

บทที่ 4 ผลงานวิจัย

ในการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนและระบบการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ผลการศึกษาจากวิเคราะห์ Diamond Model จากข้อมูลนำเข้า ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยและเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ผ่านหัวข้อ SWOT analysis, Foresight, Improvement and Innovation และ Competency Development
- 3) ผลการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) อาศัยการศึกษาจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ถึงปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

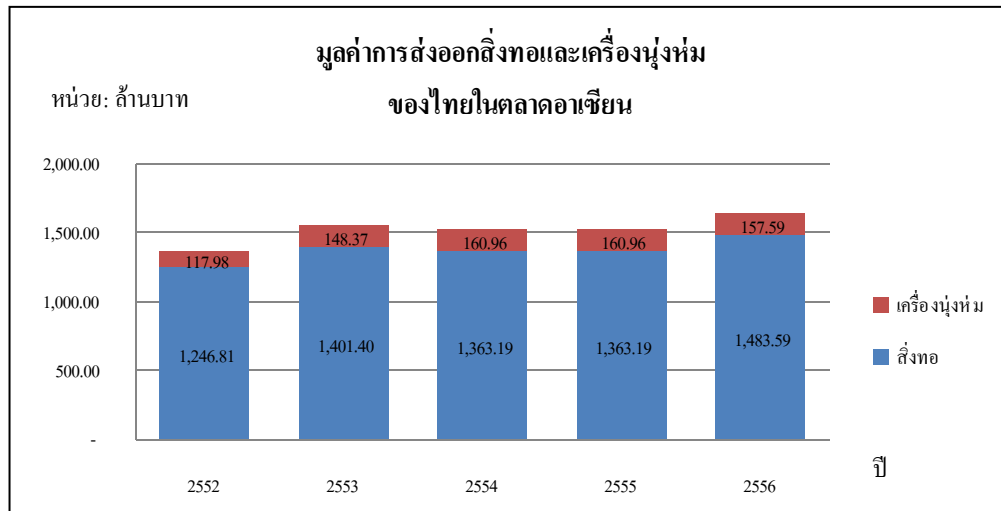
4.1 ผลการศึกษาจากวิเคราะห์ Diamond Model

อาศัยข้อมูลนำเข้า ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย และจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้ออุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้มีการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศไทย เวียดนามและอินโดนีเซีย แบ่งหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

- 4.1.1 ประเทศไทย
- 4.1.2 ประเทศเวียดนาม
- 4.1.3 ประเทศอินโดนีเซีย
- 4.1.4 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน โดย Diamond Model

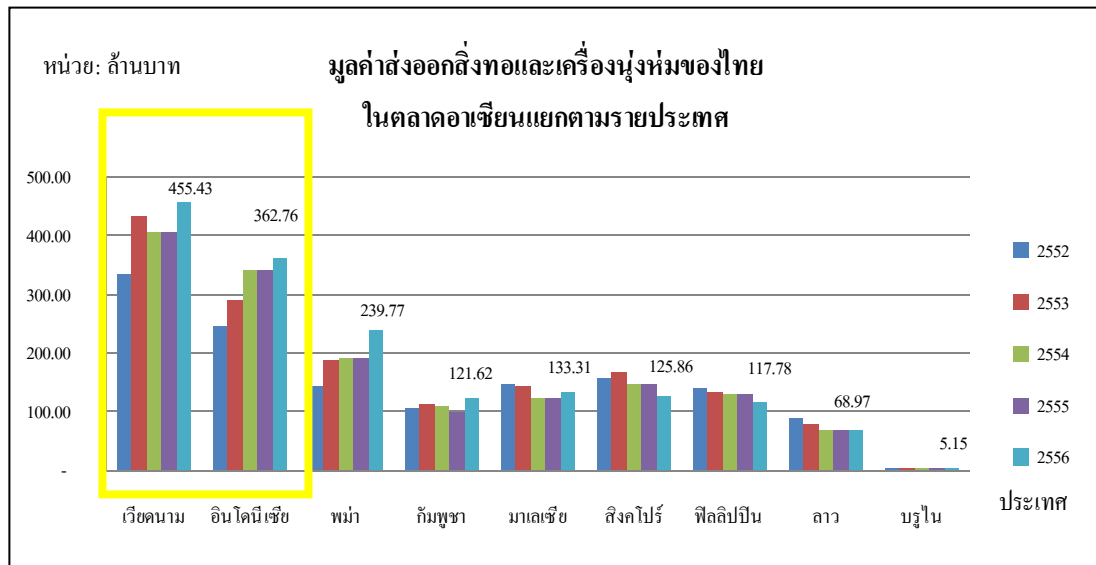
4.1.1 ประเทศไทย

จากสภาพการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของตลาดส่งออกหลักอย่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ทำให้ประเทศไทยในปัจจุบันได้รับผลกระทบทางด้านอุตสาหกรรมอย่างหนัก ตลาดการส่งออกมีการแข่งขันที่รุนแรงด้านต้นทุนสูงขึ้น ประกอบกับความผันผวนของราคาดัชนีหลักอย่าง ฝ้าย รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น ด้านความเชื่อมั่น ด้านแรงงาน ข้อกำหนดกีดกันทางการค้า เป็นต้น ที่ส่งผลต่อการผลิตปรับตัวลดลงจากเดิมมาก สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังต่อไปนี้



รูปที่ 4.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในตลาดอาเซียน [3]

จากรูปที่ 4.1 แสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยสู่ตลาดอาเซียน ข้อมูลปี พ.ศ. 2552 - 2556 การวิเคราะห์มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า สินค้าประเภทสิ่งทอ อาทิเช่น เส้นด้าย ผ้าทอ ผ้าฝ้าย ผ้าถัก มีปริมาณการส่งออกที่มากกว่าเครื่องนุ่งห่ม จากบทสัมภาษณ์พิเศษของคุณสุทธิ พุฒกา ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาสิ่งทอ [30] กล่าวว่า การส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยทำได้เป็นอันดับต้นๆของ ประเทศ มีวัตถุดิบครบถ้วนตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ รวมถึงเป็นประเทศที่ส่งออกเส้นใยและ ผืนผ้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ในการผลิตเครื่องนุ่งห่มเป็นจำนวนมาก แต่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ในไทยกลับไม่ดี จากการศึกษายุทธศาสตร์สิ่งทอไทย [30] พบว่า ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในการรับจ้างผลิต แต่ปัจจุบันการรับจ้างผลิตนั้นไม่สามารถรักษาไว้ได้ สืบเนื่องมาจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต้องอาศัยบุคลากรจำนวนมากในการผลิตมีข้อกำหนดเรื่อง ปริมาณต้นทุนด้านค่าแรงที่สูงขึ้น และการพัฒนาออกแบบสินค้า ด้านการตลาดยังไม่เข้าถึงผู้บริโภค ในตลาดอาเซียน ทำให้ต้องเผชิญกับการกดดันจากการแข่งขัน ทางด้านราคากับประเทศคู่แข่งรายอื่น ที่ได้เปรียบด้านต้นทุน ทั้งยังกดดันในด้านประเทศผู้ผลิตกลุ่มแบรนด์ ที่มีมาตรการเรื่องของคุณภาพ และการออกแบบมากขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีปริมาณการส่งออกน้อยมากเมื่อเทียบ กับการส่งออกสิ่งทอ จากสถิติกรมโรงงานอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2554 ระบุว่า ค่าใช้จ่ายซื้อเสื้อผ้าของ ผู้บริโภคชาวไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยซื้อเสื้อผ้าราคากระหว่าง 200 – 400 บาทและ ซื้อในห้างสรรพสินค้าช่วงจัดโปรโมชั่นถึงร้อยละ 30 – 50 [1] แสดงถึงสถานะอุปสงค์ความต้องการ ของตลาดภายในประเทศยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ



รูปที่ 4.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในตลาดอาเซียนแยกตามรายประเทศ [3]

จากรูปที่ 4.2 แสดงมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยไปยังประเทศต่างๆ ในตลาดอาเซียน แสดงถึงศักยภาพของไทยในการเป็นซัพพลายเออร์ให้กับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนได้ จากการศึกษพบว่า ในปี พ.ศ. 2556 พบการส่งออกในประเทศเวียดนามและอินโดนีเซียสูงขึ้นเมื่อเทียบกับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 – 2556 สามารถจัดอันดับประเทศเวียดนามและอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 และ 2 ในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในตลาดอาเซียน แสดงถึงศักยภาพในการเป็นคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซีย ด้วยความพร้อมในด้านแหล่งวัตถุดิบเครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีอย่างครบครันภายในประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมสิ่งทอสามารถผลิตสินค้าออกมาได้มีคุณภาพและหลากหลายเป็นที่เชื่อมั่นและยอมรับไม่ว่าในตลาดหลักหรือตลาดรอง โดยในกลุ่มประเทศอาเซียน ส่วนแบ่งทางการตลาดไทยภาพรวม เป็นรองประเทศอินโดนีเซีย ขณะที่ตลาดเครื่องนุ่งห่มเป็นรองประเทศเวียดนาม อินโดนีเซียและกัมพูชา [30] และสามารถแยกหัวข้อในแต่ละของอุตสาหกรรมประเทศไทย [3 , 30] ได้ดังนี้

1) วัตถุดิบ ประเทศไทยนำเข้าวัตถุดิบใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย จากต่างประเทศเป็นหลัก ส่วนเส้นใยประดิษฐ์นั้น มีกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่ผลิตเส้นใยสังเคราะห์ ทำให้ประเทศต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศและต้องรับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาปิโตรเลียม ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตใยสังเคราะห์

2) คุณภาพ การยอมรับในตลาดหลักที่มีการนำเข้าสินค้าของไทย ทำให้มั่นใจได้ถึงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับตลาดใหญ่อย่างสหรัฐ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เป็นต้น และส่งออกในตลาดเอเชียหลายๆประเทศได้รวมถึงเวียดนามและอินโดนีเซีย

3) เทคโนโลยี ประเทศไทยมีการรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และได้มีการพัฒนาและวิจัยด้านเทคโนโลยีมากขึ้น

4) ต้นทุน จากนโยบายค่าแรง รวมถึงความผันแปรของราคาวัตถุดิบหลักในการผลิตเส้นใย ทำให้ต้นทุนของภาคการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสูงขึ้นอย่างมาก ทำให้การดำเนินงานในภาคอุตสาหกรรมลดลง มีจำนวนของผู้ประกอบการปิดกิจการลงเป็นจำนวนมาก แต่ยังสามารถพยุงต้นทุนได้จากการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดจำนวนของเสียที่เกิดขึ้น

5) แรงงาน แรงงานในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เริ่มเป็นคนต่างประเทศมากกว่าในประเทศ แรงงานในประเทศมีจำนวนลดลง จึงทำให้เกิดข้อกำหนดมาตรการการนำเข้าทำงานของต่างประเทศที่สูงตามไปด้วย

6) ทักษะและประสบการณ์ จากการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมา ยาวนาน แรงงานมีความรู้ความชำนาญเฉพาะ มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพอยู่ในระดับดี

