stories/download/KK30-03-2012updated.pdf).
ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2548).
ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2554).
ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2540).
ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ. (2556).
สุรพล ว่องวัฒนโรจน์. (2547). โลจิสติกส์กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, สืบค้น
19 เมษายน 2551, จาก [http://th15.hostpacific.com/~tnsccom/html/images/stories/](http://th15.hostpacific.com/~tnsccom/html/images/stories/article/ppt/Logistics-DFT-191104.ppt)
[article/ppt/Logistics-DFT-191104.ppt](http://th15.hostpacific.com/~tnsccom/html/images/stories/article/ppt/Logistics-DFT-191104.ppt) .
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย
ประจำปี. สืบค้น 19 เมษายน 2551, จาก [http://logistics.dpim.go.th/article/](http://logistics.dpim.go.th/article/detail.php?id=2058)
[detail.php?id=2058](http://logistics.dpim.go.th/article/detail.php?id=2058).
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานสารสนเทศธุรกิจระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้า.
(2555).
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). กูรูระเบียบในการลงทุน, สืบค้น 4 เมษายน
2555, จาก http://122.155.9.68/talad/images/stories/reports/kh_annex01.pdf.
สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย. (2555). จาก <http://www.thaigarment.org>.
สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (2556).
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2554). โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย
เพื่อสนองตอบผู้ผลิตในประเทศและสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน และ BIMSTEC (ระยะที่ 3).
สืบค้น 25 เมษายน 2556, จาก <http://www.thaitextile.org/main/documents/.pdf>.



- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2554). การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทริปปี้ล เอ ก๊อปปี้.
- สถาบันพัฒนาสิ่งทอ. (2555). สถานการณ์ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย 2555, สืบค้น 15 มกราคม 2556, จาก http://www.thaitextile.org/main/content.php?content_id= ARC01 30102113 536&content_type=article.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2544). ตัวบ่งชี้เกณฑ์และมาตรฐานในการประเมิน. วารสารการวัดผลการศึกษา, 67(1), หน้า 43-56.
- อุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2544).
- อภิชาติ โสภางค์. (2551). การตัดสินใจเพื่อการบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 1). ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิชาติ โสภางค์ และคณะ. (2551). โครงการการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ASEAN Finance and Macroeconomic Surveillance Database and IMF-World Economic Outlook April. (2011).
- ASEAN Statistical Yearbook. (2008, 2010).
- ASEAN Trade Statistics Database. (2011).
- Bargawi, O. (2005). Cambodai's Garment Industry: Origins and Future Prospects. ESAU Working Paper 13, London: Overseas Development Institute.
- Board of Investment (BOI). (2008). จาก http://www.boi.go.th/thai/asean/Indonesia/capt4_p10n.html.
- Brunei Darussalam Key Indicators. (2009). จาก <http://www.depd.gov.bn>.
- Chow, W.S., Madu, C. N., Kuei, C. H., Lu, M. H., Lin, C., Tseng, H. (2008). Supply chain management in the US and Taiwan: an empirical study, Omega, 36(5), 665-679.
- Country Submission and the World Bank Data. จาก <http://databank.worldbank.org>
- Driessler, W. (2012). Lao Textile and Garment Industry 2012, Garment Skills Development Centre, pp. 1-3.
- Enkawa, T. (2005). SCM Logistics Scorecard, Japan : Tokyo Institute of Technology.
- Fukunishi, T. (2012). Institute of Development Economies Japan External Trade Organization, จาก http://www.ide.go.jp/English/Researchers/fukunishi_takahiro_en.html.
- Hi-Tech Lao Apparel Co. Ltd.
- Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customer Department. (2010).
- Klaus Schwab. (2013). The Global Competitiveness Report 2010-2011. Switzerland : Columbia University.



- Koh, L. S. C., Demirbag, M., Bayraktar, E., Tatoglu, E., Zaim, S. (2007). The impact of supply chain management practices on performance of SMEs., *Industrial Management & Data Systems*. 107(1), 103-124.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Mason-Jones, R.K., Naim, M.M., Towill, D.R., (1998). The impact of pipeline control on supply chain dynamics. *The International Journal of Logistics Management*, 11(2), pp. 93-104.
- Mentzer, J.T., DeWitt, W., Keebler, J.S., Min, S., Nix, N.W., Smith, C.D., & Zacharia, Z.G. (2001). Defining Supply Chain Management, *Journal of Business Logistics*, 22(2), pp.1-25.
- Sahay, B.S. and Mohan, R. (2003) Supply chain management practices in Indian industry, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 33(7), pp. 582-606.
- Sauber, M.H. et al, (2008). Developing supply chain management program: a competency model', *Quality assurance in Education*. 16(4), pp. 375-391.
- Statistic Handbook of Viet Nam. (2009).
- Tan, K. C., Lyman, S. B, and Wisner, J. D. (2002). Supply chain management: A strategic perspective. *International Journal of Operations and Production Management*, 22(6), 614-631.
- Thailand Textile Institute. (2553). http://www.fibre2fashion.com/news/apparel-news/newsdetails.aspx?news_id=120092.
- ThaiPR.net. (2548). TGMA ดึงกลยุทธ์สู่ความรุ่งโรจน์ของธุรกิจเครื่องนุ่งห่มนำ 4 แนวทางหลักยกระดับสมาชิก. สืบค้น 28 เมษายน 2548. จาก <http://www.ryt9.com/s/prg/18437>.
- Ulusoy, G. (2003). An assessment of supply chain and innovation management practices in the manufacturing industries in Turkey. *International Journal of Production Economics*. 86, pp. 251-270.
- Van der Vorst, J.G.A.J., and Beulens, A.J.M., (2002). Identifying sources of uncertainty to generate supply chain redesign strategies. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 32(6), pp. 409-430.
- Vietnam Textile and Apparel Association. (2011).
- V.T. Lao Hometex Co. Ltd.
- Weda bay nickel. (2012). จาก <http://www.wedabaynickel.com/en/north-maluku-province-indonesia/papua-and-maluku-island-economic-corridor/>
- Wilma Driessler. (2012). Lao Textile and Garment Industry 2012, Garment Skills Development Centre. pp. 1-3.



World Bank. (2011). Doing Business 2011, จาก www.doingbusiness.org.

World Trade Atlas. (2553).



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

บทความ



แบบสำรวจข้อมูลการประเมินปัจจัยที่จะส่งกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย
สำหรับการเตรียมตัวเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แบบสำรวจข้อมูลการประเมินฯ นี้เป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัยเรื่องการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อหาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยภายใต้บริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยข้อมูลจากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ซึ่งโครงการนี้เป็นโครงการย่อยที่ 1 ของโครงการ “การบูรณาการการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยดำเนินการคู่ขนานกับโครงการย่อยอื่นๆ ดังต่อไปนี้

- โครงการย่อยที่ 1 การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- โครงการย่อยที่ 2 การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- โครงการย่อยที่ 3 การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- โครงการย่อยที่ 4 การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ซึ่งเป็นการดำเนินการศึกษาวิจัยโดย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

นิยาม การออกแบบห่วงโซ่อุปทาน และ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

การออกแบบห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การนำเอาทฤษฎี เทคนิค กลยุทธ์ และหลักการเข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เข้ากับอุปสงค์และอุปทานที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการแข่งขันระหว่างห่วงโซ่อุปทานที่แข่งขันกับห่วงโซ่อุปทานอื่นๆ เพื่อให้ได้รูปแบบห่วงโซ่อุปทานที่เหมาะสมในการดำเนินงาน

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) หมายถึงการที่อาเซียนจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ภายในปี 2558 (ค.ศ.2015) มีประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยมีแนวคิดที่ว่าอาเซียนจะกลายเป็นเขตการผลิตเดียว ตลาดเดียว หรือ Single Market and Production Base นั้นหมายถึงจะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี สามารถดำเนินกระบวนการผลิตที่ไหนก็ได้ โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศทั้งวัตถุดิบและแรงงานมาร่วมในการผลิต มีมาตรฐานสินค้า กฎเกณฑ์กฎระเบียบเดียวกัน



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลพื้นฐานองค์กร

ชื่อบริษัท.....

ที่อยู่ (สำนักงานใหญ่).....

ที่อยู่ (บริษัท).....

เบอร์โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์..... อีเมลล์.....

1.2 ตำแหน่งที่ทำงาน

☐ เจ้าของกิจการ / รองประธานหรือสูงกว่านั้น☐ ผู้จัดการ☐ ผู้ช่วยผู้จัดการ☐ หัวหน้างาน☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.3 ประเภทอุตสาหกรรม

☐ การผลิตเส้นใย เส้นด้าย☐ การผลิตผ้าผืน ระบุ☐ ผ้าทอ☐ ผ้าถัก☐ ผ้าไม่ทอ☐ การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ระบุ☐ เสื้อผ้าบุรุษ - สตรี☐ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอทางเทคนิค☐ เสื้อผ้าเด็ก☐ เคหะสิ่งทอ☐ เสื้อผ้ากีฬา☐ ชุดชั้นใน☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.4 ลักษณะการประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ รับจ้างผลิต (OEM)☐ เจ้าของตราสินค้า (Brand name) ระบุตราสินค้า.....☐ ตัวแทนการค้า (Trader)☐ ผู้รับจ้างออกแบบ (Design house)

1.5 ขนาดของสถานประกอบการ (จำนวนพนักงานทั้งหมด)

☐ น้อยกว่า 50 คน☐ ตั้งแต่ 50-199 คน☐ ตั้งแต่ 200-500 คน☐ ตั้งแต่ 501-1,000 คน☐ ตั้งแต่ 1,000 คนขึ้นไป

1.6 สัดส่วนการถือหุ้น

☐ ไทย%☐ ต่างชาติ% (โปรดระบุสัญชาติ)

1.7 ที่มาแหล่งวัตถุดิบของสถานประกอบการ

☐ ภายในประเทศ.....%☐ นำเข้าจากต่างประเทศ.....% (โปรดระบุประเทศ)

สัดส่วนของการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ

☐ ไม่มีการส่งออก☐ มี เป็นสัดส่วน (โปรดระบุ)..... %

1.8 ตลาดลูกค้าของสถานประกอบการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ทวีปอเมริกา.....%☐ ทวีปยุโรป.....%☐ อาเซียน.....%☐ ทวีปออสเตรเลีย.....%☐ ญี่ปุ่น.....%☐ เกาหลี.....%☐ ทวีปแอฟริกา.....%☐ อื่นๆ.....%

1.9 บริษัทของท่านมียอดขายเฉลี่ย ในปี พ.ศ. 2552 บาท

พ.ศ. 2553 บาท

พ.ศ. 2554 บาท



1.10 บริษัทของท่านตั้งอยู่ในพื้นที่ใดต่อไปนี้

- ☐ 1) นิคมอุตสาหกรรม
☐ 2) เขตเศรษฐกิจพิเศษ
☐ 3) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.11 สัดส่วนและจำนวนพนักงานในปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)

	จำแนกตามการว่าจ้าง		จำแนกตามทักษะ		จำแนกตามระดับการศึกษา			
	พนักงานประจำ	พนักงานไม่ประจำ (Sub-contractor, Outsource, ฯลฯ)	พนักงานมีทักษะ (Skilled Labors)	จำนวนพนักงานไม่มีทักษะ (Unskilled Labors)	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปวช./ปวส.	ต่ำกว่าปวช./ปวส.
ปัจจุบัน	%	%	%	%	%	%	%	%
ความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)	%	%	%	%	%	%	%	%

1.12 บริษัทของท่านมีอัตราการเปลี่ยนพนักงานเป็นจำนวน..... % ต่อเดือน

1.13 โครงสร้างต้นทุนของบริษัทของท่าน

1. อัตราการผลิตเฉลี่ย..... ชิ้น/คน/วัน
 2. อัตราการ Rework เฉลี่ย ชิ้น/ เดือน
 3. การแจกแจงต้นทุนเพื่ออธิบายรายละเอียดในการคิดราคาที่น่ามาใช้นำมาคำนวณต้นทุนต่อหน่วยและต้นทุนรวม

	ต้นทุนต่อหน่วย (%)	ต้นทุนรวม (%)
1) แรงงาน	%	%
2) วัสดุ ชิ้นส่วน ส่วนประกอบ วัตถุดิบ	%	%
3) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและจัดเก็บ	%	%
4) ค่าสาธารณูปโภค และพลังงาน	%	%
5) ค่าบริหารจัดการ	%	%
6) อื่น ๆ.....	%	%
รวม	100%	100%

ส่วนที่ 2 โครงสร้างโซ่อุปทานปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)

2.1 บริษัทของท่านมีผู้ส่งมอบ (Supplier and Vendor) ในแต่ละประเทศเป็นสัดส่วนอย่างไร (คิดตามมูลค่า)