7) เงินทุน จากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ทำให้สถาบันการเงินได้รับความเสี่ยงในการดำเนินงาน จึงส่งผลให้แหล่งเงินทุนต้องปรับตัวตามสถานการณ์ของสภาพเงินที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้อุตสาหกรรมได้รับการสนับสนุนด้านการเงินน้อยลง

8) คู่แข่งขัน คู่แข่งขันภายในประเทศลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ สภาพการแข่งขันที่รุนแรง ขาดการสนับสนุนการดำเนินงาน ขาดทรัพยากรแรงงาน ทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการเกิดใหม่น้อยมากเมื่อเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่พบผู้ประกอบการเดิมที่ยังคงเดินหน้าผลิตสินค้า โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน

9) สถานะการแข่งขัน ตลาดเงิน ดัชนีความเชื่อมั่นในภาคอุตสาหกรรมปรับตัวลดลง ตลาดทุนและอัตราแลกเปลี่ยนมีความเสี่ยงในการผันผวน ประกอบกับประสบอุปสรรคการแข่งขันทางด้านตลาดราคาอย่างประเทศเวียดนาม ทำให้สถานะการแข่งขันของไทยอยู่ในขั้นวิกฤต

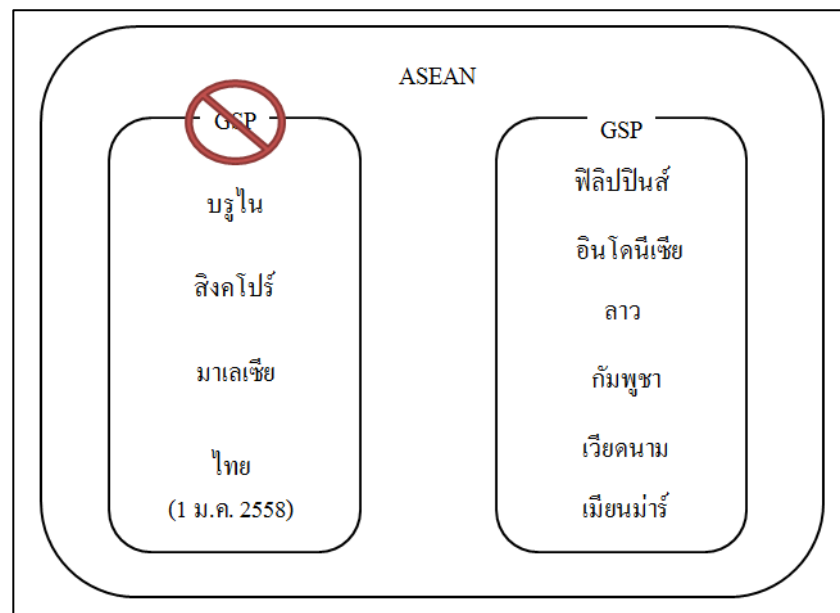
10) การเติบโตและความต้องการของตลาดผู้บริโภค สถานะเศรษฐกิจยังคงขยายตัวได้ดี แต่เกิดความกดดันด้านราคาและคุณภาพของสินค้าจากผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงยังมีข้อจำกัดทางด้านนโยบาย กีดกันทางการค้าที่มากขึ้นเช่นกัน

11) คู่ค้า จากการดำเนินธุรกิจมายาวนาน ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าในประเทศอยู่ในระดับดี มีแหล่งวัตถุดิบครบครัน และมีความหลากหลาย

12) ความเชื่อมโยงการผลิต ถือเป็นข้อได้เปรียบเรื่องการผลิตที่ครบห่วงโซ่ แต่ประเทศไทยยังขาดการจัดการความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศด้านราคาอย่างรุนแรง

13) โอกาส ปริมาณสิ่งทอของไทยมีอัตราการส่งออกขยายตัวดีกว่าเครื่องนุ่งห่ม คู่ได้จากรูปที่ 4.1 ทำให้ประเทศไทยเป็นซัพพลายเออร์หลักให้กับคู่ค้า นอกจากนี้ยังมีประเด็นในด้านการตัดสิทธิ

GSP หรือ Generalized System of Preferences โสภณ วิจิตรเมธาวณิชย์ [83] กล่าวว่าคือ “สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปที่ประเทศที่พัฒนาแล้วให้กับสินค้าที่ผลิตในประเทศที่กำลังพัฒนาโดยลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าแก่สินค้าที่อยู่ในกลุ่มได้รับสิทธิ โดยสหภาพยุโรปมีหลักเกณฑ์สำหรับประเทศที่ได้รับสิทธิ” ซึ่งเน้นให้สิทธิกับประเทศที่มีความต้องการอย่างแท้จริง (Countries most in need) และตัดสิทธิกับประเทศที่มีรายได้ประชากรต่อหัวอยู่ในเกณฑ์สูงเป็นระยะเวลาติดต่อกัน 3 ปี ซึ่งแสดงภาพแต่ละประเทศในอาเซียนถึงการใช้สิทธิ ได้ดังนี้

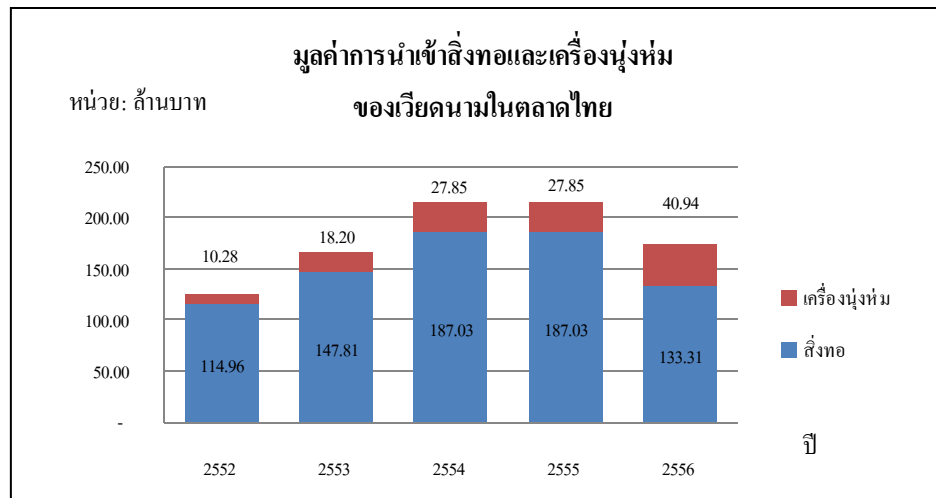


รูปที่ 4.3 แสดงภาพสิทธิ GSP ในอาเซียน [84]

จากรูปที่ 4.3 แสดงถึงประเทศไทยสามารถใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรในการนำเข้าส่งออกในต่างประเทศได้ถึงสิ้นปี 2557 และถูกระงับสิทธิในต้นปี 2558 หากเทียบกับประเทศเวียดนามและอินโดนีเซียแล้วจึงทำให้โอกาสในการแข่งขันของประเทศไทยมีลดลง เหตุนี้จึงทำให้ประเทศไทยต้องมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงกว่าเพื่อให้การระงับสิทธินั้นไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม

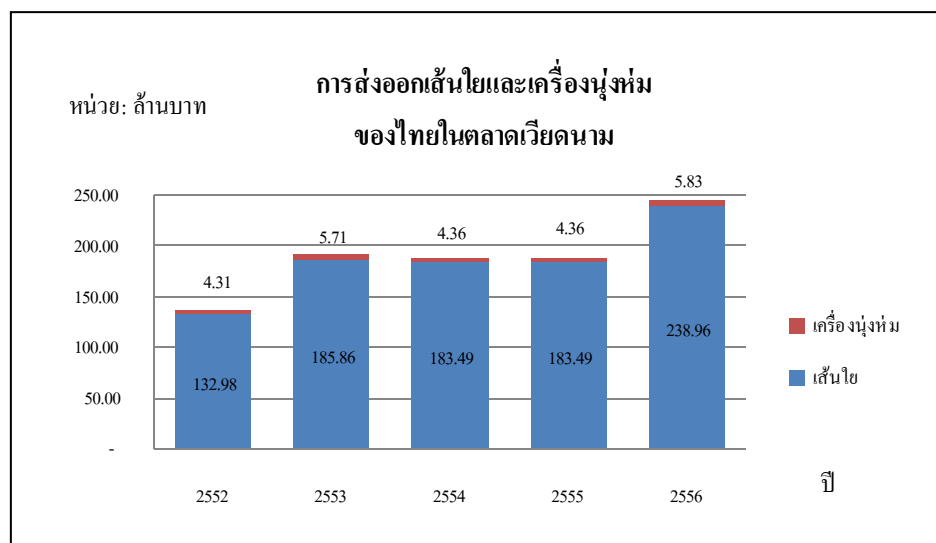
14) การส่งเสริมจากภาครัฐ นโยบายของรัฐบาลมีการส่งเสริมและเป็นข้อจำกัดให้กับอุตสาหกรรม ซึ่งภาคการส่งเสริมจะอยู่ในอุตสาหกรรมอื่นๆเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีข้อกำหนดในการดำเนินงานด้านต่างๆที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงศักยภาพการดำเนินงานได้อย่างเต็มความสามารถ

4.1.2 ประเทศเวียดนาม



รูปที่ 4.4 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามในตลาดไทย [3]

จากรูปที่ 4.4 แสดงมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเทศเวียดนาม พบว่า มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอของประเทศเวียดนามมีลดลง แต่นำเข้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตในประเทศเวียดนามมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการผลิตสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มในประเทศเวียดนามดีขึ้น ความต้องการสินค้าในตลาดประเทศไทยมีมากขึ้น ในอีกแง่หนึ่งประเทศไทยก็มีประสิทธิภาพในการผลิตเครื่องนุ่งห่มได้น้อยลงเช่นกัน



รูปที่ 4.5 มูลค่าการส่งออกเส้นใยและเครื่องนุ่งห่มของไทยในตลาดเวียดนาม [3]

จากรูปที่ 4.5 แสดงมูลค่าการส่งออกเส้นใยและเครื่องนุ่งห่มไทยในตลาดของประเทศเวียดนาม พบว่าสินค้าประเภทเส้นใยหรือต้นวัตถุดิบในการผลิตเส้นผ้า เช่น เส้นใย ผ้าผืน ผ้าทอ เป็นต้น มีการส่งออกสูงขึ้นมากเมื่อเทียบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 - 2556 ส่วนสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มมีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบ 5 ปี ทำให้ทราบว่าประเทศไทยรักษาการเป็นซัพพลายเออร์การผลิตด้านวัตถุดิบสิ่งทอได้ในระดับดี ส่วนเครื่องนุ่งห่มประเทศไทยมีจำนวนการส่งออกที่น้อยเมื่อเทียบกับการส่งออกสิ่งทอ ประเทศเวียดนามถือเป็นทั้งคู่ค้า และคู่แข่งในตลาดโลก VINATEX [74] เผยว่าเวียดนามกลายมาเป็นผู้แข่งขันที่แข็งแกร่งในตลาดอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มถือว่ามีความสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตในประเทศ จำนวนอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศเวียดนามมีมากกว่า 3,800 บริษัท และเป็นผู้นำในด้านการส่งออก แม้ปริมาณเจ้าของธุรกิจของบริษัทเวียดนาม จะเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.5 อย่างไรก็ตาม ร้อยละ 75 เป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจำกัด การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก และด้วยจำนวนแรงงานมากกว่า 2 ล้านคน มีจำนวนแรงงานถึง 1.3 ล้านคนทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโดยตรง ด้านเศรษฐกิจค่า GDP โตขึ้นร้อยละ 5.9 ในปี 2011 ซึ่งคาดการณ์ว่าจะมีค่าสูงขึ้นอีกจากผลกระทบการควบคุมเงินเพื่อ ด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและบริหารการแข่งขัน ในส่วนของสถานะการแข่งขันของเวียดนามทั้งภายในและภายนอกประเทศ กำลังเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ ด้านสถานะด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาดและการเติบโตตลาดของผู้บริโภคมีมากขึ้น ซึ่งดูได้จากอันดับการส่งออกของโลก และสามารถอธิบายภาพรวมสภาพการดำเนินงานของอุตสาหกรรมในประเทศเวียดนาม โดยแบ่งหัวข้อในแต่ละด้าน [74, 75, 76] ได้ดังนี้

- 1) วัตถุดิบ ประเทศเวียดนามมีการบริโภคฝ้ายคอตตอน 400,000 ล้านตันต่อปี โดยนำเข้าวัตถุดิบใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย จากต่างประเทศเป็นหลัก ได้แก่ ประเทศสหรัฐ ร้อยละ 35 จากอินเดีย ร้อยละ 32 และจากแอฟริกาใต้ ร้อยละ 19 คิดเป็นร้อยละ 50 ในการนำเข้าวัตถุดิบ ซึ่งมีลักษณะเดียวกับประเทศไทยและอินโดนีเซีย
- 2) คุณภาพ เป็นที่ยอมรับในตลาดหลักที่มีการนำเข้าสินค้า ถึงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับตลาดใหญ่อย่างสหรัฐ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เป็นต้น ผสมรวมกับต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทำให้สามารถผลิตสินค้าคุณภาพในระดับที่ไม่สูง แต่ผลิตเป็นจำนวนมาก
- 3) เทคโนโลยี ประเทศเวียดนามมีการรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ และได้มีการลงทุนพัฒนาและวิจัยด้านเทคโนโลยีมากขึ้นในระดับหนึ่ง
- 4) ต้นทุน ประเทศเวียดนามถือเป็นประเทศที่ส่งเสริมด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอย่างมาก รวมถึงมีค่าแรงต่อหัวของแรงงานอยู่ในระดับต่ำ วัตถุดิบที่นำเข้าส่งออกก็มีมูลค่าที่ต่ำด้วย จึงทำให้ต้นทุนมีราคาต่ำ สามารถแข่งขันกับประเทศที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ได้ค่อนข้างง่าย
- 5) แรงงาน VINATEX [74] แรงงานในส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอมีจำนวน 840,000 คนคิดเป็นร้อยละ 11.2 ในปี 2554 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2553 และมีแนวโน้มสูงขึ้น

6) ทักษะและประสบการณ์ แรงงานในประเทศเพิ่งเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยังคงต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเป็นผู้สอนความรู้ต่างๆ ถือว่ายังมีทักษะ รวมถึงประสบการณ์น้อยเมื่อเทียบกับประเทศไทย

7) เงินทุน ด้านเงินทุนจากผู้ลงทุนที่เข้ามาลงทุนในประเทศ แม้จะอยู่ในสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวแต่ด้านการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถเติบโตจนเป็นที่จับตามองของหลายๆ ประเทศ ที่เป็นคู่แข่ง อย่าง จีน อินโดนีเซีย เป็นต้น ทำให้ด้านเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคในขณะนี้

8) คู่แข่งขัน จากการสำรวจ พบว่า มีบริษัทปั่นด้าย 70 บริษัท แบ่งเป็นตอนเหนือของเวียดนาม 31 บริษัท 6 บริษัทในตอนกลางของประเทศ และทางตอนใต้ 33 บริษัท [74] ซึ่งมีจำนวนผู้ผลิตระดับเล็กถึงกลางเป็นส่วนใหญ่ ยังไม่มีบริษัทใหญ่ๆ ในอุตสาหกรรม

9) สถานะการแข่งขัน การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในเวียดนามปี 2011 รวมมูลค่า 15.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.4 เมื่อเทียบกับปี 2010 โดยตลาดหลักอยู่ที่สหรัฐอเมริกา คิดเป็นมูลค่าส่งออก 6.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดยุโรป คิดเป็นมูลค่า 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และญี่ปุ่น 1.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

10) การเติบโตและความต้องการของตลาดผู้บริโภค สถานะเศรษฐกิจและตลาดความต้องการทั้งในและต่างประเทศขยายตัวได้ดี ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและผู้ลงทุนจากต่างประเทศ มีการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นอันดับต้นๆ ของอุตสาหกรรม

11) คู่ค้า เนื่องจากเป็นประเทศที่เริ่มกับภาคอุตสาหกรรม จึงยังขาดแหล่งวัตถุดิบในด้านการผลิต ในขณะที่เดียวกันก็มีการลงทุนขยายการผลิตให้ตอบสนองต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

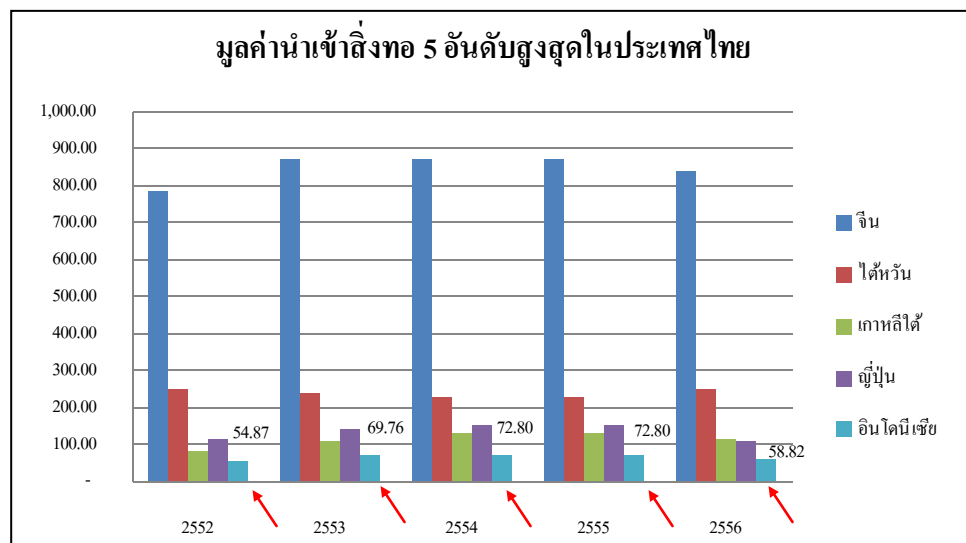
12) ความเชื่อมโยงการผลิต มีการผลิตเส้นใยและผลิตเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ แต่ยังไม่มีการทอผ้า ขึ้นรูป จึงทำให้ขาดตอนในการผลิต ซึ่งมุ่งเน้นแต่อุตสาหกรรมที่ใช้จำนวนแรงงานเป็นส่วนใหญ่ในการผลิต ทำให้ยังขาดความเชื่อมโยงด้านการผลิตในอุตสาหกรรม

13) โอกาส เวียดนามได้รับโอกาสจากหลายๆ ด้าน ในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอ มีการส่งเสริมการผลิต การร่วมลงทุนจากต่างประเทศ มีทรัพยากรที่ใหม่สำหรับการค้นคว้าวิจัย และยังเป็นประเทศที่ได้รับสิทธิประโยชน์ในหลายๆ ด้าน รวมถึงการเข้าร่วม TPP หรือเรียกย่อๆ ว่า Trans-Pacific Partnership โดยฉบับมีการลงนามชื่อ การตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement: TPP) สมาชิกเดิมประกอบด้วย 4 ประเทศ ได้แก่ ชิลี นิวซีแลนด์ สิงคโปร์และบรูไน หรือเรียกว่า The Pacific-4 (P4) ซึ่งให้เกิดความร่วมมือในด้านการตลาดการค้า การลงทุนและข้อกำหนดร่วมกันในภาคเศรษฐกิจให้เสมอภาคกันในกลุ่มสมาชิก จากนั้นมีสมาชิกเพิ่มในฐานะผู้ตกลงทางการค้า ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เปรู เวียดนาม มาเลเซีย เม็กซิโก แคนาดา และญี่ปุ่น รวมถึงได้หวันและเกาหลีใต้เป็นผู้เข้าร่วมตามลำดับ ที่ทำให้ประเทศเวียดนามได้รับผลประโยชน์ด้านการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้ารวม 12 ประเทศ ตามข้อตกลง

ระบุไว้ว่า สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถส่งออกไปประเทศสหรัฐ โดยคิดเป็นร้อยละ 55 ของ ยอดการส่งทั้งหน่วยงานและมีอัตราภาษีร้อยละ 0 เป็นต้น [85, 90]

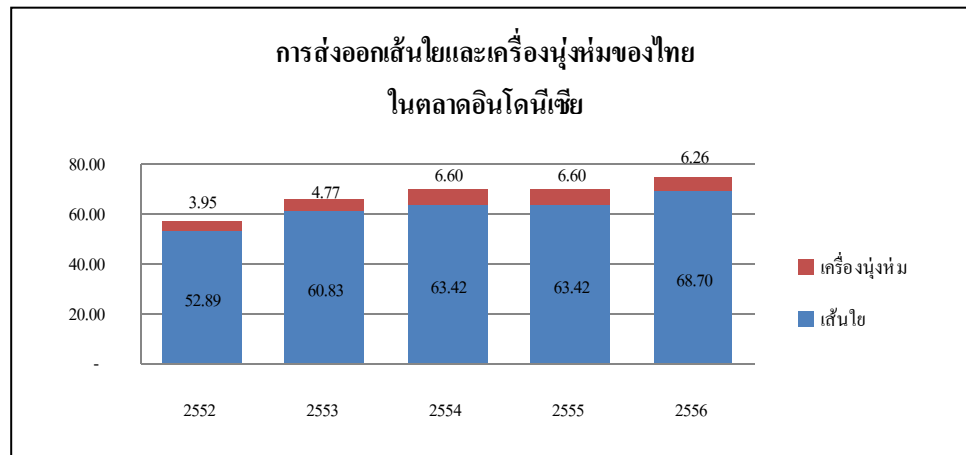
14) การส่งเสริมจากภาครัฐ นโยบายของรัฐ มีการกระตุ้น ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ ผู้ประกอบการอย่างมากในการกระตุ้นอุตสาหกรรมด้านนี้

4.1.2 ประเทศอินโดนีเซีย



รูปที่ 4.6 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอ 5 อันดับสูงสุดในประเทศไทย [3]