	ไทย	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	อื่นๆ
ปัจจุบัน	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
ความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%



2.2 บริษัทของท่านมีลูกค้าในแต่ละประเทศเป็นสัดส่วนอย่างไร (คิดตามมูลค่า)

	ไทย	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	อื่นๆ
ปัจจุบัน	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
ความคาดหวังในอนาคต (เมื่อเปิด AEC อย่างสมบูรณ์)	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

2.3 บริษัทของท่านมีวิธีการขนส่งสินค้าอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) เครื่องบิน มีสัดส่วนการขนส่งคิดเป็น..... %
- ☐ 2) รถไฟ มีสัดส่วนการขนส่งคิดเป็น.....%
- ☐ 3) รถบรรทุก มีสัดส่วนการขนส่งคิดเป็น..... %
- ☐ 4) เรือ มีสัดส่วนการขนส่งคิดเป็น..... %

2.4 ในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า / ปลายทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) มีรถที่ใช้ในการขนส่งเป็นของตนเอง จำนวน.....%
- ☐ 2) ใช้บริการจากผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs)
- ☐ 3PLs ต่างชาติ จำนวน..... %
- ☐ 3PLs สัญชาติไทย จำนวน..... %

ส่วนที่3 มุมมองของการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

3.1 เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม
- ☐ ยังคงบทบาทของผู้ผลิตเช่นเดิม แต่มีการกระจายงานไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าพร้อมกับลดกำลังการผลิตในปัจจุบันลง
- ☐ เปลี่ยนบทบาทเป็น Research and Development
- ☐ อื่นๆ

3.2 เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างสมบูรณ์ จะเกิดการย้ายฐานการผลิตหรือไม่ อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตและองค์กรไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ (AEC)
- ☐ เกิดการย้ายฐานการผลิต โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจ (AEC) แต่องค์กรยังคงทำงานอยู่ที่ประเทศไทย (ทำหน้าที่อื่นนอกจากการผลิตเช่น R&D เป็นต้น)
- ☐ ไม่เกิดการย้ายฐานการผลิต
- ☐ อื่นๆ

3.3 เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างสมบูรณ์ บริษัทของท่านจะได้รับประโยชน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ได้ประโยชน์จากนโยบายการค้าเสรี
- ☐ ได้ประโยชน์จากนโยบายเรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี
- ☐ ได้ประโยชน์จากนโยบายสนับสนุนการลงทุนในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ อื่นๆ



3.4 เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างสมบูรณ์ บริษัทของท่านจะเสียประโยชน์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เกิดปัญหาในเรื่องของค่าเงินหากต้องมีการใช้สกุลเงินร่วมกัน
- ☐ เกิดปัญหาในเรื่องของการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด อันเกิดจากนโยบายการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี
- ☐ อื่นๆ

3.5 บริษัทของท่าน มีการเตรียมความพร้อมอย่างไรต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในเรื่องใดสำคัญที่สุด (โปรดจัดลำดับความสำคัญ โดยให้ 1 มากที่สุด 2 มาก 3 ปานกลาง 4 น้อย)

- ☐ มีการจัดตั้งทีมงานและผู้รับผิดชอบในเรื่องการปรับตัวและการวางแผนกลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชน
- ☐ มีการจัดอบรมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในพนักงานในบริษัทในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ ไม่มีการเตรียมความพร้อมภายในองค์กรต่อการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ อื่นๆ

3.6 สิ่งที่ต้องการจากภาครัฐเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ต้องการให้ภาครัฐมีการประเมินสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในกรณีที่มีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ ต้องการให้ภาครัฐมีการจัดตั้งทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่พนักงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ รัฐบาลควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนถูกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ☐ อื่นๆ

3.7 แนวคิดในการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การลดต้นทุนในการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น (Outsourcing)
- ☐ การขยายโรงงานปัจจุบันเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต
- ☐ การเปลี่ยนบทบาทขององค์กรในปัจจุบัน โดยรับผิดชอบในงานด้านอื่นๆ แทน เช่น R&D และย้ายงานด้านการผลิตไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- ☐ อื่นๆ

3.8 บริษัทของท่านเคยย้ายฐานการผลิตมาก่อนหรือไม่

- ☐ ไม่เคย
- ☐ เคย

จากประเทศ.....สาเหตุที่ย้าย.....

3.9 ถ้าท่านคิดจะย้ายฐานการผลิตจะย้ายไปที่ใดในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ย้ายฐานการผลิตไปประเทศ.....

ข้อดี -

-

-

ข้อเสีย -

-

-

โอกาสที่ท่านจะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศนั้นๆ เมื่อประเทศไทยมีการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC).....%



3.10 กรณีที่ท่านไม่ต้องการย้ายฐานการผลิตไปในต่างประเทศ องค์กรของท่านจะมีแนวทางในการปรับตัวอย่างไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ ลดต้นทุนการผลิต | ☐ นำระบบสินค้า / cell มาประยุกต์ใช้ |
| ☐ เปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตเป็น Trader | ☐ ทำ TPM |
| ☐ Quality building | ☐ พัฒนานักออกแบบเพิ่มขึ้น |
| ☐ เพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานและให้สามารถทำงานได้หลากหลายมากขึ้น | |
| ☐ มีการพัฒนาโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Best Practices) | |
| ☐ ขยายฐานการตลาดภายในประเทศให้เพิ่มขึ้น | |
| ☐ เพิ่มการบริหารจัดการสารสนเทศภายในองค์กร และระหว่างองค์กร | |
| ☐ ปรับขนาดองค์กรให้เล็กลง | |
| ☐ ใช้แรงงานต่างชาติโดยภาครัฐออกกฎหมายสนับสนุน | |
| ☐ ย้ายฐานการผลิตมาที่บริเวณชายแดน | |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

3.11 กรณีที่ไม่ย้ายฐานการผลิต องค์กรของท่านต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลืออะไรบ้าง

(โปรดจัดลำดับความสำคัญ โดยให้ 1 มากที่สุด 2 มาก 3 ปานกลาง 4 น้อย 5 น้อยที่สุด)

- | |
|--|
| ☐ ให้ข้อมูลแผนการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว |
| ☐ สนับสนุนให้เกิดศักยภาพเชิงรุก เช่น Business Matching ใหม่ๆ |
| ☐ ขยายกรอบเงื่อนไขที่จะรับเข้าสู่ Free Zone ที่สนับสนุนกระบวนการผลิตเพิ่มเติม (Value added) |
| ☐ ช่วยจัดหางบประมาณเพื่อพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีทั้งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม |
| ☐ จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ |
| ☐ มีนโยบายที่ชัดเจนในด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |



การระบุคะแนนความเห็นจากมุมมองของท่านซึ่งเป็นมุมมองของท่านสำหรับความคิดในด้านต่างๆ โดยทำการเปรียบเทียบประเทศของท่านกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนดังนี้

- 5 – ท่านเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง 4 – ท่านเห็นด้วย 3 – ท่านไม่แน่ใจ
2 – ท่านไม่เห็นด้วย 1 – ท่านไม่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง

ลำดับที่	ปัจจัย	ความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องแรงงานเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ความเชี่ยวชาญของแรงงาน หรือค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น					
2	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องปัจจัยด้านวัตถุดิบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ เป็นต้น					
3	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องระบบโลจิสติกส์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ระบบการให้บริการด้าน 3PLs เป็นต้น					
4	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องการให้บริการด้านสาธารณูปโภค (Infrastructure) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น เส้นทางคมนาคม การให้บริการด้านพลังงาน เป็นต้น					
5	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องเสถียรภาพรัฐบาลเมื่อเปรียบเทียบกับรัฐบาลของประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน					
6	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องเศรษฐกิจเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น การขยายตัวทางเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน					
7	ประเทศของท่านมีปัญหาเรื่องความเสี่ยงในด้านต่างๆ น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติ เป็นต้น					
8	ประเทศของท่านมีข้อได้เปรียบเรื่องภูมิศาสตร์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น การได้เปรียบทางการคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ เป็นต้น					



ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม

กรุณาระบุคะแนนปัจจัยจากมุมมองของท่านโดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนดังนี้

- 5 – ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 4 – ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก 3 – ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง
2 – ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย 1 – ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ลำดับที่	ปัจจัย	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
1. ปัจจัยด้านแรงงาน						
1.1	ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก (Low Labor Cost)					
1.2	ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน (Flexibility of Wage Determination)					
1.3	แรงงานมีระดับการศึกษาสูง (Higher Education)					
1.4	มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ (Labor Availability)					
1.5	มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง (High Labor Skill)					
1.6	แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน (Employment Attitude)					
1.7	มีอัตราการเติบโตของการจ้างงานสูง (Growth in Employment)					
1.8	มีอัตราการถูกเลิกจ้างต่ำ (Growth in Unemployment)					
2. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ						
2.1	ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก (Material Cost)					
2.2	ปริมาณวัตถุดิบมีเพียงพอต่อความต้องการ (Material Availability)					
2.3	วัตถุดิบมีคุณภาพสูง (Material Quality)					
2.4	ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง (Supplier Quality)					
2.5	ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ เช่น ประวัติการส่งสินค้า ความตรงต่อเวลาในการนำส่ง (Supplier Reliability)					
3. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์						
3.1	มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ (Availability of 3PLs)					
3.2	มีประเภทของการขนส่งที่หลากหลาย (Transport Variabilities)					
3.3	มีต้นทุนการในการขนส่งต่ำ (Low Cost Transport)					
3.4	มีความยืดหยุ่นของระบบขนส่ง (Transport Performance)					
3.5	ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย (Transport Lead Time)					
3.6	จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก (Ease of Transport Document)					
3.7	มีต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ต่ำ (Low Investment in Import / Export)					
4. โครงสร้างพื้นฐาน						
4.1	มีปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมเพียงพอต่อความต้องการ (Availability of Water Resource)					
4.2	ปริมาณน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Water Resource)					
4.3	มีต้นทุนของน้ำประปาต่ำ (Low Cost of Water Resource)					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัย	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
4.4	มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้บริการได้ตลอดเวลา (Availability of Energy Resource)					
4.5	มีแหล่งพลังงานที่น่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Energy Resource)					
4.6	ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาต่ำ (Low Cost of Energy Resource)					
4.7	มีเส้นทางคมนาคมทางอากาศที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา (Availability of Air Transport)					
4.8	เส้นทางคมนาคมทางอากาศมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Air Transport)					
4.9	ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางอากาศต่ำ (Low Cost of Air Transport)					
4.10	มีเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สะดวกและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา (Availability of Marine Transport)					
4.11	เส้นทางคมนาคมทางน้ำมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Marine Transport)					
4.12	ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำต่ำ (Low Cost of Marine Transportation)					
4.13	มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา (Availability of Road Transport)					
4.14	เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง (Reliability of Road Transport)					
4.15	มีต้นทุนการในการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ (Cost of Vehicle Transport)					
4.16	มีการกระจายของสิ่งอำนวยความสะดวก (สินค้าและบริการ) ที่ทั่วถึง (Distributional Infrastructure)					
4.17	ค่าใช้จ่ายของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่ำ (Low Information Technology Cost)					
4.18	มีศักยภาพและความน่าเชื่อถือของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูง (High Quality and Reliability of Information Technology)					
4.19	มีความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Accessibility of Information Technology)					
4.20	มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารเพียงพอต่อความต้องการ (Availability of Information Technology)					
4.21	มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่นๆ (Availability of Latest Technology)					
4.22	มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำ (Connectivity)					



ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัย	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
4.23	มีมูลค่าการลงทุนและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสูงและมีการสนับสนุนในการลงทุนเพื่อพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Funding for Technological Development)					
5. ปัจจัยด้านรัฐบาล						
5.1	รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง (Government Security)					
5.2	รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง (High Government Potential)					
5.3	มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง (Law Enforcement)					
5.4	มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก (Funding for Infrastructure Project)					
6. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ						
6.1	เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง (Exchange Rate)					
6.2	การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (High Rate Inflation)					
6.3	มีการขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม (Interest Rate Spread)					
6.4	มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Domestic Market Size)					
7. ปัจจัยด้านความเสี่ยง						
7.1	มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ (Low Risk of Natural Disaster)					
7.2	มีปัญหามลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ (Low Pollution Problem)					
7.3	มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ (Low Disease Problem)					
8. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง						
8.1	มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า (Accessibility to Supplier)					
8.2	มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน (Positive Working Environment)					
8.3	มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน (Positive Working Climate)					

โปรดเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย โดยเรียงลำดับจากเลข 1 (ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึงเลข 8 (ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด)