จากรูปที่ 4.6 แสดงมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอ 5 อันดับสูงสุดในประเทศไทย พบว่า มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอ ของประเทศอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่ 5 แสดงถึงสิ่งทอในประเทศอินโดนีเซียก็สามารถเป็นซัพพลายเออร์ให้กับประเทศไทยเช่นกัน แต่มูลค่าการนำเข้าเมื่อเทียบกับส่งออกสิ่งทอของไทยในรูปที่ 4.1 ก็ถือว่า ไทยมีกำลังและประสิทธิภาพในการส่งออกอยู่ในระดับดี จะเห็นได้ว่าสิ่งทอไทยยังสามารถเติบโตได้ในตลาดเพื่อนบ้านหรือตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้



รูปที่ 4.7 มูลค่าการส่งออกเส้นใยและเครื่องนุ่งห่มของไทยในตลาดอินโดนีเซีย [3]

จากรูปที่ 4.7 แสดงมูลค่าการส่งออกเส้นใยและเครื่องนุ่งห่มไทยในประเทศอินโดนีเซีย พบว่าสินค้าประเภทเส้นใยหรือต้นวัตถุดิบในการผลิตผ้ามียการส่งออกสูงขึ้น แต่สินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มลดลง ทำให้เราทราบว่าประเทศไทยสามารถเป็นซัพพลายเออร์การผลิตต้นวัตถุดิบได้ดี ถึงแม้ว่าด้านเครื่องนุ่งห่มจะลดลงแต่เมื่อเทียบกับสมัยก่อนยังถือว่า ตลาดสินค้าเครื่องนุ่งห่มไทยยังเป็นที่ต้องการในตลาดอินโดนีเซีย นอกจากนี้ผู้วิจัยสามารถแบ่งหัวข้อในแต่ละด้าน เพื่ออธิบายภาพรวมของสภาพการดำเนินงานของอุตสาหกรรมในประเทศอินโดนีเซีย [77, 78, 80] ได้ดังนี้

- 1) วัตถุดิบ ผลิตโดยธรรมชาติเอง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบกว่าประเทศไทยและเวียดนามที่ยังคงต้องมีการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่แต่ยังคงต้องนำเข้าในส่วนของชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องมือในการผลิตเช่นกัน
- 2) คุณภาพ เป็นที่ยอมรับในตลาดหลักที่มีการนำเข้าสินค้า ถึงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับตลาดใหญ่อย่างสหรัฐ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เป็นต้น ผลิตสินค้าต้นทุนต่ำได้ แต่ยังคงสู้ประเทศจีน เวียดนามไม่ได้ ทำให้ยังเป็นอุปสรรคในประเทศ
- 3) เทคโนโลยี ประเทศอินโดนีเซียมีการพึ่งพาเทคโนโลยี นำเข้าเครื่องจักรและชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่างๆจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี
- 4) ต้นทุน เมื่อเทียบกับประเทศไทย ถือว่ามีราคาต้นทุนใกล้เคียงกัน แม้ต้นทุนแรงงานถูกกว่าแต่ก็ต้องรวมกับค่านำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศเช่นกัน และยังขาดในด้านสาธารณูปโภคที่ส่งเสริมในการผลิต
- 5) แรงงาน มีจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประมาณ 1.8 ล้านคน จากประชากรที่มากที่สุดในโลก ถึง 240 ล้านคน ทำให้แรงงานมีความพร้อมในการผลิตและดำเนินงานในอุตสาหกรรม

6) ทักษะและประสบการณ์ จากการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมา ยาวนาน แรงงานมีความรู้ความชำนาญเฉพาะ มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการผลิตสินค้าให้มี คุณภาพอยู่ในระดับดี

7) เงินทุน ด้านเงินทุนจากผู้ลงทุนที่เข้ามาลงทุนในประเทศ แม้จะอยู่ในสภาพเศรษฐกิจ ชะลอตัวแต่ด้านการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสามารถเติบโตจนเป็นที่จับตามองของหลายๆ ประเทศ ที่เป็นคู่แข่ง อย่าง จีน อินโดนีเซีย เป็นต้น ทำให้ด้านเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคในขณะนี้

8) คู่แข่งขัน เนื่องจากการมีความพร้อมด้านจัดการด้านห่วงโซ่ตลอดสายการผลิต ทำให้ คู่แข่งมักเป็นคู่แข่งภายนอกประเทศ เช่น จีน บังกลาเทศ ศรีลังกาและเวียดนาม ซึ่งประเทศ อินโดนีเซียมองว่าเป็นอุปสรรคของการดำเนินอุตสาหกรรมในประเทศอย่างมาก

9) สภาพการแข่งขัน ประสบอุปสรรคการแข่งขันทางด้านตลาดราคาอย่างประเทศ เวียดนาม ซึ่งประเทศอินโดนีเซียมีรายได้เฉลี่ยต่อคน 0.44 เซนต์สหรัฐต่อชั่วโมง ซึ่งมากกว่าเวียดนาม ถึงร้อยละ 14 และยังได้รับผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าราคาถูกจากจีนและประเทศเพื่อนบ้านที่มี ราคาสินค้าต่ำกว่า

10) การเติบโตและความต้องการของตลาดผู้บริโภค ตลาดหลักการส่งออกสินค้าสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริการ้อยละ 36 สหภาพยุโรปร้อยละ 16 และประเทศญี่ปุ่นร้อยละ 5 ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นตลาดหลักของประเทศไทยและเวียดนามเช่นกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับสภาวะ เศรษฐกิจ แต่ก็ยังเป็นประเทศที่ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มติดอันดับของโลก

11) คู่ค้า ต้องอาศัยการนำเข้าเครื่องมือจากต่างประเทศทำให้มีคู่ค้าตามประเทศต่างๆ และด้วย การดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมมานาน ความได้เปรียบด้านภาษา ทำให้การติดต่อกับคู่ค้าเป็นเรื่องง่าย มากกว่าในประเทศไทยและเวียดนาม

12) ความเชื่อมโยงการผลิต มีการผลิตครบห่วงโซ่เช่นเดียวกับประเทศไทย มีการจัดการ เชื่อมโยงในแต่ละภาคส่วนของการผลิตดี มีประสิทธิภาพในการผลิต

13) โอกาส อินโดนีเซียได้รับสิทธิประโยชน์ จากการมีสายการผลิตที่ครบถ้วนทำให้มองเห็น การเป็นซัพพลายเออร์ให้กับคู่ค้ารายอื่นและยังมีช่องทางการตลาด ทางด้านภาษา ที่กว้างมากกว่าทั้ง ประเทศเวียดนามและไทย

14) การส่งเสริมจากภาครัฐ นโยบายของรัฐมีการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุน ในต่างประเทศเข้ามาลงทุนในอินโดนีเซียมากขึ้น แต่ไม่ส่งเสริมด้านการพัฒนาการผลิตหรือการ พัฒนาอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง รวมถึงยังมีมาตรการกีดกันทางการค้าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับประเทศไทย

จากการวิเคราะห์รายประเทศ สามารถนำเสนอเปรียบเทียบภาพรวมการศึกษาด้านการผลิตประเภท ของสินค้า ได้ดังตารางต่อไปนี้

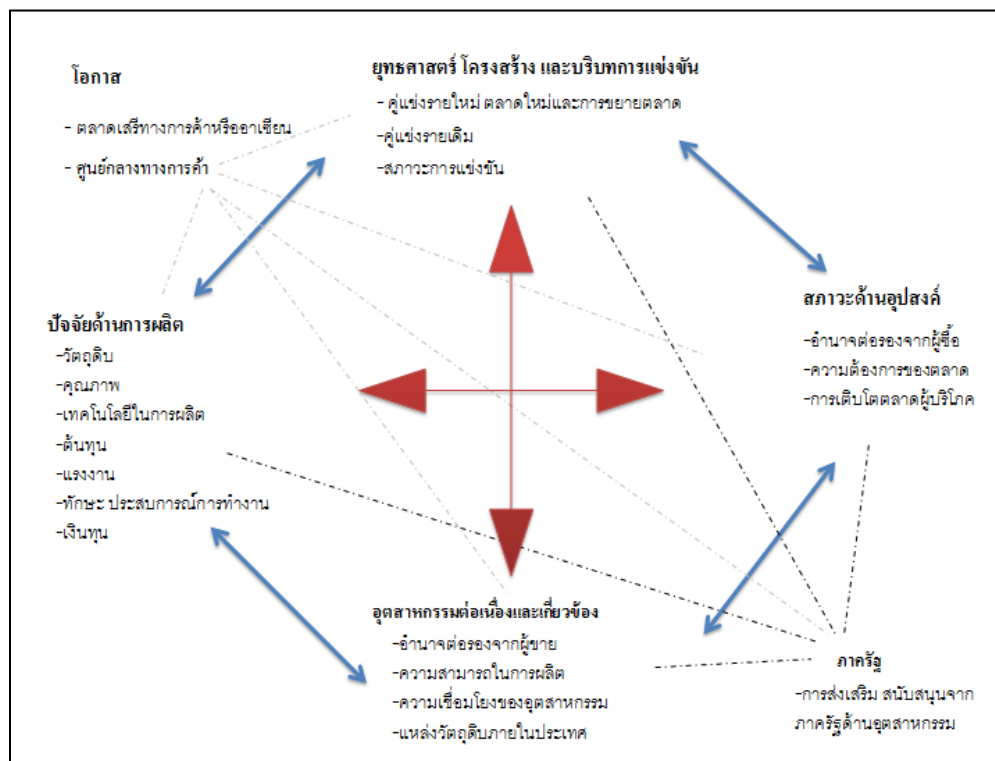
ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบสินค้าส่งออกตามประเภทสินค้าของประเทศไทย เวียดนามและอินโดนีเซีย โดยเครื่องหมาย ✓ แสดงถึงประเภทสินค้าที่ผลิต

ประเภท	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม	ประเทศอินโดนีเซีย
1. ฝ้าย			✓
2. เครื่องนุ่งห่ม			
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป	✓	✓	✓
- อื่นๆ	✓	✓	✓
3. สิ่งทอ			
- ผ้าผืน	✓	✓	✓
- ด้ายและเส้นด้าย	✓	✓	✓
4. สิ่งทออื่นๆ	✓		✓

จากตาราง 4.1 จากการศึกษาประเภทสินค้าในการส่งออกของแต่ละประเทศ พบว่าประเภทสินค้าส่วนใหญ่ผลิตประเภทใกล้เคียงกัน ประเทศไทยผลิตยังขาดการปลูกฝ้ายที่ถือเป็นวัตถุดิบสำคัญ และยังมีมูลค่าการนำเข้าฝ้ายต่อปีสูง ส่วนประเทศเวียดนามเน้นการผลิตสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มเป็นหลัก เนื่องจากความพร้อมด้านแรงงานและต้นทุน ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีการผลิตสินค้าครอบคลุมทุกประเภทมากกว่าอีกสองประเทศ จึงแสดงถึงศักยภาพในการตลาดที่เป็นไปได้ดี