ปัจจัย	มีความสำคัญเป็นลำดับ
1. ปัจจัยด้านแรงงาน	
2. ปัจจัยด้านวัตถุดิบ	
3. ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์	
4. โครงสร้างพื้นฐาน	
5. ปัจจัยด้านรัฐบาล	
6. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	
7. ปัจจัยด้านความเสี่ยง	
8. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	



ส่วนที่ 5 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานขององค์กร

โปรดเลือกระดับที่เหมาะสมกับองค์กรท่านมากที่สุด หลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน คือ

- 1 หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ยังไม่ได้กำหนดเป็นกลยุทธ์หรือนโยบายขององค์กร
- 2 หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐาน แต่ยังไม่ครบถ้วนและต่อเนื่อง
- 3 หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐาน และมีการปฏิบัติอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง
- 4 หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ได้มีการกำหนดวิธีทำงานที่เป็นมาตรฐานและมีการประสานงานเชื่อมโยงกันในองค์กร
- 5 หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ได้มีระบบการทำงานประสานงานอย่างต่อเนื่องทั่วถึงทั้งองค์กร ผู้ส่งมอบ และลูกค้า

ลำดับที่	ศักยภาพ	ระดับความสำคัญ				
		1	2	3	4	5
1. การกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ						
1.1	กลยุทธ์ระดับองค์กรในการให้ความสำคัญกับระบบการบริหารโซ่อุปทานและโลจิสติกส์					
1.2	การทำสัญญาร่วมกับผู้ส่งมอบ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน					
1.3	การทำสัญญาร่วมกับลูกค้า และการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน					
1.4	ระบบในการประเมินสมรรถภาพ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า					
1.5	ระบบในการฝึกอบรม ยกระดับพนักงาน					
2. กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน						
2.1	กลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์ทรัพยากร และออกแบบระบบโลจิสติกส์ให้เหมาะสมที่สุด					
2.2	กลยุทธ์การวางแผนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต					
2.3	ความสามารถในการส่งมอบ					
2.4	กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า					
2.5	มาตรฐานในแต่ละกระบวนการ และการนำมาตรฐานนั้น ๆ ไปใช้					
3. กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน						
3.1	ระบบการผลิต					
3.2	รอบในการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และกระแสเงิน					
3.3	ช่วงเวลานำการสั่งซื้อของลูกค้า (เริ่มจากรับคำสั่งลูกค้าจนได้รับสินค้า) และประสิทธิภาพในการใช้พาหนะในการขนส่งสินค้า					
3.4	การประเมินสมรรถภาพ และคุณภาพการขนส่ง					
3.5	การรับรู้สถานะของสินค้าคงคลังในโซ่อุปทาน และค่าเสียโอกาส					
3.6	กิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่องค์กรมีส่วนร่วม					
3.7	มูลค่าด้านโลจิสติกส์รวมของกิจกรรมต่าง ๆ					
4. กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						
4.1	ขอบข่ายของการใช้ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่จำเป็นสำหรับคู่ค้าผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI)					
4.2	การใช้ระบบบาร์โค้ด หรือระบบติดตามสินค้า (Automatic Identification and Data Capture : AIDC)					
4.3	การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการดำเนินงานและการตัดสินใจ					
4.4	การใช้หมายเลขมาตรฐาน และรหัสในการระบุสินค้าตามใบรับรองคุณภาพ/มาตรฐานสากล					
4.5	ระบบการตัดสินใจ และการสนับสนุนองค์กรคู่ค้าในโซ่อุปทาน					
5. ความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ						
5.1	ความร่วมมือกันด้านโลจิสติกส์ระหว่างธุรกิจที่เป็นพันธมิตรและธุรกิจประเภทเดียวกัน					
5.2	การให้ความสำคัญด้านการร่วมมือด้านโลจิสติกส์ระหว่างองค์กรและหน่วยงานวิจัยและพัฒนา					



บทความที่เผยแพร่

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์, รณชัย ศิริโรเวชญกุล, พัทธราภรณ์ เนียมมณี, อรมน ปั่นทอง, วริยา ปานปรุ่ง, กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล และ รวิพิมพ์ ฉวีสุข. 2556. ปัจจัยของการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. การประชุมวิชาการข่ายงานวิศวกรรมอุตสาหกรรม ประจำปี 2556 IE Network Conference 2013 (IENET 2013). 16-18 ตุลาคม 2556. โรงแรม เอวัน เดอะ รอยัลครุช พัทยา จังหวัดชลบุรี.

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์, อรมน ปั่นทอง และ วริยา ปานปรุ่ง. 2556. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มกรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม. การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 13 (Thai Value Chain Management and Logistics: Thai VCML 2013). 21 – 24 พฤศจิกายน 2556. โรงแรมเซ็นทารา แอนด์คอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น. หน้า 9-17. (เป็นบทความที่ได้รับรางวัลบทความดีเด่น)

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์, พัทธราภรณ์ เนียมมณี, กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล และ รณชัย ศิริโรเวชญกุล. 2556. การเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 13 (Thai Value Chain Management and Logistics: Thai VCML 2013). 21 – 24 พฤศจิกายน 2556. โรงแรมเซ็นทารา แอนด์คอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น. หน้า 413-421.



ปัจจัยของการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อม สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Factors Affecting Thai Apparel Supply Chain Redesign towards Readiness to ASEAN Economic Community

วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์^{1*} รณชัย ศิริเวธนูกุล² พัชรารณ เนียมมณี³ อรมน ปันทอง⁴ วริยา ปานปung⁵
กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล⁶ รวิพิมพ์ ฉวีสุข⁷

^{1*}สาขาวิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

²ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

³ภาควิชาสถิติ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

⁴สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

⁵สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

⁶ภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

⁷ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: walailaknoi@gmail.com, ronnachai.sir@mahidol.ac.th, pat_nida@yahoo.com,
orramonja@yahoo.com, wariya7523@gmail.com, wkornthip@gmail.com, ravipimc@gmail.com

Walailak Atthirawong^{1*} Ronnachai Sirovetnukul² Patcharaporn Neammanee³ Orramon Panthong⁴

Wariya Panpung⁵ Kornthip Watcharapanyawong Techamettheekul⁶ Ravipim Chaveesuk⁷

¹Department of Applied Statistics, Faculty of Science, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

²Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Mahidol University, Nakhon Pathom 73170

³School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration (NIDA)

⁴Division of Business Administration, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University

⁵Division of Accounting, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University

⁶Department of Textile Technology, Faculty of Agro-Industry, Kasetsart University

⁷Department of Agro-Industrial Technology, Faculty of Agro-Industry, Kasetsart University

E-mail: walailaknoi@gmail.com, ronnachai.sir@mahidol.ac.th, pat_nida@yahoo.com,
orramonja@yahoo.com, wariya7523@gmail.com, wkornthip@gmail.com, ravipimc@gmail.com

บทคัดย่อ

การเปิดการค้าเสรีภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะก่อให้เกิดการขยายตลาดโอกาสด้านการค้าและการลงทุน สร้างอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ต้องมีการปรับโครงสร้างของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมใหม่ (Supply Chain Redesign) เพื่อให้ลดความซับซ้อนลง รวมทั้งเกิดการรวมตัวกันทางเครือข่ายทางธุรกิจใหม่หรือปรับเปลี่ยนบทบาทใหม่ในโซ่อุปทาน รวมทั้งการย้ายฐานการผลิต ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ASEAN นั้นก็จะสามารถแก้ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน รวมทั้งค่าแรงของประเทศไทยที่ปรับสูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามการย้ายฐานการผลิตหรือการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานใหม่ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีอาเซียนนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ถึงศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งในด้านเชิงรุกและเชิงรับให้แก่ผู้ประกอบการไทย ดังนั้น งานวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ ศึกษาถึง 1) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) 2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และ 3) ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย



ผลการวิจัยพบว่าในมุมมองของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างระบุว่าปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านสาธารณูปโภค 2) ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ 3) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย 4) ด้านระบบโลจิสติกส์ 5) ด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน 6) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 7) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงาน และ 8) ด้านเสถียรภาพรัฐบาล ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการได้ระบุว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยเรียงตามลำดับความสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้จากการสำรวจถึงศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารังนี้มีศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงสุดเป็นอันดับแรกและมีศักยภาพด้านความร่วมมือของสถานประกอบการต่ำที่สุด

คำหลัก ปัจจัย การปรับรูปแบบโซ่อุปทาน เครื่องนุ่งห่ม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

Thailand may encounter both opportunities and crises when the ASEAN Economic Community (AEC) is implemented in a few years. AEC will open more opportunities to enterprises in both trade and investment, which will create a competitive market of over 600 million people, as well as enhance the competitive advantage. As such, it may be necessary for enterprises to redesign their supply chains to make them less complicate via joining together into new partnerships or redesign their roles in supply chains. Furthermore, it is essential to study factors affecting redesign supply chains as well as potentials in logistics and supply chain performance in order to prepare themselves to the readiness of ASEAN Economic Community. This research, therefore, aims to study 1) the entrepreneurs' opinion towards Thailand competitiveness' factors comparing with ASEAN, 2) factors affecting garment industry and 3) logistics and supply chain performance of manufacturing enterprises in garment industry in Thailand.

The research reveals that according to the entrepreneurs' opinion, Thailand competitiveness' factors are 1) infrastructure, 2) location of the country, 3) low risk factors comparing among other AEC countries, 4) logistics system, 5) economy factors, 6) raw materials factors, 7) labor factors, and 8) government policies, respectively. The three key factors affecting garment industry are 1) labor factors, 2) raw material and 3) economic circumstances, respectively. According to logistics and supply chain performance of manufacturing enterprises in garment industry in Thailand, the study found that the logistics and supply chain performance strategy was ranked at the highest level whereas the collaboration with other garment companies as well as related agencies (i.e., the research and development organizations) was ranked at the lowest level.

Keywords: Factor, Supply Chain Redesign, Garment, ASEAN Economic Community

1. บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้นมีศักยภาพในการแข่งขันสูงเมื่อพิจารณาในด้านวัตถุดิบ ประเทศมีกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในด้านการผลิตการใช้ เทคโนโลยีเครื่องจักรสิ่งทอมีความแตกต่างกันมาก สำหรับด้านบุคลากรแรงงานของไทยโดยรวมมีทักษะทางการผลิตที่ดี ส่วนเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Research and Development) ผู้ประกอบไทยยังมีความหลากหลายในการพัฒนาไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการวิเคราะห์ความมีศักยภาพที่กล่าวมาจึงส่งผลต่อความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยภาพรวมเพื่อการส่งออก ซึ่งผู้ส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มควรตระหนักถึงและพร้อมที่จะรับมือกับกฎการค้าเสรีในรายละเอียดเรื่องข้อมูลการค้า สิทธิประโยชน์ต่างๆ การกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแนวคิดใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการส่งมอบทันเวลา ราคาขายที่ทำให้ทั้งคู่



ซื้อและผู้ขายได้รับความพึงพอใจ และบริการหลังการขายเพื่อรักษาความพึงพอใจและสร้างความประทับใจ อันจะนำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำซึ่งนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับการดำเนินธุรกิจในโลกไร้พรมแดน ณ ปัจจุบัน

การเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะก่อให้เกิดการขยายตลาด โอกาสด้านการค้า และการลงทุน สร้างอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มที่ รวมทั้งเกิดการรวมตัวกันทางเครือข่ายทางธุรกิจใหม่ ซึ่งส่งผลให้ต่างชาติเกิดความสนใจที่จะเข้ามาทำการลงทุนในภูมิภาคมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจและช่วยกระตุ้นให้เกิดการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นจะส่งผลกระทบต่อหลายประการต่อการค้าของประเทศไทยกับประเทศในอาเซียน โดยพบว่าสินค้าส่งออกหลายรายการของไทยนั้นยังมีความได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน แต่ก็ยังมีสินค้าหลายรายการที่จะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ซึ่งกลุ่มสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่คาดว่าจะได้เปรียบเมื่อเปิดการค้าเสรี เช่น ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์ ในตลาดอินโดนีเซีย เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ ในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น [1] ดังนั้นผู้ประกอบการไทย จำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจ เพื่อทราบถึงข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่จะส่งผลกระทบต่อตรงกับอุตสาหกรรม และเตรียมความพร้อมสำหรับเชิงรุกและเชิงรับไว้ล่วงหน้า เพื่อได้รับประโยชน์สูงสุดในสาขาที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาขีดความสามารถของไทยในตลาดอาเซียนและตลาดโลก

อนึ่งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นนอกจากจะเป็นการสร้างโอกาสและตลาดที่ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แล้ว การเปิดเสรีภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นอาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโซ่อุปทาน เช่น เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากต้นทุนแรงงาน วัตถุดิบที่ถูกกว่า หรือมีข้อจำกัดในด้านภาษี พิธีการด้านศุลกากรมีข้อจำกัดน้อยลง ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศอื่น ๆ นั้นส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก งานวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ ศึกษาถึงศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบโซ่อุปทานและโซ่คุณค่าที่เหมาะสมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยต่อไป ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
3. ศึกษาศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) และลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

2.1 สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยโดยดำเนินการเปรียบเทียบปัจจัย 8 ด้านกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันกว่าประเทศอื่นๆ มีความได้เปรียบในระดับใดโดยใช้มาตรวัด Likert's Scale โดย 1 (เป็นปัจจัยที่มีได้เปรียบน้อยที่สุด) และ 5 (เป็นปัจจัยที่มีความได้เปรียบมากที่สุด)

2.2 ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบสาธารณูปโภค ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญจาก 1 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด) ถึง 8 (เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด)

2.3 ประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยใช้แบบประเมินที่ประยุกต์จาก Takao Enkawa [2] ดนุพันธ์ วิสุวรรณ และวลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ [3] อภิชาติ โสภานแดง และคณะ [4,5] โดยเมทริกซ์การประเมินกลยุทธ์ต่างๆ แบ่งออกเป็น 5 กลยุทธ์ ดังนี้



- 1) กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร
- 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน
- 3) กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
- 4) กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5) กลยุทธ์ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ [6]

ค่าเฉลี่ย	ระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน
น้อยที่สุด	1.00-1.80
น้อย	1.81-2.60
ปานกลาง	2.61-3.40
มาก	3.41-4.20
มากที่สุด	4.21-5.00

3.2 จัดลำดับความสำคัญถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโดยใช้วิธี Weight for Rank โดยมีสูตรคำนวณ และขั้นตอนการคำนวณคะแนนของแต่ละปัจจัย ซึ่งแสดงไว้ในตารางที่ 1 ดังนี้ [4,5]

1. เรียงลำดับปัจจัยหลักในแต่ละกลุ่มตามผลการเก็บข้อมูล โดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนน ดังแสดงในสมรรถที่ (1)
2. นำปัจจัยหลักมาหาหน้าหนักโดยใช้วิธีหาค่าน้ำหนักจากค่าเฉลี่ย (Weight from AVG (%)) ในสมรรถที่ (2)

$$Wr = \frac{\frac{1}{r_j}}{\sum_{k=1}^n \frac{1}{r_k}} \quad (1)$$

โดยที่ r_j คืออันดับของคุณลักษณะที่ j จัดอันดับ

ทั้งหมด n หลักเกณฑ์โดยได้นำหน้าหนักของแต่ละปัจจัย

โดยผลรวมของน้ำหนักในปัจจัยหลักมีค่าเท่ากับ 1

3. นำคะแนนของปัจจัยย่อยที่เก็บได้มาหาค่าเฉลี่ยในแต่ละหมวดปัจจัยหลัก (Weight from AVG Score) ในสมรรถที่ (3)
4. นำค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยหลัก (2) คูณกับน้ำหนักของแต่ละปัจจัยหลัก (3) จะได้ผลดังในสมรรถที่ (4)
5. คำนวณเปอร์เซ็นต์โดยนำค่าจากการคำนวณให้ข้อ 4 คูณ 100 จากนั้นหารด้วยผลรวมทั้งหมดในข้อ 4 ก็จะได้เปอร์เซ็นต์ในแต่ละปัจจัย ในสมรรถที่ (5)
6. จัดลำดับปัจจัยโดยเรียงลำดับจากเปอร์เซ็นต์มากที่สุดให้เป็น อันดับที่ 1 รองลงมาเป็น อันดับที่ 2, ..., 8 ตามลำดับในสมรรถที่ (6)

3.3 วิเคราะห์ถึงศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ตามเกณฑ์ที่แสดงไว้ในข้อ 3.1

4. ผลการวิจัย

4.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย

จากวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้จำนวน 68 ราย พบว่าในมุมมองของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างระบุว่าปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย เรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านสาธารณูปโภค 2) ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ เช่น การคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 3) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย 4) ด้านระบบโลจิสติกส์ 5) ด้านการขยายตัวทางด้าน



เศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน 6) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ 7) ด้านความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงาน และ 8) ด้านเสถียรภาพรัฐบาล ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 ปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทย

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

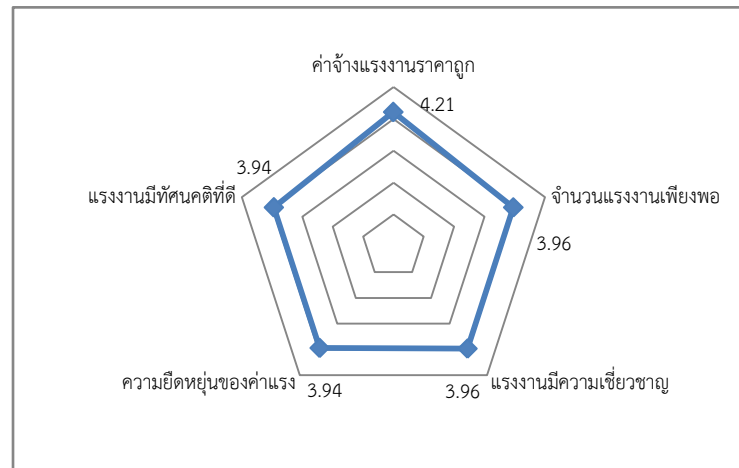
จากการวิเคราะห์ข้อมูลถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน 8 ด้าน โดยใช้วิธี Weight for Rank พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ 3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ 5) ปัจจัยด้านรัฐบาล 6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 7) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ 8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง โดยรายละเอียดการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ปัจจัย (1)	Weight from AVG (%) (2)	Weight from AVG Score (3)	(4) = (2) * (3)	Percent (5)	Rank (6)
ด้านแรงงาน	0.19	3.79	0.73	19.04	1
ด้านวัตถุดิบ	0.16	4.00	0.65	16.99	2
ด้านเศรษฐกิจ	0.14	3.88	0.53	13.91	3
ด้านโลจิสติกส์	0.12	3.88	0.45	11.80	4
ด้านรัฐบาล	0.12	3.74	0.44	11.50	5
ด้านทำเลที่ตั้ง	0.09	3.83	0.34	8.97	6
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	0.09	3.77	0.34	8.93	7
ด้านความเสี่ยง	0.09	3.65	0.34	8.81	8
รวม	1.00	30.38	3.82	100	

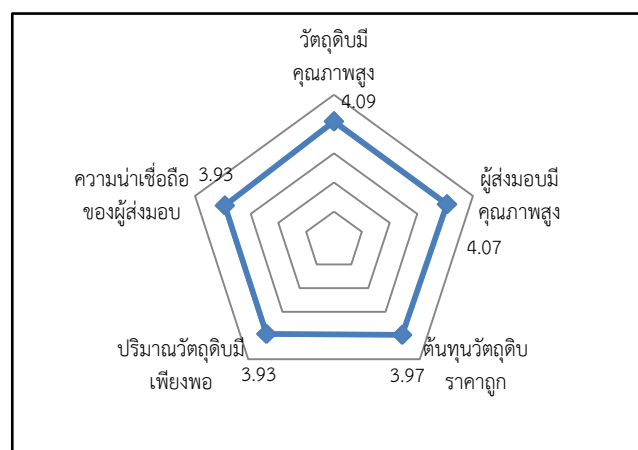
ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักแต่ละปัจจัย พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- 1) **ปัจจัยด้านแรงงาน** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ค่าจ้างแรงงานมีราคาถูก 2) มีจำนวนแรงงานเพียงพอต่อความต้องการ 3) มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง 4) ความยืดหยุ่นของค่าจ้างแรงงาน และ 5) แรงงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำโดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 ปัจจัยย่อยด้านแรงงานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

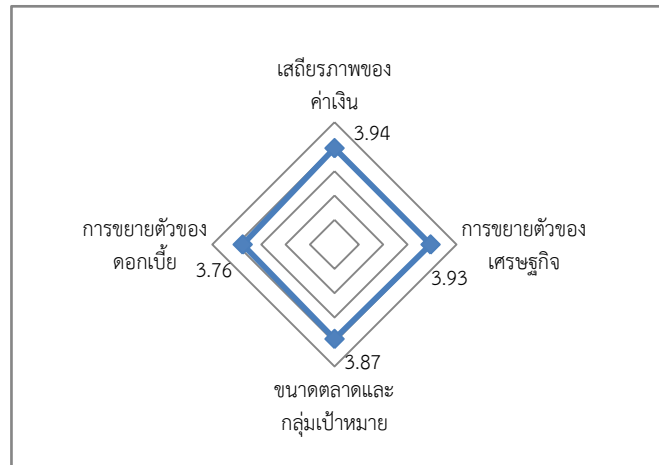
- 2) **ปัจจัยด้านวัตถุดิบ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) วัตถุดิบมีคุณภาพสูง 2) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีคุณภาพสูง 3) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาถูก 4) ปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ และ 5) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งมอบ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ปัจจัยย่อยด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

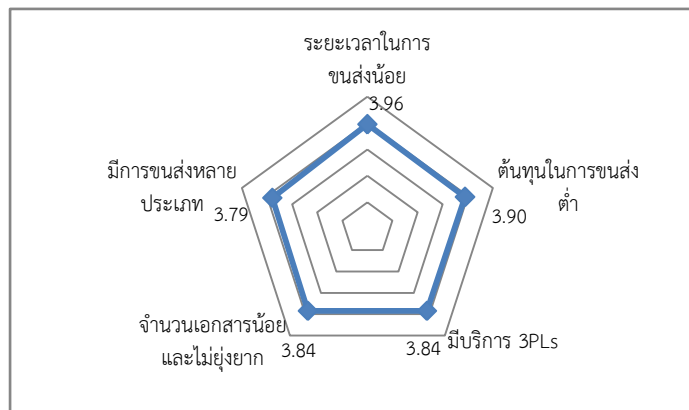
- 3) **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) เสถียรภาพของค่าเงินมีความมั่นคง 2) การขยายตัวของเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 3) มีขนาดของตลาดและกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และ 4) การขยายตัวของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 4





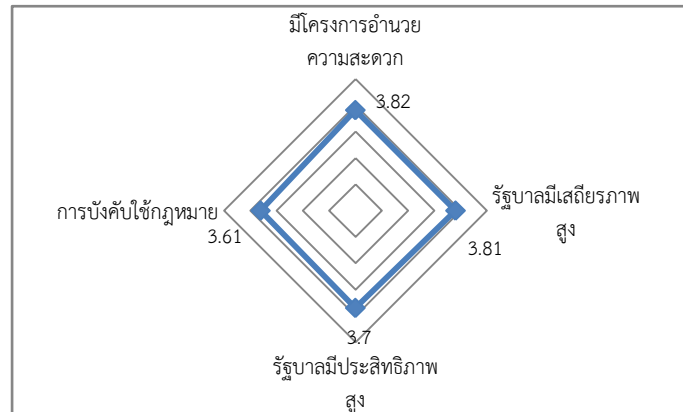
รูปที่ 4 ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4) ปัจจัยด้านระบบโลจิสติกส์ ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งน้อย 2) มีต้นทุนในการขนส่งต่ำ 3) มีปริมาณของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PLs) เพียงพอต่อความต้องการและมีประสิทธิภาพ 4) จำนวนเอกสารในการนำเข้าและส่งออกน้อยและไม่ยุ่งยาก และ 5) มีประเภทการขนส่งที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 5



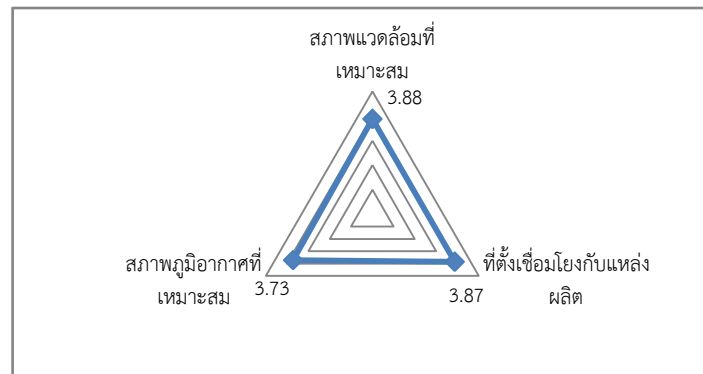
รูปที่ 5 ปัจจัยย่อยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5) ปัจจัยด้านรัฐบาล ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 4 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีโครงการและแผนงานต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกในการลงทุนเป็นจำนวนมาก 2) รัฐบาลมีเสถียรภาพสูงและมีสันติภาพภายในประเทศสูง 3) รัฐบาลมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแลสูง และ 4) มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพสูง โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 6