4.1.5 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน โดย Diamond Model

จากการวิเคราะห์ในแต่ละประเทศตามปัจจัยด้านต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในภาพรวมตามทฤษฎี Diamond model รวมถึงการศึกษาข้อมูลนำเข้า ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย และจากเอกสารต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้ออุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้มีการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศไทย เวียดนามและอินโดนีเซีย ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันจากทฤษฎี Diamond Model ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทย ประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซีย โดยทฤษฎี Porter's Diamond Model สรุปการวิเคราะห์ตามรูปที่ 4.7 และแสดงผลการศึกษาได้ทำการวิเคราะห์โดยอัตวิสัย (Subjectivism) นำเสนอข้อมูลตามตารางที่ 4.2 ได้ดังนี้



รูปที่ 4.8 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในรูปแบบ Diamond Model ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

จากรูปที่ 4.8 Diamond Model ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ กับ 2 ปัจจัย 'ได้แก่' องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยด้านการผลิต ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อย คือ วัตถุดิบ คุณภาพ เทคโนโลยีในการผลิต ต้นทุน แรงงาน ทักษะ/ประสิทธิภาพ และเงินทุน องค์ประกอบที่ 2 ยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และบริบทการแข่งขัน ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อยคือ คู่แข่งรายใหม่/ตลาดใหม่และการขยายตลาด คู่แข่งรายเดิม และสภาพการแข่งขัน องค์ประกอบที่ 3 สถานะอุปสงค์ ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อย คือ อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ความต้องการของตลาด และการเติบโตตลาดผู้บริโภค องค์ประกอบที่ 4 อุตสาหกรรมต่อเนื่องและเกี่ยวข้อง ประกอบด้วยส่วนประกอบย่อย คือ อำนาจต่อรองจากผู้ขาย ความสามารถในการผลิต ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม และแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ ส่วนปัจจัยที่ 1 โอกาส ประกอบด้วย ตลาดเสรีการค้าหรืออาเซียนและศูนย์การค้า และการค้า และสุดท้ายปัจจัยที่ 2 ภาครัฐ ประกอบด้วย การส่งเสริม สนับสนุนจากภาครัฐ

ตารางที่ 4.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทย ประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซีย โดยอัตวิสัย (Subjectivism)

Diamond Model	การเปรียบเทียบรายประเทศ		
	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม	ประเทศอินโดนีเซีย
1.ปัจจัยด้านการผลิต			
- วัตถุดิบ	3	3	3
- คุณภาพ	5	4	4
- เทคโนโลยีในการผลิต	3	2	4
- ต้นทุน	3	5	3
- แรงงาน	2	5	3
- ทักษะ ประสิทธิภาพการทำงาน	4	3	3
- เงินทุน	3	2	3
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	3.29	3.43	3.29
2.ยุทธศาสตร์ โครงสร้างและบริบทการแข่งขัน			
- คู่แข่งรายใหม่ ตลาดใหม่และการขยายตลาด			
- คู่แข่งรายเดิม	4	5	4
- สภาพการแข่งขัน	3	4	3
	2	4	3
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	3.00	4.33	3.33
3.สถานะด้านอุปสงค์			
- อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ	2	1	2
- ความต้องการของตลาด	4	5	4
- การเติบโตตลาดผู้บริโภค	5	5	4
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	3.67	3.67	3.33
4.อุตสาหกรรมต่อเนื่องและเกี่ยวข้อง			
- อำนาจต่อรองจากผู้ขาย	4	3	4
- ความสามารถในการผลิต	5	3	4
- ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม	3	2	4
- แหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ	5	2	4
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	4.25	2.50	4.00

ตารางที่ 4.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทย ประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซีย โดยอัตวิสัย (Subjectivism) (ต่อ)

Diamond Model	การเปรียบเทียบรายประเทศ		
	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม	ประเทศอินโดนีเซีย
5. โอกาส			
- ตลาดเสรีการค้าหรืออาเซียน	4	5	4
- ศูนย์กลางการค้า	5	4	3
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	4.50	4.50	3.50
6. รัฐบาล			
- การส่งเสริม สนับสนุนจากภาครัฐด้านอุตสาหกรรม	3	5	3
คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$)	3.00	5.00	3.00

จากการกำหนดคะแนนโดยรวม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มปัจจัยด้านการผลิต ประเทศที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) สูงสุด คือ ประเทศเวียดนาม ซึ่งเท่ากับ 3.43 สามารถแปลความหมายได้ว่ามีสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับดี ส่วนประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากันที่ 3.29 สามารถแปลความหมายได้ว่ามีสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง [30] ประเทศไทยเผชิญกับนโยบายค่าแรงของภาครัฐ ผูกกับการกดดันเรื่องคุณภาพและการออกแบบ จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องหาเป้าหมายในการทำธุรกิจที่มุ่งเน้นเรื่องราคาเพียงอย่างเดียว ด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างและบริบทการแข่งขันประเทศเวียดนามยังคงนำประเทศอินโดนีเซียและไทยในเรื่องของการพัฒนากลยุทธ์ โครงสร้างรวมถึงบริบททางการแข่งขันที่มีสภาพการณ์อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียและไทยสภาพการณ์อุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) อยู่ที่ 4.33, 3.33 และ 3.00 ตามลำดับ

สภาวะด้านอุปสงค์ พบว่า ประเทศไทยและเวียดนามมีสภาพการณ์ความต้องการของตลาดและผู้บริโภคอยู่ในระดับดี ที่คะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากันที่ 3.67 ส่วนประเทศอินโดนีเซียมีสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลางหรือมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากับ 3.33 ด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและเกี่ยวข้องประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) สูงสุด เท่ากับ 4.25 หมายความว่าสภาพการณ์ด้าน อุตสาหกรรมต่อเนื่องและเกี่ยวข้องอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือ ประเทศอินโดนีเซียและประเทศเวียดนาม มีคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) ที่ 4.00 และ 2.50 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ประเทศอินโดนีเซียมีสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับดี ส่วนประเทศเวียดนามอยู่ในระดับไม่ดี [74] เนื่องจากยังขาดการจัดการด้านต่างๆ เพราะยังเป็นอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศ

แข่งขันได้ในแง่ของต้นทุนเมื่อเทียบกับประเทศที่เหลือ ด้านโอกาส พบว่า ประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากันที่ 4.50 หมายถึง สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับดีมาก มีโอกาสในตลาดอาเซียนมาก ส่วนประเทศอินโดนีเซีย มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากับ 3.50 หมายถึง สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับดี และด้านสุดท้ายคือ ภาครัฐ จากการศึกษาข้อมูลระยะเวลาการดำเนินงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในไทยและอินโดนีเซียมีระยะเวลานานกว่าประเทศเวียดนาม จึงทำให้ภาครัฐมีการกระตุ้นภายในประเทศที่แตกต่างกัน ประเทศเวียดนามมีนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมาก เพราะรายได้หลักของประชาชนอยู่ในบริษัทอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ [74] จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากับ 5.00 หมายความว่า ประเทศเวียดนามมีสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมด้านภาครัฐอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งต่างจากประเทศไทยและประเทศอินโดนีเซียที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$) เท่ากับ 3.00 เท่ากัน หมายถึง สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมด้านภาครัฐอยู่ในระดับปานกลาง

4.2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ประเทศไทยด้านเงื่อนไขปัจจัยด้านการผลิตถือว่ามีความเข้มแข็งกว่าด้านอื่นๆ เมื่อเทียบกับอีกสองประเทศ ซึ่งประเทศไทยมีหลายๆด้านที่คล้ายกับประเทศอินโดนีเซีย ส่วนประเทศเวียดนามจะได้จะมีความเข้มแข็งทางด้านโอกาสและรัฐบาลมากเพราะภายในประเทศมีการกระตุ้นการสร้างอุตสาหกรรมและยังได้เปรียบเรื่องแรงงานที่มีความต้องการทำงานในอุตสาหกรรมมากขึ้น ดังนั้นเวียดนามจึงมีการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำได้ นักลงทุนจึงให้ความสนใจในด้านการลงทุนที่ประเทศเวียดนามสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาด้านนวัตกรรมเพื่อการสร้างสิ่งใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์อย่างนวัตกรรม เพื่อให้ประเทศไทยแข่งขันได้มากกว่าด้านต้นทุน ถือเป็นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่สามารถให้มายั่งยืนกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้ ในความสนใจศึกษาด้านนวัตกรรมจึงวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ซึ่งเป็นประเด็นในเรื่องการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน การพัฒนาสมรรถนะด้วยนวัตกรรม โดยจับใจความสำคัญของแนวความคิดของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยกำหนดสัญลักษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1) นายกสมาคมอุตสาหกรรมฟอกย้อมพิมพ์และตกแต่งสิ่งทอไทย แทนด้วย Expert 1
- 2) ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ คณะบริหารสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ แทนด้วย Expert 2
- 3) ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมเทคโนโลยี คณะบริหารสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ แทนด้วย Expert 3
- 4) ผู้เชี่ยวชาญ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ แทนด้วย Expert 4

5) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รวม 3 ท่าน แทนด้วย Expert 5, 6 และ 7 ตามลำดับ

สรุปการวิเคราะห์แนวความคิดในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้ตามตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 บทสรุปการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ผู้เชี่ยวชาญ	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 1 “SWOT”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 2 “Foresight”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 3 “Improvement and Innovation”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 4 “Competency Development”
Expert 1	<u>จุดแข็ง</u> คือ มีแหล่งวัตถุดิบและมีห่วงโซ่อุปทานที่ครบถ้วน รวมถึงคุณภาพของสินค้าในประเทศที่ได้รับการยอมรับ <u>จุดอ่อน</u> คือ ขาดเป้าหมาย ขาดความเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซการผลิต <u>โอกาส</u> คือ ปฏิรูปการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมได้ การรวมตัวในด้านเศรษฐกิจมากขึ้นและการลงเล่นในตลาดใหม่ๆ <u>อุปสรรค</u> คือ การวิจัยและพัฒนาทั้งด้านบุคลากรและสินค้าและกฎเกณฑ์ทางภาครัฐ	ด้านฟอกย้อมสิ่งทอเราไม่ถือว่าด้อยกว่าใครในอาเซียน เราสามารถผลิตคุณภาพของสินค้าได้ดี แต่เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีผลกำไรและกฎเกณฑ์จากภาครัฐมีมาก ทำให้สภาพการดำเนินงานลดลง ทำให้การผลิตฟอกย้อม ตกแต่งสิ่งพิมพ์ต้องอาศัยหนทางอื่นในการดำเนินงานให้มากขึ้น	ในอุตสาหกรรมต้องมีการแบ่งปันข้อมูลความรู้ แร่ข้อมูล แร่ความรู้ให้กัน นวัตกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะมีได้ หากมีตลาดที่รองรับการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆที่คิดค้นได้ การขยับจากผู้รับจ้างทำ (OEM) เป็นผู้ขายหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยตรง(REM) ก็ถือเป็น นวัตกรรมอย่างหนึ่ง ในกระบวนการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ	ส่งเสริมให้เกิดผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาดให้มากขึ้น เพื่อชักจูงให้ผู้ประกอบการมองเห็นถึงการพัฒนาสินค้าให้มากขึ้น การใช้ตลาดเป็นตัวดึงผู้ประกอบการ หากมีเทคโนโลยีแต่ไม่มีมีตลาด ก็ไม่อาจเกิดนวัตกรรมใหม่ๆได้ จึงต้องหาตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมในการแข่งขัน แล้วผู้ประกอบการจะพยายามพัฒนาสินค้าเพื่อรองรับตลาดนั้นๆได้รวมถึงการให้ผู้ประกอบการมีความกล้าตัดสินใจในการลงทุนด้านนี้ให้มากขึ้น
Expert 2	<u>จุดแข็ง</u> คือ ความรู้ ประสบการณ์ที่ยาวนาน ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อและมีศักยภาพในการผลิตที่ดีระดับโลก <u>จุดอ่อน</u> คือ แรงงานและสิทธิประโยชน์และขาดการจัดการด้านคน ทรัพยากร	เราพึ่งเศรษฐกิจการส่งออกในประเทศหลักอย่างยุโรปและสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถ้าเศรษฐกิจเหล่านั้นไม่ดี เราก็จะไม่ดีตาม ทำให้เราหันมาสร้างข้อกำหนดและสิทธิประโยชน์ร่วมกันใน	เรามีการดูแลกันแบบพี่สอนน้อง การทำ Best Practice แล้วนำไปบอกกล่าวให้ธุรกิจอื่นๆประยุกต์ใช้ การสร้าง Oversea, Over trend การลงทุนในต่างประเทศ การสร้างนวัตกรรมในด้านแบรนด์ของ	การพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง การหาและการสร้างช่องทางการตลาดระหว่างประเทศให้มากขึ้น การจัดการบริหารองค์ความรู้ที่มีอยู่ การติดต่อประสานงานเชื่อมโยงระหว่าง