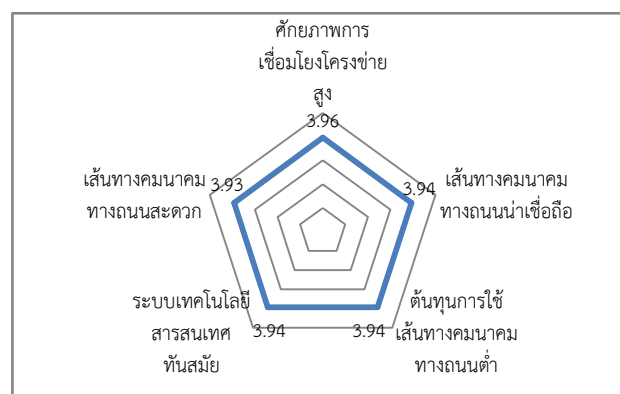
รูปที่ 6 ปัจจัยย่อยด้านรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

6) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน 2) มีที่ตั้งเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตสินค้า และ 3) มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตและการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 7



รูปที่ 7 ปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

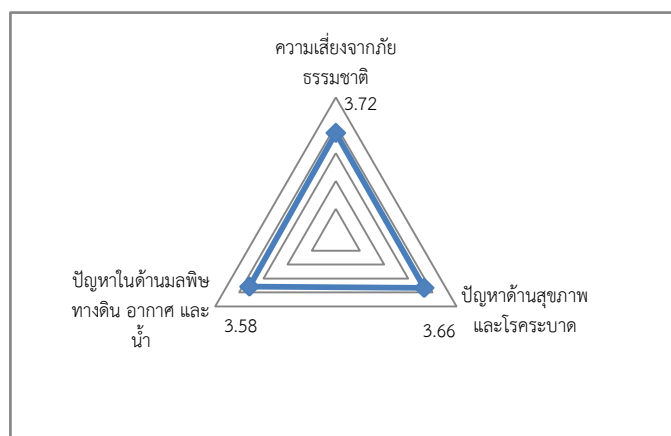
7) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีศักยภาพในการเชื่อมโยงโครงข่ายสูง เช่น สามารถติดต่อกับลูกค้าภายนอกได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ 2) เส้นทางคมนาคมทางถนนมีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง 3) มีต้นทุนการใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนต่ำ 4) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น ระบบไอทีในองค์กรและระบบที่ใช้ติดต่อกับส่วนงานอื่น ๆ และ 5) มีเส้นทางคมนาคมทางถนนที่สะดวกและพร้อมใช้งานตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 8



รูปที่ 8 ปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม



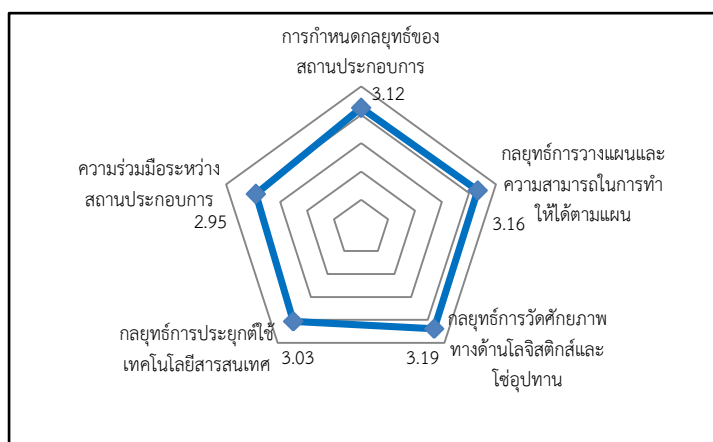
8) ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยย่อยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) มีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติต่ำ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพและโรคระบาดต่ำ และ 3) มีปัญหาในด้านมลพิษทางดิน อากาศ และน้ำต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยดังแสดงในรูปที่ 9



รูปที่ 9 ปัจจัยย่อยด้านความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

4.3 สรุปการประเมินศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในปัจจุบัน

ในการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพใน 5 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ 2) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) ด้านการวัดศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 4) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีศักยภาพด้านการวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.19$, S.D.= 0.91) รองลงมาได้แก่ศักยภาพในด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 3.16$, S.D.= 0.91) ด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.12$, S.D.=0.95) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.03$, S.D.=0.99) ตามลำดับ และพบว่ามีความร่วมมือของสถานประกอบการต่ำที่สุด ($\bar{X} = 2.95$, S.D. = 1.16) ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่สุดของในด้านการบริหารจัดการด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสถานประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วพบว่าผู้ประกอบการยังมีศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยรูปที่ 10 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยในแต่ละด้าน



รูปที่ 10 ศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

5.สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยทำการศึกษาลงถึงปัจจัยของการปรับรูปแบบโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการสำรวจ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และ ประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผู้ประกอบการเห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม 4 อันดับแรกเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน คือ 1) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค 2) ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ของประเทศที่มีการคมนาคมหรือความสะดวกในการเข้าถึงท่าเรือ 3) ความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย และ 4) ระบบโลจิสติกส์ที่ดีเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยนั้นผู้ประกอบการระบุว่า ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเป็น 3 อันดับแรก นอกจากนี้งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจถึงศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีกลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงสุดเป็นอันดับแรก แต่ยังมีศักยภาพด้านความร่วมมือของสถานประกอบการต่ำที่สุด

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในแง่ขนาดโรงงาน ความสามารถในการด้านการออกแบบและเพิ่มคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งจากผลกระทบจากต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งราคาสาธารณูปโภคและพลังงาน รวมทั้งปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน ในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มก็ได้รับผลกระทบแตกต่างกันไป โดยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและเล็กที่มีขีดความสามารถในการปรับตัวต่ำกว่า ส่วนใหญ่ยังรับจ้างผลิตสินค้าที่ต้องแข่งขันด้านราคา ขาดศักยภาพที่จะขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ รวมทั้งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน จะเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการปิดกิจการในที่สุด จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวภายในองค์กรโดยนำหลักการบริหารจัดการสมัยใหม่ต่าง ๆ เช่น การผลิตแบบลีน การบำรุงรักษาวิมผลโดยทุกคนมีส่วนร่วม (TPM) เป็นต้น รวมทั้งการนำแนวทางการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุนลงและให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและเป็นการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่และมีการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปแล้วอาจย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่แรงงานถูกกว่าและได้รับสิทธิประโยชน์ GSP จากประเทศในกลุ่ม CLMV เช่น สปป.ลาว และกัมพูชา เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตลดลงและสามารถลดภาษีการส่งออกไปยังประเทศสหภาพยุโรปได้ อย่างไรก็ตามการย้ายฐานการผลิตนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความช่วยเหลือแนะนำในด้านข้อมูลจากภาครัฐเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าไปลงทุนของแต่ละประเทศ ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมก่อนตัดสินใจ

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. รัฐบาลควรมีนโยบายให้การส่งเสริมพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานผู้ประกอบการให้มากขึ้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในด้านการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันได้เมื่อมีการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในด้าน Supply Chain Management โดยพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมทั้งโซ่อุปทานโดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) ทั้งกับส่วนผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือกับอุตสาหกรรมอื่นเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน
3. เนื่องจากพบว่าปัญหาด้านแรงงานที่ขาดแคลนและค่าจ้างแรงงานเป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังนั้นภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มขยายการลงทุนไปในประเทศกลุ่ม CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว พม่า และเวียดนาม) ให้มากขึ้น เพื่อใช้กลุ่มประเทศ CLMV เป็นฐานการผลิตในการส่งออกนอกกลุ่ม AEC เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ภาษีจากสถานะ Least Developed Countries: LDC และเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านแรงงานต้นทุนต่ำ



4. ภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำในด้านข้อมูลจากเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าไปลงทุนของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สัญญาหมายเลข RDG5550027-003

เอกสารอ้างอิง

- [1] พัทนันท์ มงคลศิริวัฒน์. 2552. วารสาร Logistics Thailand. ฉบับเดือน ธันวาคม 2552:11.
- [2] Enkawa, T. 2005 SCM Logistics Scorecard. Japan: Tokyo Institute of Technology.
- [3] ดนุพันธ์ วิสุวรณ์ และ วลัยลักษณ์ อัครวงศ์. 2552.รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ.
- [4] อภิชาติ โสภางค์. 2551. การตัดสินใจเพื่อการบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 1). ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [5] อภิชาติ โสภางค์ และ คณะ. 2551. โครงการการประเมินศักยภาพด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. สถาบันส่งเสริมการค้าทางเรือ (สรท.).
- [6] พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] Kauremma, J. and Suzuki, S. 2007. Evaluating SCM practices with the SCM scorecard: Evidence from an international study. Production and Operations Management Society. 18th Annual Conference, Texas, USA, pp.1-22.



ศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย
และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

วัลย์ลักษณ์ อัครีวงศ์^{1*} อรมน ปันทอง² วริยา ปานปรุ่ง³

^{1*} สาขาวิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

² สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

³ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

E-mail: walailaknoi@gmail.com¹, orramonja@yahoo.com², wariya7523@gmail.com³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ของสถานประกอบการ (2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (3) กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (4) กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ (5) กลยุทธ์ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Duncan's Multiple Range Test ผลจากการศึกษาพบว่า

(1) สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานแตกต่างกันกับสถานประกอบการของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) (2) สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานแตกต่างกันกับสถานประกอบการของประเทศอินโดนีเซียในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ยกเว้นศักยภาพด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ และ (3) สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) นอกนั้นไม่พบความแตกต่างกันในศักยภาพด้านอื่น ๆ

คำสำคัญ การประเมินศักยภาพ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

1. บทนำ

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management) ถูกจัดเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญหรือเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าเนื่องจากการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผน ดำเนินงาน และควบคุมการเคลื่อนย้ายของสินค้าบริการ ข้อมูล และการเงิน ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่อุตสาหกรรมสุดท้ายของการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการและมีต้นทุนที่แข่งขันได้ หากสถานประกอบการของไทยมีการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะทำให้สามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตการผลิตซึ่งจะส่งผลให้สินค้า / บริการมีต้นทุนโดยรวมที่ถูกลง เสริมสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นนอกจากจะเป็นการสร้างโอกาสและตลาดที่ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแล้ว ยังอาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโซ่อุปทาน เช่น เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องมาจากต้นทุนแรงงานที่ถูกกว่าหรือมีข้อจำกัดในด้านภาษี พิธีการด้านศุลกากรมีข้อจำกัดน้อยลง ซึ่งอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มไทยเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก และปัจจุบันกำลังประสบปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานและค่าแรงที่สูงขึ้น จึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของตนให้สามารถแข่งขันได้ ดังนั้นการศึกษาและเปรียบเทียบถึงศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคจะเป็นประโยชน์ต่อ



ผู้ประกอบการโดยทำให้ทราบถึงสถานะปัจจุบัน และสามารถนำไปใช้ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคและใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม และเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้าเมื่อเกิดการรวมกันเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างประเทศไทย อินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม โดยสาเหตุที่มุ่งเน้นเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซียสืบเนื่องจากประเทศไทยและอินโดนีเซียเป็นประเทศในภูมิภาคอาเซียนที่มีโซ่อุปทานครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และศึกษาเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเนื่องจากเป็นประเทศที่มีศักยภาพที่จะเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยในอนาคต

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Thoa (2006) ได้ทำการสำรวจการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทสิ่งทอในเวียดนาม และเพื่อเสนอแนะนโยบายให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงโซ่อุปทานของบริษัทสิ่งทอในเวียดนาม โดยดัดแปลงรูปแบบโมเดลงานวิจัยตามแนวคิดของ Porter (1985) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 173 ฉบับ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพได้แก่ การผลิต และมี 7 กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าที่มีการจัดการในระดับปานกลางได้แก่ การจัดเก็บและการขนส่งสินค้าภายในประเทศ การจัดเก็บและขนส่งสินค้าออกนอกประเทศ การบริการ การพัฒนาเทคโนโลยี โครงสร้างบริการภายในบริษัท การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดซื้อ ส่วนกิจกรรมที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ คือการตลาดและขาย ข้อเสนอแนะของบริษัทสิ่งทอในประเทศเวียดนามคือบริษัทควรตระหนักในเรื่องของการผลิต การตลาดและการขาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาด้านเทคโนโลยี เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการปรับปรุงการจัดการโซ่คุณค่า ภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุนในเรื่องที่เกี่ยวกับบริการ เช่น ซอฟต์แวร์ทางด้านอุตสาหกรรม การจัดหาเครื่องจักรและอะไหล่ การให้บริการทางด้านเทคนิค ส่งเสริมการค้า การพัฒนาตราสินค้า การออกแบบ การฝึกอบรม การควบคุมคุณภาพและการจัดการเป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลและ VINATEX ควรให้ความสะดวกด้านการค้าเพื่อให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ผ่านการให้ข้อมูลสารสนเทศ