ตารางที่ 4.3 บทสรุปการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ต่อ)

ผู้เชี่ยวชาญ	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 1 “SWOT”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 2 “Foresight”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 3 “Improvement and Innovation”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 4 “Competency Development”
Expert 2	<u>โอกาส</u> คือ ตลาดใหม่ๆ <u>อุปสรรค</u> คือ การวิจัยและพัฒนาทั้งด้านบุคลากรและสินค้า การเข้ามาของสินค้าคู่แข่งที่มีผลต่อความต้องการ	ตลาดละแวกเดียวกันมากขึ้นและยังคงต้องอาศัยตลาดในอาเซียนในการแสดงความสามารถในการผลิตของประเทศให้ประเทศอื่นได้เห็น	ตนเองการออกแบบดีไซน์ ที่เป็นเอกลักษณ์	ผู้ผลิตตลอดสายการผลิต
Expert 3	<u>จุดแข็ง</u> คือ การมี Supply chain ที่ครบวงจรและมีพื้นที่เป็นจุดศูนย์กลางการขนส่ง <u>จุดอ่อน</u> คือ การตอบสนองต่อตลาดช้าและต้นทุนด้านค่าแรงที่สูงขึ้น <u>โอกาส</u> คือ จะเป็น supplier ผ้าให้กับภูมิภาคอาเซียน <u>อุปสรรค</u> คือ ขาดการจัดการ และเชื่อมโยง Supply chain	เราจะมีการเชื่อมโยงตลาดและการผลิตที่มากขึ้น เช่น ไทยจะเป็น Supplier ผ้าส่งให้กับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น และมีเรื่องของการย้ายฐานการผลิตไปยังแรงงานต้นทุนที่ต่ำกว่าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ดังนั้นเราต้องสร้างเรื่องราวเอกลักษณ์ในประเทศให้เป็นรากฐานการส่งออก	เรื่องนวัตกรรมและการออกแบบ การพัฒนาเทคโนโลยีก็เป็นการสร้างนวัตกรรม ช่วยทำให้เทคโนโลยีสะอาดเป็นจุดขายสินค้าให้กับประเทศได้และเน้น ด้านการออกแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้	ผู้ประกอบการต้องเปิดใจ (Opened-mind) ยอมรับสิ่งใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ขวนขวายหาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เข้าสู่ตลาดบน และต้องลงทุนในด้านเทคโนโลยีต่างๆให้มากขึ้น รวมถึงบริหารจัดการ ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมอยู่รอดอย่างยั่งยืน
Expert 4	<u>จุดแข็ง</u> คือ Know How ที่มีมาช้านาน <u>จุดอ่อน</u> คือ แรงงานและค่าแรง <u>โอกาส</u> คือ การมีนวัตกรรมส่งต่อ เช่น Technical Textile, Functional Textile	อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในบ้านเรายังมีปัญหาในด้านวัตถุดิบที่ต้องนำเข้า อย่างใยคอตตอนจากประเทศอื่น เนื่องจากเราผลิตไม่ได้ ทำให้เสียโอกาสตรงนี้ไป	มาตรการส่งเสริมด้านโอท็อป เป็นการสร้างนวัตกรรมแต่ยังมีจุดบอดตรงที่เขาไม่ได้พัฒนาหรือเพิ่มเติมเทคนิคใหม่ๆ ดังนั้นต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบวัสดุ	การให้ภาครัฐสนับสนุนการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มากขึ้น การให้ผู้ประกอบการกระตือรือร้นในการหาความรู้มากขึ้น การสื่อสารให้

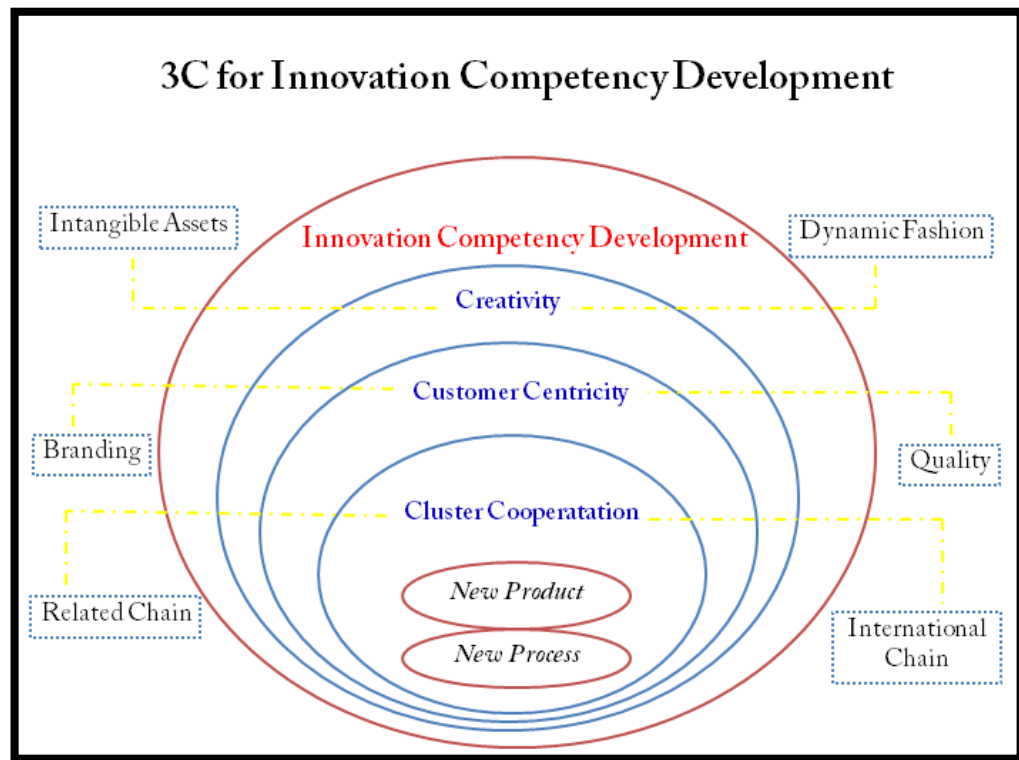
ตารางที่ 4.3 บทสรุปการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ต่อ)

ผู้เชี่ยวชาญ	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 1 “SWOT”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 2 “Foresight”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 3 “Improvement and Innovation”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 4 “Competency Development”
Expert 4	<u>อุปสรรค</u> คือ ต้นทุนที่สูงขึ้น การพึ่งพาวัตถุดิบจากการนำเข้า		การผลิตให้มีการผสมกับใยอื่นๆ ให้มีวัตถุดิบที่หลากหลายมากขึ้น และไม่ซ้ำกัน	ผู้ประกอบการรับรู้ให้มากขึ้น เข้าใจการพัฒนามากขึ้น
Expert 5	<u>จุดแข็ง</u> คือ ทรัพยากรด้านเงินทุน ทุนมากยิ่งพัฒนาได้มาก <u>จุดอ่อน</u> คือ ไม่มีเงินทุนและขาดแคลนแรงงาน <u>โอกาส</u> คือ การเข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่มากขึ้น เป็นแหล่งผลิตที่ดีให้ลูกค้า <u>อุปสรรค</u> คือ การลอกเลียนแบบสินค้าจากคู่แข่งที่มีมากขึ้น	มองว่าสภาพเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมไม่ดี ทางหน่วยงานมีข้อมูล ข่าวสารดี แต่เรายัง ไม่ เข้าถึง หรือ เห็น ถึงความสำคัญเท่าไร และการสนับสนุนด้านเงินทุนยากขึ้น ทำให้ไม่สามารถขยายหรือลงทุนเพิ่มเติมในอุตสาหกรรมได้	เคยทำนวัตกรรม แต่ทำแล้วไม่รุ่ง เนื่องจากตลาดในประเทศยังต้องการสินค้าต้นทุนต่ำและการแข่งขันที่มีสูง จึงทำให้ทำได้เพียงผลิตสินค้าตามออเดอร์ที่ลูกค้าต้องการเท่านั้น	ทำนวัตกรรมทำได้แต่คงยากไปสำหรับผู้ประกอบการ เพราะผู้ที่มีทุนมากกว่าเขามีอำนาจการซื้อเทคโนโลยีมากกว่า ดังนั้นจึงอยากให้หน่วยงานหรือองค์กรเข้ามาร่วมกำหนดกฎเกณฑ์การแข่งขันร่วมกัน
Expert 6	<u>จุดแข็ง</u> คือ การผลิตที่มีคุณภาพ <u>จุดอ่อน</u> คือ ขาดแคลนแรงงานและองค์ความรู้ <u>โอกาส</u> คือ ตลาดผู้บริโภคใหม่ๆ <u>อุปสรรค</u> คือ ขาดความรู้ในตลาดที่สนใจ ไม่มีข้อมูลหรือผู้แนะนำในการลงทุน	โดยภาพรวมของเศรษฐกิจ สังเกตจากพื้นที่การดำเนินงานธุรกิจมีขนาดเล็กลง ขนาดของงานถูกหันให้ใหญ่ขึ้น คือมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ต้นทุนสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องมีขนาดเล็กลง	เราไม่สามารถแข่งขันเหมือนในอดีตได้ จึงต้องเปลี่ยนแปลง การผลิตสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งและเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น สร้างนวัตกรรมการออกแบบเข้าถึงตลาดใหม่ๆให้มากขึ้น	ธุรกิจต้องปรับตัว เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เน้นตลาดใหม่ๆ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ต้องกล้าลงทุนใน ที่ใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