Kauremma and Suzuki (2007) ได้ทำการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานด้วยการจัดการวัตถุดิบและการไหลของข้อมูลในระดับต่างๆ โดยการใช้เครื่องมือ LSC โดยสุ่มตัวอย่างจากประเทศฟินแลนด์ 53 องค์กร และประเทศญี่ปุ่น 290 องค์กร ผลการศึกษาพบว่าองค์กรในประเทศญี่ปุ่นมีค่าเฉลี่ยคะแนนด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน และกลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์สูงกว่าประเทศฟินแลนด์

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ (2555) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในพื้นที่ปริมณฑลกับผลการดำเนินงานขององค์กรและประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร โดยสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในเขตปริมณฑลจำนวน 210 ราย สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า (1) กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1) และกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และ (2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) และกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_4) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยของการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึง (1) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน (AEC) (2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และ (3) ศึกษาศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าในมุมมองของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างระบุว่าปัจจัยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ (1) ด้านสาธารณูปโภค (2) ด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ (3) ด้านความเสี่ยงในด้านภัยธรรมชาติน้อย (4) ด้านระบบโลจิสติกส์ (5) ด้านการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจหรือเสถียรภาพทางการเงิน (6) ด้านปริมาณวัตถุดิบหรือราคาวัตถุดิบ (7) ด้าน



ความเชี่ยวชาญของแรงงานหรือค่าจ้างแรงงาน และ (8) ด้านเสถียรภาพรัฐบาล ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการได้ระบุว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยเรียงตามลำดับความสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านแรงงาน (2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และ (3) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้จากการสำรวจถึงศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงสุดเป็นอันดับแรกและมีศักยภาพด้านความร่วมมือของสถานประกอบการต่ำที่สุด

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

- (1) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากบทความงานวิจัย หนังสือ และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
- (2) เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ และกิจกรรมกลุ่มเฉพาะ (Focus group) จากผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เช่น กระทรวง กรม และสมาคมต่างๆ เป็นต้น เพื่อมาปรับปรุงแบบประเมินศักยภาพ
- (3) เก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้ง 3 ประเทศด้วยแบบสอบถาม รวมทั้งสัมภาษณ์รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม
- (4) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินศักยภาพ โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการสรุปผลถึงศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละด้านตามรายประเทศ โดยใช้เกณฑ์ดังตารางที่ 1 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

ตารางที่ 1 เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
ต่ำที่สุด	1.00-1.80
ต่ำ	1.81-2.60
ปานกลาง	2.61-3.40
สูง	3.41-4.20
สูงที่สุด	4.21-5.00

ในการแปลความหมายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานหากมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 - 0.99 หมายถึงสถานประกอบการมีระดับศักยภาพไม่แตกต่างกันมาก หากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าตั้งแต่ 1.00 เป็นต้นไป จะหมายถึงสถานประกอบการมีระดับศักยภาพมีความแตกต่างกันมาก (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

- (5) วิเคราะห์ความแตกต่างของศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของแต่ละประเทศโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) หากพบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะใช้วิธี Duncan's Multiple Range Test ในการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

4. แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ประยุกต์จาก Enkawa (2005) อภิชาติ ไสยาแดง และคณะ (2551) ดนุพันธ์ วิสุวรรณ และวลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ (2552) โดยมีเกณฑ์การประเมินศักยภาพต่างๆ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) กลยุทธ์ของสถานประกอบการ (2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (3) กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ (4) กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ (5) กลยุทธ์ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ



4.1 ระดับการประเมินศักยภาพด้านการจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ระดับการประเมินศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะมีระดับเชิงปริมาณ 5 ระดับ แสดงดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การประเมิน

ระดับ	ความหมาย
ระดับที่ 1	เริ่มมีแนวทางปฏิบัติ แต่การนำไปปฏิบัติยังมีข้อบกพร่องอยู่มากซึ่งเป็นอุปสรรคในการบรรลุวัตถุประสงค์
ระดับที่ 2	มีแนวทางในการนำไปปฏิบัติบ้างในบางหน่วยงาน
ระดับที่ 3	มีแนวทางนำไปปฏิบัติได้ดี แต่มีความแตกต่างกันอยู่บ้างในการปฏิบัติของบางหน่วยงาน
ระดับที่ 4	มีแนวทางนำไปปฏิบัติได้ดีโดยไม่มีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนสำคัญ
ระดับที่ 5	มีแนวทางนำไปปฏิบัติได้ดีโดยไม่มีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนที่สำคัญในหน่วยงานใดๆ

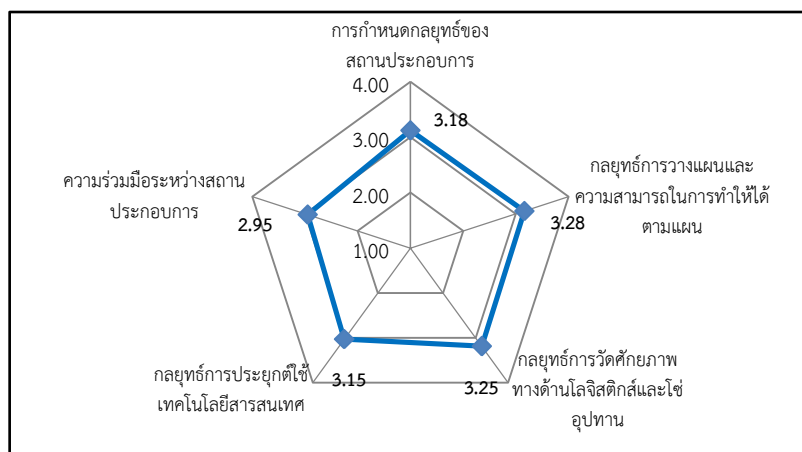
4.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยจำนวน 68 ราย ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 18 ราย และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามจำนวน 20 ราย ได้ขนาดตัวอย่างรวม 106 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านตัวแทนหรือหน่วยงานในแต่ละประเทศ (โดย Institut Teknologi Sepuluh Nopember ในประเทศอินโดนีเซีย และ ExportHelp – Supporting Vietnamese & Foreign Company Looking for Business Partners ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม) โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากความซับซ้อนในการเข้าถึงข้อมูลในต่างประเทศ

5.ผลการวิจัย

5.1 ประเทศไทย

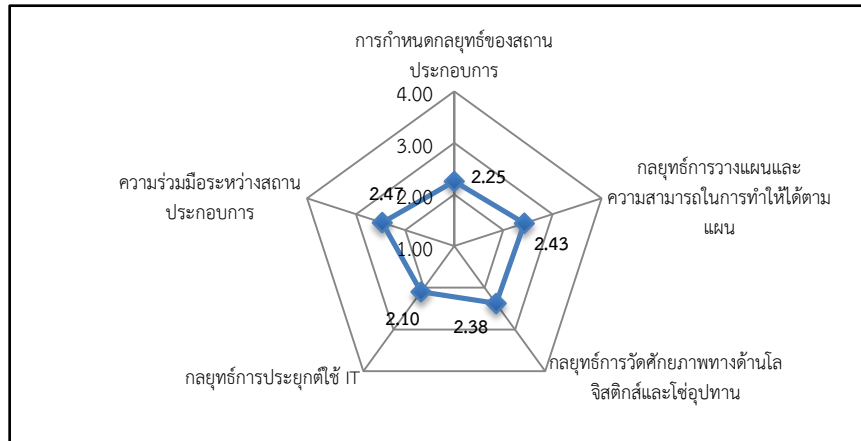
ผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการไทยมีศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับปานกลางในทุก ๆ โดยมีศักยภาพด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 3.28$, S.D.= 0.91) สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 3.25$, S.D.= 0.91) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.18$, S.D.=0.95) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.15$, S.D.=0.99) และด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.95$, S.D.= 1.16) ตามลำดับ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของสถานประกอบการในประเทศไทย

5.2 ประเทศอินโดนีเซีย

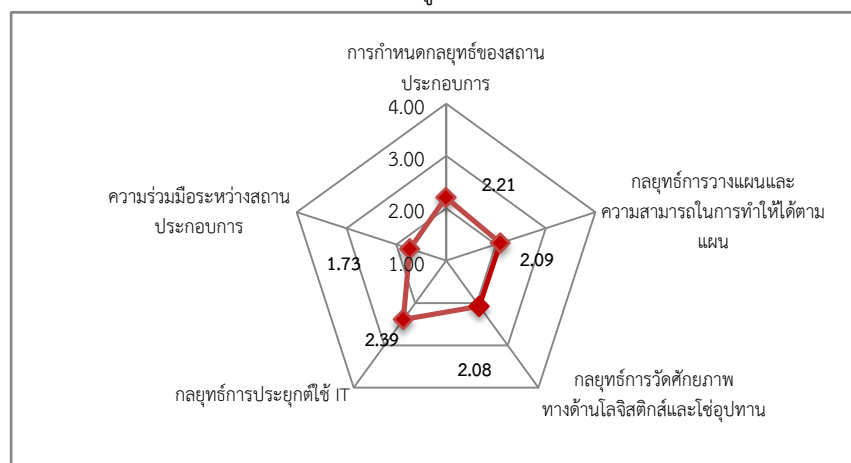
ผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการในประเทศอินโดนีเซียยังมีศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับต่ำในทุก ๆ ด้าน โดยพบว่ามีศักยภาพด้านความร่วมมือของสถานประกอบการสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 2.47, S.D. = 0.90$) รองลงมาได้แก่ ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.43, S.D. = 0.83$) ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 2.38, S.D. = 0.91$) ด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.25, S.D. = 0.90$) และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 2.10, S.D. = 0.93$) ตามลำดับ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของสถานประกอบการในประเทศอินโดนีเซีย

5.3 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ผลการวิจัยพบว่าสถานประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังมีศักยภาพในด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในระดับต่ำในทุก ๆ ด้าน (เช่นเดียวกับประเทศอินโดนีเซีย) โดยพบว่ามีศักยภาพด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 2.39, S.D. = 0.09$) รองลงมาได้แก่ ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 2.21, S.D. = 0.91$) ด้านกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.09, S.D. = 0.83$) และด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ($\bar{X} = 2.08, S.D. = 0.72$) และด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 1.73, S.D. = 0.85$) ตามลำดับ ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของสถานประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



5.4 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของทั้ง 3 ประเทศ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้ ANOVA พบว่าทั้ง 3 ประเทศ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงกว่าประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในทุกด้านโดยตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของศักยภาพในแต่ละด้านของสถานประกอบการทั้ง 3 ประเทศและการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Duncan's Multiple Range Test

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพทั้ง 5 ด้าน

กลยุทธ์	ประเทศ		
	ไทย (n = 68)	อินโดนีเซีย (n = 18)	สาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม (n = 20)
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	$\bar{x}$
1.กลยุทธ์ของสถานประกอบการ	3.18 ^a	2.25 ^b	2.21 ^b
2.การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน	3.28 ^a	2.43 ^b	2.09 ^b
3.ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์	3.25 ^a	2.38 ^b	2.08 ^b
4.การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.153 ^a	2.10 ^b	2.39 ^b
5.ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ	2.95 ^a	2.47 ^{ab}	1.73 ^b
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 ^a	2.32 ^b	2.11 ^b

ค่าเฉลี่ยที่มีอักษรต่างกันแสดงความแตกต่างกันของศักยภาพแต่ละด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

จากตารางที่ 3 พบว่า

(1) ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในทุกด้านและโดยรวมแตกต่างกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่า

(2) ประเทศไทยมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์โดยรวมแตกต่างกับประเทศอินโดนีเซียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่า เมื่อทดสอบเป็นรายด้านพบว่าทั้ง 2 ประเทศมีศักยภาพด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ และด้านกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แต่ไม่พบความแตกต่างกันของทั้ง 2 ประเทศในด้านกลยุทธ์ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ

(3) ประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการที่พบว่าทั้ง 2 ประเทศมีศักยภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจศักยภาพสถานประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้ง 3 ประเทศ พบว่าประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงกว่าประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในทุกด้านโดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ยกเว้นศักยภาพด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการที่พบว่าประเทศไทยและอินโดนีเซียไม่แตกต่างกัน และจากการศึกษาพบว่าศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศอินโดนีเซียและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามไม่แตกต่างกันยกเว้นในด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ทั้งนี้อาจเนื่องจากส่วนใหญ่อุตสาหกรรมในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังมีรูปแบบ เป็นผู้รับจ้างตัดเย็บ (Cut Mate Trim: CMT) โดยมีลูกค้าส่งวัตถุดิบผ้าให้ ผู้รับจ้างมีหน้าที่ตัดเย็บตามแบบที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมักจะเป็นคำสั่งซื้อจากต่างประเทศหรือคำสั่งซื้อจากบริษัทที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงมาว่าจ้างให้ทำการผลิตทำให้การร่วมมือระหว่างสถานประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมยังมีน้อยโดยผู้ประกอบการแต่ละรายจะติดต่อโดยตรงกับลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น ขณะที่



ประเทศไทยและอินโดนีเซียมีอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำจึงอาจจะมีการร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการมากกว่าสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม แต่อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัยพบว่าสถานประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นถึงแม้ว่าจะมีศักยภาพที่สูงกว่าอีก 2 ประเทศแต่ก็ยังอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาส่งเสริมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอีก 2 ปีข้างหน้า

6.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

(1) ภาครัฐและภาคเอกชนของไทยควรส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งในด้าน Supply Chain Management โดยพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งโซ่อุปทาน โดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Clustering) ทั้งกับส่วนผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือกับอุตสาหกรรมอื่นเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ซึ่งกันและกันให้มากยิ่งขึ้น

(2) ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มขยายการลงทุนไปในประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนให้มากขึ้นทั้งในด้านการค้าและการลงทุน เช่น ร่วมมือกับผู้ประกอบการในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในการเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกนอกกลุ่ม AEC เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ภาษีจากสถานะ Least Developed Countries (LDC) และเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านแรงงานต้นทุนต่ำกว่า หรือขยายตลาดไปยังประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่โดยมีประชากรเกือบครึ่งหนึ่งของภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี 2558 จะมีการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 7.5 ตันต่อคนต่อปี (<http://www.depthai.go.th>)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (วช.- สกว.) สัญญาหมายเลข RDG5550027-003

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, “การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล,” พิมพ์ครั้งที่ 11, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- دننพันธ์ วิสุวรรณ และ วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์, 2552, “รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี,” กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ.
- วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์, 2554, “กลยุทธ์การดำเนินงานกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น,” วารสารธุรกิจปริทัศน์, ปีที่ 3 (1) มกราคม-มิถุนายน, 37-50.
- วลัยลักษณ์ อัครีวงศ์ และคณะ, 2556, “ปัจจัยของการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานเครื่องนุ่งห่มไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” การประชุมวิชาการข่างานวิศวกรรมอุตสาหกรรมประจำปี 2556, 16-18 ตุลาคม พัทยา จ.ชลบุรี.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา, <http://www.depthai.go.th> [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2556].
- อภิชาติ โสภาง และคณะ, 2551, โครงการการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย,” รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Enkawa, T., 2005, SCM Logistics Scorecard, Japan: Tokyo Institute of Technology.
- Kauremma, J. and Suzuki, S., 2007, “Evaluating SCM practices with the SCM scorecard: Evidence from an international study. Production and Operations Management Society,” 18th Annual Conference, Texas, USA, 1-22.
- Thoa, H., 2006, The Value Chain Management of Garment Companies in Vietnam, Master thesis, University of the Thai Chamber of Commerce.



การเปรียบเทียบศักยภาพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศกัมพูชาและ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์^{1*} พัทธภรณ์ เนียมมณี² กรทิพย์ วัชรปัญญาวงศ์ เตชะเมธีกุล³ รมชัย ศิริเวชญกุล⁴

^{1*} สาขาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โทร 089-6750621 E-mail: walailaknoi@gmail.com,

² คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

โทร 0-2549-4137-8 E-mail: pat_nida@yahoo.com

³ ภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โทร 0-2562-5060-1, 02-579-1310 ต่อ 11 E-mail: wkornthip@gmail.com

⁴ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

โทร 0-2889-2138 ต่อ 6210 E-mail: ronnachai.sir@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของทั้ง 2 ประเทศ และหาแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียน โดยมีเกณฑ์การประเมินออกเป็น 5 กลุ่มย่อย คือ 1) กลุ่มย่อยของสถานประกอบการ 2) กลุ่มย่อยการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน 3) กลุ่มย่อยการวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ และ 4) กลุ่มย่อยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ ผลจากการศึกษาพบว่าสถานประกอบการในสปป.ลาว มีค่าคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงกว่าสถานประกอบการในประเทศกัมพูชาในทุกด้าน และจากการทดสอบด้วย t-test พบว่าทั้ง 2 ประเทศมีศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ และด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่มีศักยภาพในด้านกลุ่มย่อยของสถานประกอบการ ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ การประเมินศักยภาพ การบริหารโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

บทนำ

จากการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 ได้มีความเห็นชอบให้มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งคล้ายคลึงกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community: EEC) โดยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีเป้าหมายเป็นฐานการผลิตเดียวกันมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงานได้อย่างเสรี การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นนอกจากจะเป็นการสร้างโอกาสและตลาดที่ใหญ่ขึ้นสำหรับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แล้ว การเปิดเสรีภายใต้กรอบ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของ โซ่อุปทาน เช่น เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากต้นทุนแรงงาน วัตถุดิบที่ถูกกว่า หรือมีข้อจำกัดในด้านภาษี พิจารณาด้านศุลกากรมีข้อจำกัดน้อยลง ซึ่งการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศอื่น ๆ นี้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันกำลังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน และค่าแรงที่สูงขึ้นทำให้จำเป็นต้องหาแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของตนให้สามารถแข่งขันได้ การศึกษาถึงศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคจะทำให้ทราบถึงสถานะปัจจุบันเป็นแนวทางในการพัฒนาการเชื่อมโยงเมื่อเกิดการรวมกันเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้ รวมทั้งผู้ประกอบการในเครื่องนุ่งห่มของไทยสามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้า



ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เนื่องจากประเทศทั้งสองสามารถเป็นฐานการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้ประเทศไทยเนื่องจากเป็นประเทศในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา (LDC) จึงได้รับการยกเว้นภาษีและสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศต่างๆ หลายประเทศ เช่น สิทธิประโยชน์ GSP ในการส่งสินค้าไปยังทวีปยุโรป มีต้นทุนค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำอีกทั้งยังมีพรมแดนติดกับประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาจะสามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และเป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมต่อไป

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วลัยลักษณ์ อัครวิธวงศ์ (2554) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในพื้นที่ปริมณฑล กับผลการดำเนินงานขององค์กร และประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้กรอบแนวคิดด้านกลยุทธ์การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของ Enkawa (2005) โดยสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในเขตปริมณฑลจำนวน 210 ราย สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโควตา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า (1) กลยุทธ์ระดับองค์กรและความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (X_1) และกลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันในทางบวก และ (2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน (X_2) และกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (X_4) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) โดยมีความสัมพันธ์กันในทางบวก

สิริพงศ์ จิงการณ และคณะ (2553) ได้ทำการการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและเปรียบเทียบศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยคณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบประเมินขึ้นให้เหมาะสมกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยอาศัยแนวคิดของ Enkawa (2005) ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่ม มีศักยภาพต่ำทั้งหมดและพบว่าขนาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่พบว่าศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้ง 4 กลุ่มไม่แตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ และช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า

Phong-arjarn and Jeenanunta (2009) ได้ทำการศึกษาถึงการสร้างความเชื่อมโยงในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยโดยทำการคัดเลือกกรณีศึกษา 1 บริษัท เพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันในด้านการจัดการโซ่อุปทานขององค์กร รวมทั้งสำรวจปัจจัยที่เป็นแรงขับเคลื่อนทั้งอุปสรรคในการสร้างความร่วมมือกันของสมาชิกในโซ่อุปทานโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรรวมทั้งการรวบรวมจากเอกสารรายงานต่างๆ ภายในองค์กร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนในการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ได้แก่ ความพร้อมขององค์กร ระบบสารสนเทศทักษะของพนักงาน รวมทั้งงบประมาณที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคคือความรู้ในด้านการจัดการโซ่อุปทานและการสร้างความร่วมมือของพนักงานในองค์กรยังไม่มีเพียงพอ อย่างไรก็ตามพบว่าบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาประสบความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า แต่ในส่วนซัพพลายเออร์แล้วยังไม่มีการเชื่อมโยง เนื่องจากการเลือกซัพพลายเออร์จะถูกกำหนดโดยเจ้าของแบรนด์ของสินค้าซึ่งเป็นผู้ติดต่อจัดซื้อวัตถุดิบโดยตรง

Thoa (2006) ได้ทำการสำรวจการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทสิ่งทอในเวียดนาม และเพื่อเสนอแนะนโยบายให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงโซ่อุปทานของบริษัทสิ่งทอในเวียดนาม โดยดัดแปลงรูปแบบโมเดลงานวิจัยตามแนวคิดของ Porter (1985) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 173 ฉบับ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพได้แก่ การผลิต และมี 7 กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าที่มีการจัดการในระดับปานกลางได้แก่ การจัดเก็บและการขนส่งสินค้าภายในประเทศ การจัดเก็บและขนส่งสินค้าออกนอกประเทศ การบริการ การ



พัฒนาเทคโนโลยี โครงสร้างบริการภายในบริษัท การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดซื้อ ส่วนกิจกรรมที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ คือการตลาดและขาย ข้อเสนอแนะของบริษัทสิ่งทอในประเทศเวียดนามคือบริษัทควรตระหนักในเรื่องของการผลิต การตลาดและการขาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาด้านเทคโนโลยี เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการปรับปรุงการจัดการโซ่คุณค่า ภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุนในเรื่องที่เกี่ยวกับบริการ เช่น ซอฟต์แวร์ทางด้านอุตสาหกรรม การจัดหาเครื่องจักรและอะไหล่ การให้บริการทางด้านเทคนิค ส่งเสริมการค้า การพัฒนาตราสินค้า การออกแบบ การฝึกอบรม การควบคุมคุณภาพและการจัดการเป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลและ VINATEX ควรให้ความสนใจด้านการค้าเพื่อให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ผ่านการให้ข้อมูลสารสนเทศ

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

- 1) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากบทความงานวิจัย หนังสือ และตำราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
- 2) ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เช่น สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และสภาอุตสาหกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น บริษัทไทคานะ เป็นต้น เพื่อมาปรับปรุงแบบประเมินศักยภาพ
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้ง 2 ประเทศ ด้วยแบบสอบถามและสัมภาษณ์รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม
- 4) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินศักยภาพ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบ t-test

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวผ่านตัวแทนหรือหน่วยงานในแต่ละประเทศโดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากความซับซ้อนในการเข้าถึงข้อมูลในต่างประเทศและงบประมาณที่จำกัด จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประเทศละ 20 ตัวอย่าง โดยมีหน่วยงานที่ดำเนินการด้านเก็บข้อมูลในแต่ละประเทศและขนาดตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดตัวอย่างจำแนกตามรายประเทศ

ประเทศ	หน่วยงานที่ดำเนินการด้านเก็บข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง (แห่ง)
กัมพูชา	Phnom Penh Institute of Technology	17
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	The Lao National Chamber of Commerce and Industry	20

4. แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

แบบประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ประยุกต์จาก Enkawa (2005) อภิชาติ ไสภาแดง และคณะ (2551) ดนุพันธ์ วิสุวรรณ และ วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ (2552) โดยมีเกณฑ์การประเมินศักยภาพต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 1) กลยุทธ์ของสถานประกอบการ
- 2) กลยุทธ์การวางแผนและความสามารถในการทำได้ตามแผน
- 3) กลยุทธ์การวัดศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์
- 4) กลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5) กลยุทธ์ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ



โดยกำหนดระดับการประเมินศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะมีระดับเชิงปริมาณ 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับที่ 1 เริ่มมีแนวทางปฏิบัติ แต่การนำไปปฏิบัติยังมีข้อบกพร่องอยู่มากซึ่งเป็นอุปสรรคในการบรรลุวัตถุประสงค์
- ระดับที่ 2 มีแนวทางในการนำไปปฏิบัติบ้างในบางหน่วยงาน
- ระดับที่ 3 มีแนวทางนำไปปฏิบัติอย่างดี แต่มีความแตกต่างกันอยู่บ้างในการปฏิบัติของบางหน่วยงาน
- ระดับที่ 4 มีแนวทางนำไปปฏิบัติอย่างดีโดยไม่มีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนสำคัญ
- ระดับที่ 5 มีแนวทางนำไปปฏิบัติอย่างดีโดยไม่มีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนที่สำคัญในหน่วยงานใดๆ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการสรุปผลถึงศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละด้านตามรายประเทศ โดยใช้เกณฑ์ดังตารางที่ 2 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