ตารางที่ 4.3 บทสรุปการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (ต่อ)

ผู้เชี่ยวชาญ	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 1 “SWOT”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 2 “Foresight”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 3 “Improvement and Innovation”	ผลการสัมภาษณ์ข้อที่ 4 “Competency Development”
Expert 7	<u>จุดแข็ง</u> คือ ฝีมือของบุคลากร <u>จุดอ่อน</u> คือ ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมจากภาครัฐและสถาบันทางการเงิน <u>โอกาส</u> คือ ตลาดผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ <u>อุปสรรค</u> คือ ขาดการส่งเสริมและต้นทุนที่สูงขึ้น	อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีโอกาสในตลาดเอเซียแน่นอน เพราะสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มเป็นปัจจัยที่มนุษย์ต้องมี เพราะมนุษย์ทุกวันนี้ต้องการมีชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้การบริโภคจะเพิ่มสูงขึ้น	ควรปรับปรุงด้านคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ควรมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สามารถส่งออกในตลาดต่างประเทศอย่างสหรัฐ ยุโรป ได้อย่างแน่นอน และควรมีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกื้อหนุน ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการมากกว่าการกีดกันการประกอบธุรกิจ	การพัฒนาสมรรถนะควรเริ่มจากการมีแหล่งเงินทุน ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมมากขึ้น การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่จะสามารถปรับปรุงการดำเนินอุตสาหกรรมให้เป็นไปอย่างยั่งยืนให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริมกับอุตสาหกรรมและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในมากขึ้นกว่านี้

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้ง 7 ท่าน ผู้วิจัยสามารถเสนอรูปแบบกรอบแนวคิดด้านระบบการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มหรือเรียกว่า 3 ซี กรอบแนวคิดระบบการพัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรม (3C for Innovation Competency Development) หรือวงแหวนหัวหอม (Onion Ring) ดังแสดงได้ดังรูปที่ 4.9 ดังนี้



รูปที่ 4.9 3 ซี กรอบแนวคิดระบบการพัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรม (3C for Innovation Competency Development) หรือวงแหวนหัวหอม (Onion Ring)

จากรูปที่ 4.9 วงแหวนหัวหอมเป็นการอธิบายถึงการพัฒนาสมรรถนะเชิงนวัตกรรม โดยการเริ่มจากสร้างความคิดสร้างสรรค์เป็นเปลือกนอกสุดของการพัฒนานวัตกรรม เมื่อมีความคิดเชิงสร้างสรรค์แล้วก็มองหาความต้องการของผู้บริโภคในตลาดอุตสาหกรรมทั้งในและนอกประเทศ และการแบ่งกลุ่มหาความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และสร้างกระบวนการใหม่เพื่อสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร อธิบายความหมายแต่ละหัวข้อ ได้ดังนี้

1) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สร้างความรู้ความเข้าใจ การให้ผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญและการปลูกฝังการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร เพื่อพัฒนาธุรกิจไม่ให้ค้ำใจถึงต้นทุนเพียงอย่างเดียว โดยให้องค์กรเรียนรู้และเริ่มคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Chapain C. et al [79] ระบุว่า อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนสู่

การเป็นนวัตกรรม การสร้างความแปลกใหม่เป็นลักษณะหลักที่บริษัทเชิงสร้างสรรค์ควรทำ ซึ่งเป็น การให้ปัจจัยการผลิตและทักษะที่มีความสำคัญต่อกระบวนการนวัตกรรม โดยสามารถนำมาประยุกต์ กับธุรกิจประเภทอื่นๆที่ต้องการหรือหันเป้าหมายไปทางธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ได้ การคิดค้นสิ่งใหม่นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและสามารถแบ่งหัวข้อเป็นทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) อาทิเช่น องค์ความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ เป็นต้น สร้างสรรค์ผลงานให้มีความหลากหลาย เช่น Eco-textile, technical textile ซึ่งทางสถาบันพัฒนาสิ่งทอมีโครงการเช่นนี้อยู่และแฟชั่นพลวัต (Dynamic Fashion) ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รสนิยม ค่านิยมที่เปลี่ยนไปตามกระแสของโลก อนาคต จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้าและแฟชั่น ได้รับผลอย่างมาก เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในมุมมองของตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ ด้านรสนิยมการบริโภคและพฤติกรรมความผันผวน ทำให้เกิดสภาพการแข่งขันและความกดดัน ด้านตลาดมีอัตราที่สูงขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีวงจรชีวิตสั้นลง [80]

2) ลูกค้ำเป็นจุดศูนย์กลาง (Customer Centricity) การให้องค์กรเห็นถึงความสำคัญของการเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เพราะการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และทันถ่วงที ถือเป็น การสร้างแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรง ความต้องการของตลาดและยังเป็นการลดต้นทุนในการผลิต จากการศึกษาของ Pal R. & Torstensson H. [80] กล่าวว่า การปรับตัวต้องอาศัยความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้ำเป็นศูนย์กลาง การรับรู้ ความต้องการและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการนั้นอย่างต่อเนื่อง สามารถ แบ่งหัวข้อเป็นด้านการสร้างแบรนด์ (Branding) หรือสร้างให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และการสร้าง คุณภาพ (Quality) ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อยกระดับตลาดในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

3) กลุ่มความร่วมมือ (Cluster Cooperation) หากบริษัทแต่ละด้านต่างผลิตเพื่อขายในตลาด จะทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง การร่วมมือจากภาคต่างๆจะทำให้การแข่งขันในตลาดบรรเทาลง Michael E. Porter ให้ความหมายของ Cluster ไว้ว่า Clusters คือ ระดับความเข้มข้นทางภูมิศาสตร์ที่ เชื่อมต่อกันภายในระหว่างบริษัทและสถาบันในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกลุ่มเชื่อมโยงบริษัทและสถาบัน ที่เป็นอิสระต่อกันเป็นตัวแทนของรูปแบบการสร้างองค์กรที่เข้มแข็งที่สามารถตอบสนองประโยชน์ใน ด้านประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความยืดหยุ่นได้ และยังคงกล่าวถึง Cluster กับนวัตกรรม ไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องอาศัยกลุ่มที่มีบทบาทความสามารถในการสร้างนวัตกรรม การแบ่งกลุ่มหรือ Clusters ทำให้นวัตกรรมเป็นได้มากกว่าโอกาส บริษัทที่อยู่ในกลุ่มแล้วนั้นจะสามารถหาแหล่ง การดำเนินงานด้านนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็ว สถานที่ของซัพพลายเออร์และผู้ร่วมงานมีความสามารถในการเข้าถึงกระบวนการทางด้านนวัตกรรม รวมไปถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น [81] และการทำโครงสร้าง cluster ที่เห็นได้ชัดเจน อย่างผลงานของ The Industrial Complex Cluster Program of Korea [82] องค์กรความร่วมมือและพัฒนาเศรษฐกิจ (The Organization of Economic

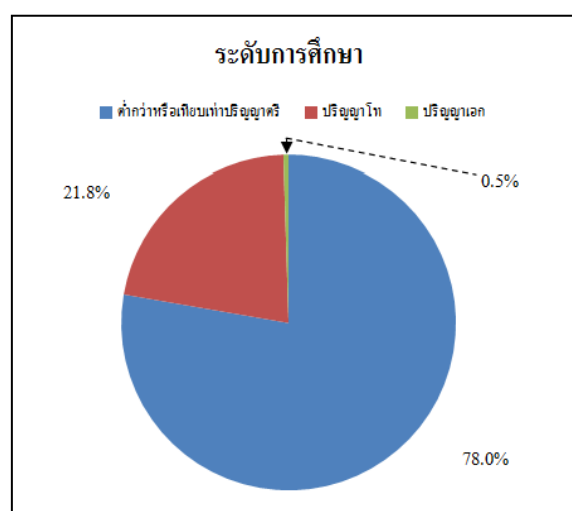
Co-operation and Development หรือ OECD) ให้คำนิยามของ Clusters ว่า เครือข่ายที่เข้มแข็งของ บริษัทอิสระ องค์กรสร้างความรู้ เช่น มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย ธุรกิจบริการด้านองค์ความรู้เชิงลึก เป็นต้น สถาบัน เช่น โบ๊กเกอร์ คอนเซาท์ เป็นต้นและถูกทำให้เชื่อมโยงในแต่ละภาคส่วน เพื่อการผลิมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มในแต่ละห่วงโซ่ที่เชื่อมโยงต่อกัน ผู้วิจัยได้แบ่งความร่วมมือเป็น 2 แบบ คือ การร่วมมือตลอดห่วงโซ่ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ (Related Chain) ให้มีตลาดหลากหลายและเหมาะสมกับผู้ประกอบการ สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนและการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ (International Chain) เพื่อให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเข้าสู่นานาชาติ ให้เป็นที่ยอมรับ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น

4.3 ผลการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สำหรับการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อสมรรถนะของผู้ประกอบการในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งดำเนินวิเคราะห์ข้อมูลในเครื่องมือ SPSS 14.0 for windows และเสนอผลการวิจัย ได้ดังนี้

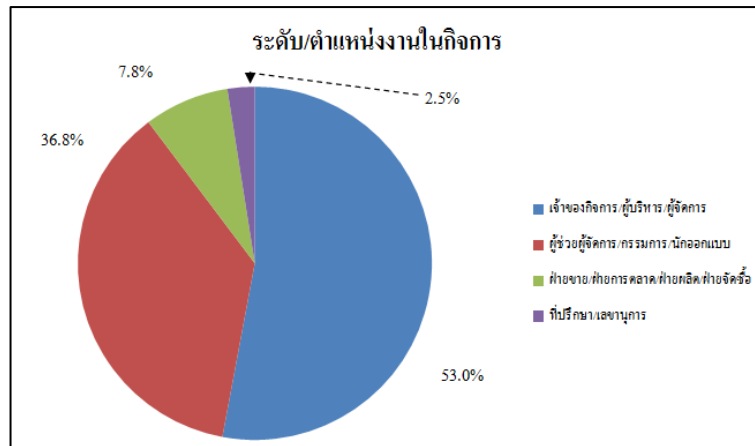
4.3.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ผู้จัดการ กรรมการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย ระดับการศึกษา ระดับหรือตำแหน่งงานในกิจการ ประสบการณ์ทำงาน ดังนี้



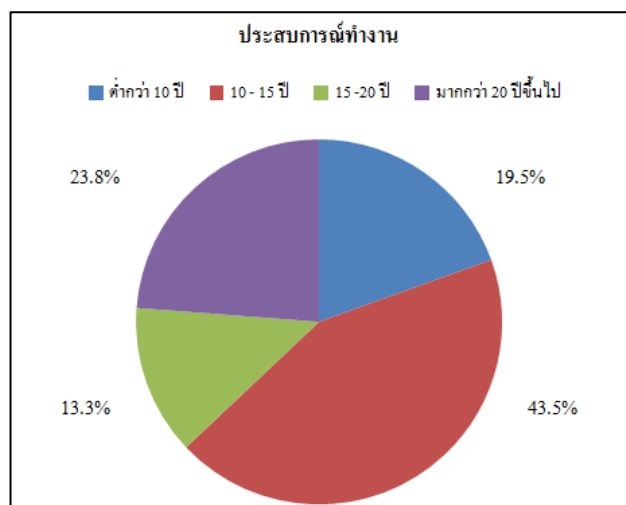
รูปที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