ตารางที่ 2 เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
ต่ำที่สุด	1.00-1.80
ต่ำ	1.81-2.60
ปานกลาง	2.61-3.40
มาก	3.41-4.20
มากที่สุด	4.21-5.00

ในการแปลความหมายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานหากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.00 - 0.99 หมายถึงว่ามีระดับศักยภาพไม่แตกต่างกันมาก หากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าตั้งแต่ 1.00 เป็นต้นไป จะหมายถึงว่ามีระดับศักยภาพมีความแตกต่างกันมาก

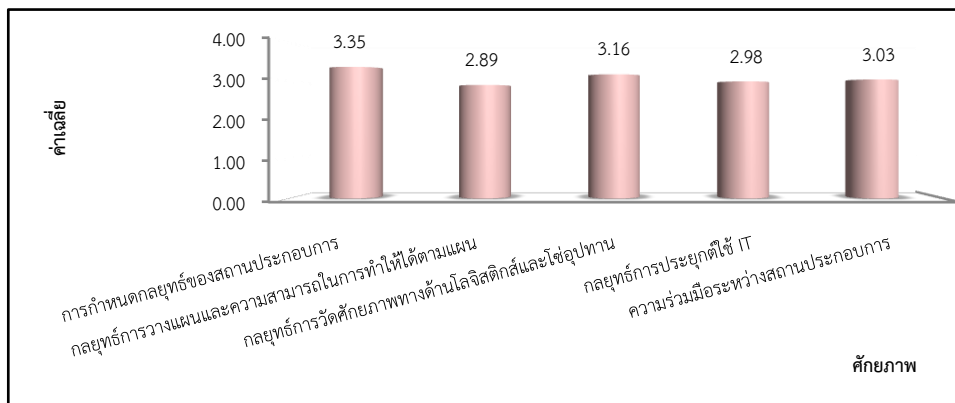
5.2 การวิเคราะห์อนุมานโดยการทดสอบ t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพของผู้ประกอบการของทั้ง 2 ประเทศแต่ละด้านและโดยรวม

6. ผลการวิจัย

6.1 ประเทศกัมพูชา

จากการสำรวจศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศกัมพูชาในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้านพบว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพโดยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางทุกด้าน โดยมีศักยภาพด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.64) รองลงมาได้แก่ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.61) ด้านความร่วมมือของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.84) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 0.71) และกลยุทธ์ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 2.89$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ แสดงดังรูปที่ 1

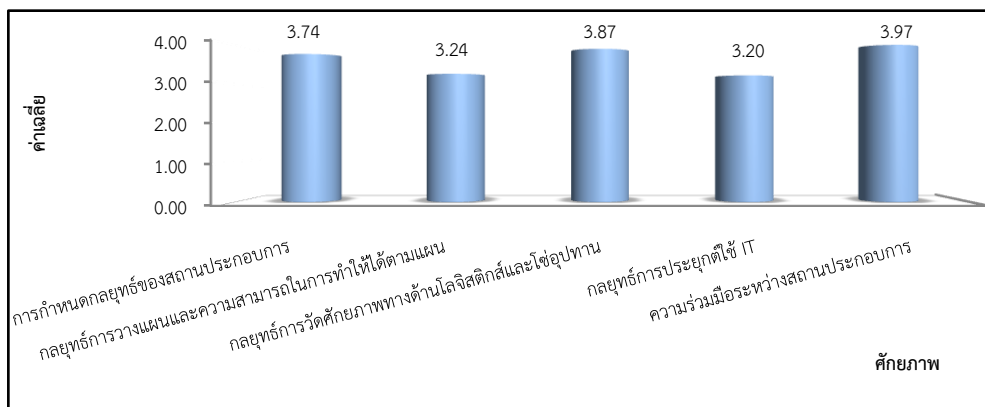




รูปที่ 1 ระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในประเทศกัมพูชาทั้ง 5 ด้าน

6.2 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการสำรวจศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพด้านความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.83) โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก ส่วนกลยุทธ์ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.69) และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.01) มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง แสดงดังรูปที่ 2

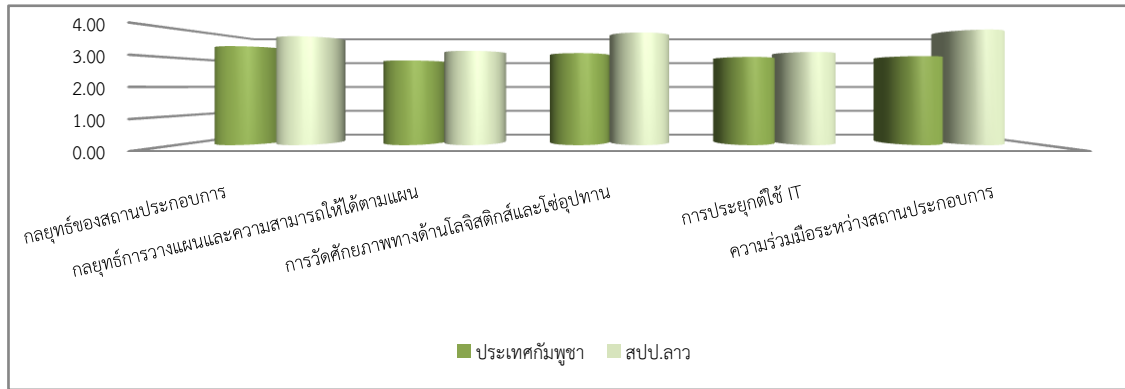


รูปที่ 2 ระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในสปป.ลาวทั้ง 5 ด้าน

6.3 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของทั้ง 2 ประเทศ

จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีค่าคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน สูงกว่าประเทศกัมพูชาในทุกด้าน ผลการเปรียบเทียบแสดงดังรูปที่ 3 และตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบโดยใช้ t-test

ผลจากตารางที่ 3 พบว่าทั้ง 2 ประเทศมีศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ และด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและศักยภาพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีศักยภาพในด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการ ด้านการวางแผนและความสามารถในการทำให้ได้ตามแผน และด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



รูปที่ 3 การเปรียบเทียบระดับของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการในประเทศกัมพูชาและสปป.ลาว

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานโดยใช้ t-test

กลยุทธ์	ประเทศ		p-value
	กัมพูชา	สปป.ลาว	
	n = 17	n = 20	
	$\bar{x}$	$\bar{x}$	
กลยุทธ์ของสถานประกอบการ	3.35 (0.64)	3.74(0.68)	.083
การวางแผนและความสามารถในการทำตามแผน	2.89 (0.91)	3.24 (0.69)	.210
ศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์	3.16 (0.61)	3.87 (0.71)	.002**
การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	2.98 (0.71)	3.20 (1.01)	.437
ความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการ	3.03 (0.84)	3.97 (0.83)	.002**
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (0.56)	3.60 (0.68)	.039*

7. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้ง 2 ประเทศพบว่าสปป.ลาว มีค่าคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสูงกว่ากัมพูชาในทุกด้าน และพบว่าสถานประกอบการของสปป.ลาว มีศักยภาพด้านกลยุทธ์ของสถานประกอบการด้านโลจิสติกส์และด้านความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการในระดับสูง ซึ่งหมายถึงว่าสถานประกอบการต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีแนวทางการประยุกต์ใช้การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานและนำไปปฏิบัติอย่างดีโดยไม่มีจุดอ่อนหรือจุดบกพร่อง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสถานประกอบการในสปป.ลาวนั้นส่วนใหญ่เป็นการลงทุนโดยชาวต่างชาติ (Foreign Direct Investment) เช่น สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น เข้ามาลงทุน ถ่ายทอดเทคโนโลยีและบริหารจัดการที่เป็นแบบรวมศูนย์ (Centralization) ซึ่งสถานประกอบการต่าง ๆ ในประเทศเหล่านั้นจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รับจ้างตัดเย็บ (Cut Make Trim: CMT) และจะทำการส่งออกเป็นหลัก ซึ่งจะรับเพียงค่าแรงเท่านั้นส่วนการดำเนินงานการตลาดต่าง ๆ ดำเนินโดยบริษัทแม่ทั้งหมด จึงทำให้มีการดำเนินงาน การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ขณะที่นักลงทุนในประเทศกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ ๆ ของเอเชีย อาทิเช่น ประเทศจีน สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และไต้หวัน (ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ, 2556) ได้เข้าไปลงทุนเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อการส่งออกยังสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป สาเหตุเนื่องจากประเทศกัมพูชามีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีสิทธิพิเศษทางการค้า GSP ในการส่งออกไปยังทวีปยุโรป อย่างไรก็ตามผลเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในรายประเทศพบว่าประเทศกัมพูชาก็ยังมีความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะระบบสาธารณูปโภค โครงข่ายคมนาคมขนส่ง



และระบบสื่อสาร ประกอบกับแรงงานกัมพูชายังขาดทักษะด้านการจัดการและด้านเทคนิคจึงทำให้พบว่าศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศกัมพูชาต่ำกว่าสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลจากการวิจัยพบว่าสถานประกอบการทั้งประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลางขึ้นไป กล่าวคือมีแนวทางนำการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไปปฏิบัติอย่างดีแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในการปฏิบัติของบางหน่วยงาน อีกทั้งมีค่าแรงที่ต่ำกว่าประเทศไทย 2-3 เท่า จากปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานและค่าแรงที่สูงขึ้นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ทำให้ต้นทุนโดยรวมของสถานประกอบการเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นหากมีการสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความพร้อมที่จะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศดังกล่าวซึ่งมีแรงงานถูกนอกจากนั้นยังสามารถได้รับสิทธิประโยชน์ GSP ในการส่งออกไปยังประเทศสหภาพยุโรปได้ 12-13% อย่างไรก็ตามแม้ว่าประสิทธิภาพของแรงงานของประเทศทั้ง 2 จะยังด้อยกว่าสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยก็ตามทำให้ต้องมีการแก้ไขงานและทำซ้ำมากขึ้น แต่สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากการลดหย่อนภาษีที่เกิดขึ้นเมื่อ Trade-off กันอาจจะก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวสำหรับผู้ประกอบการไทยได้

7.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1) ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยขยายการลงทุนไปในประเทศ CLMV ให้มากขึ้น เพื่อใช้กลุ่มประเทศ CLMV เป็นฐานการผลิตในการส่งออกป้อนกลุ่ม AEC เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ภาษีจากสถานะ Least Developed Countries: LDC และเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านแรงงานต้นทุนต่ำ

- สนับสนุนผู้ประกอบการไทยในด้านข้อมูลและกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการค้า การทำสัญญา และการลงทุนในต่างประเทศ

- จัดให้มีหน่วยที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงในการทำสัญญาและการดำเนินการในการลงทุนและจัดตั้งโรงงานในต่างประเทศ

2) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เส้นทางขนส่งและท่าเรือในการขนส่งสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็วและมีต้นทุนที่ถูกลง เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าสู่ตลาดที่มีศักยภาพและตลาดในอาเซียนและเพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศที่มีอาณาเขตติดกับประเทศไทย เช่น สปป.ลาว และกัมพูชาเลือกที่จะใช้เส้นทางส่งออกผ่านประเทศไทยแทนที่จะไปผ่านไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สัญญาหมายเลข RDG5550027-003

รายการอ้างอิง

دنڤن ڤ ڤسوررن และ ڤลัถกษณ อดิธิรงศ์, 2552, “รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดปทุมธานี,” กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ.

ڤลัถกษณ อดิธิรงศ์, 2554, “กลยุทธ์การดำเนินงานกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น,” วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน, 37-50.

ศูนย์ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ, 2556, [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2556].

สิริพงศ์ จิงถาวรณ และคณะ, 2553, “การประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ,”การประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ครั้งที่ 10, อ่าวนาง กระบี่, 700.



- อภิชาติ โสภางค์ และคณะ, 2551, โครงการการศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย,” รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Enkawa, T., 2005, SCM Logistics Scorecard, Japan: Tokyo Institute of Technology.
- Phong-arjarn, E. and Jeenanunta, C., 2009, Supply chain Collaboration : A Case study of Thai Textile-apparel industry. Proceedings of the 1st International Conference on Logistics and Transport (ICLT 2009). 17-19 December 2009, Chiang Mai, Thailand. [สืบค้นจาก <http://chawalit.sit.tu.ac.th/lib/exe/fetch.php?media=dissertations:0112-ekkprawatt.pdf>].
- Thoa, H., 2006. The Value Chain Management of Garment Companies in Vietnam, Master thesis, University of the Thai Chamber of Commerce.