จากรูปที่ 4.10 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ การศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 21.8 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.5



รูปที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับ/ตำแหน่งงานในกิจการ

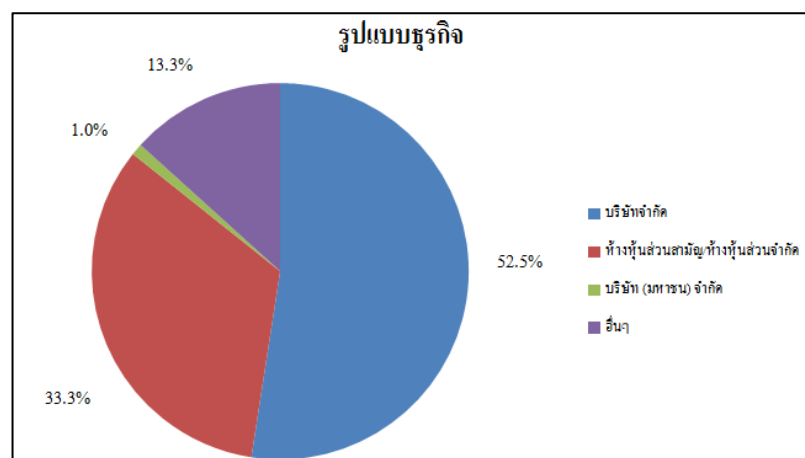
จากรูปที่ 4.11 ด้านระดับ/ตำแหน่งงานในกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของกิจการ/ผู้บริหาร/ผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 53.0 เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการ/นักร้องแบบ คิดเป็นร้อยละ 36.8 เป็นฝ่ายขาย/ฝ่ายการตลาด/ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 7.8 และเป็นที่ปรึกษา/เลขานุการที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5 จากผลการศึกษาด้านระดับ/ตำแหน่งงานในกิจการ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา



รูปที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน

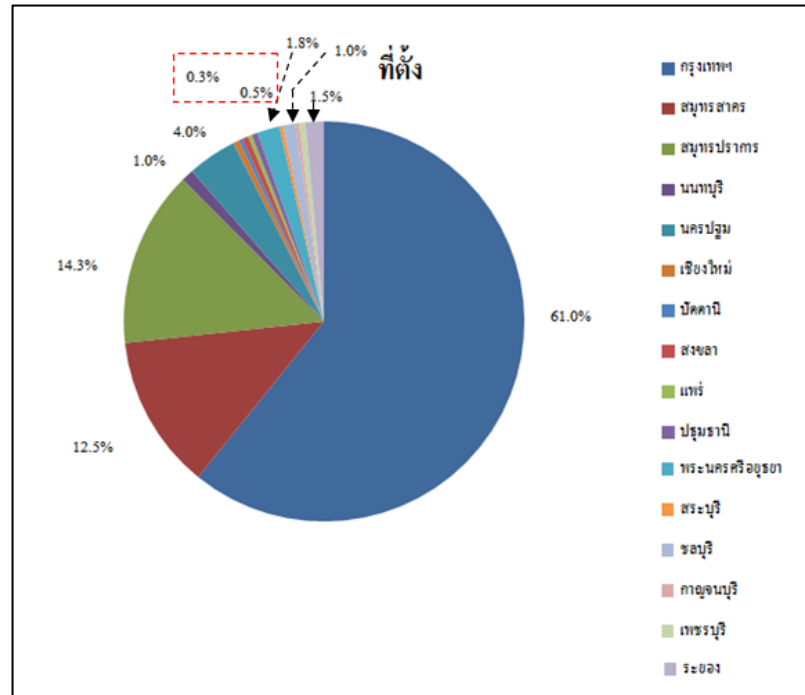
จากรูปที่ 4.12 ด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.8 ต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 และระหว่าง 15 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3

ส่วนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ ที่ตั้งของสถานประกอบการธุรกิจ ประเภทอุตสาหกรรมในห่วงโซ่ ระยะเวลาดำเนินงานของกิจการ หรือบริษัทหรือธุรกิจ จำนวนพนักงาน จำนวนเงินทุนจดทะเบียนการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบริษัท



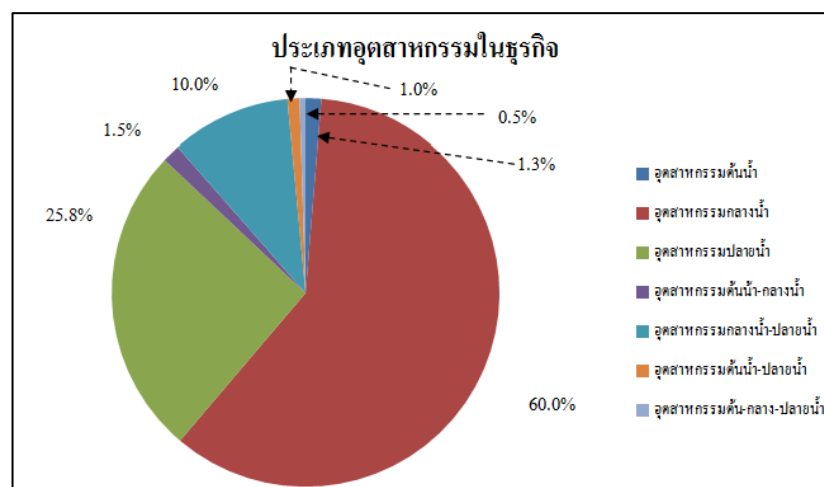
รูปที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรูปแบบธุรกิจ

จากรูปที่ 4.13 ด้านรูปแบบธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 33.3 เป็นอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.3 โดยระบุเป็นข้อความ ได้แก่ ส่วนตัว ทำเอง และเป็นแบบบริษัท (มหาชน) จำกัด 1.0



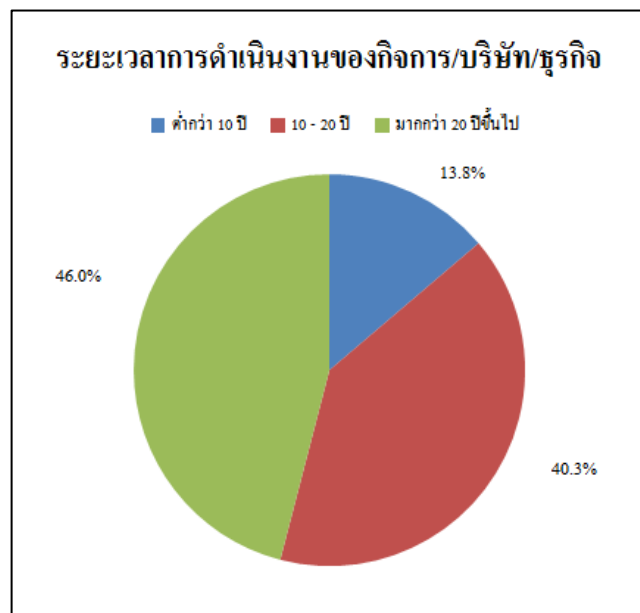
รูปที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านที่ตั้ง

จากรูปที่ 4.14 ด้านที่ตั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ สมุทรปราการ คิดเป็นร้อยละ 14.3 สมุทรสาคร คิดเป็นร้อยละ 12.5 นครปฐม คิดเป็นร้อยละ 4.0 พระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 1.8 ระยอง คิดเป็นร้อยละ 1.5 นนทบุรีและชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 1.0 เชียงใหม่ สงขลา ปทุมธานี และเพชรบุรี คิดเป็นร้อยละ 0.5 และปัตตานี แพร่ สระบุรีและกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 0.3



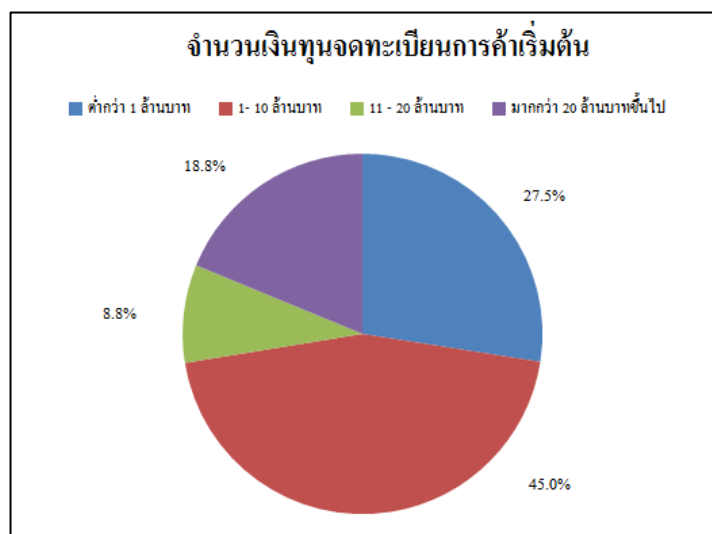
รูปที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทอุตสาหกรรมในธุรกิจ

จากรูปที่ 4.15 ด้านประเภทอุตสาหกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในอุตสาหกรรมกลางน้ำ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ อุตสาหกรรมปลายน้ำ คิดเป็นร้อยละ 25.8 อุตสาหกรรมร่วมระหว่าง กลางน้ำและปลายน้ำ คิดเป็น ร้อยละ 10.0 อุตสาหกรรมร่วมระหว่างต้นน้ำและกลางน้ำ คิดเป็นร้อยละ 1.5 อุตสาหกรรมต้นน้ำ คิดเป็นร้อยละ 1.3 อุตสาหกรรมร่วมระหว่างต้นน้ำและปลาย น้ำ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และอุตสาหกรรมร่วมระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำและ ปลายน้ำ คิดเป็น ร้อยละ 0.5



รูปที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการ/บริษัท/ธุรกิจ

จากรูปที่ 4.16 ด้านระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการ/บริษัท/ธุรกิจ พบว่า ระยะเวลาการดำเนินงาน มากกว่า 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ระยะเวลาการดำเนินงานระหว่าง 10 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 และระยะเวลาการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.8



รูปที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ทำแบบสอบถามด้านจำนวนเงินทุนจดทะเบียนการดำเนินงาน

จากรูปที่ 4.17 ด้านจำนวนเงินทุนจดทะเบียนการดำเนินงาน พบว่า มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นระหว่าง 1 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียนเริ่มต้นต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 ทุนจดทะเบียนเริ่มต้นมากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.8 และทุนจดทะเบียนเริ่มต้นระหว่าง 11 – 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.8 และพบข้อจำกัดของการเก็บข้อมูลด้านจำนวนแรงงานและรายได้ของบริษัท เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สะดวกในการกรอกข้อมูลทั้งสองด้านนี้ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้

4.3.2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูล และจัดระดับของข้อมูลที่ได้กำหนดไว้ในบทวิธีการวิจัย ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 การทดสอบค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และระดับ (Level) ของตัวแปรต่างๆ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	ระดับ (Level)
ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงนวัตกรรม (Innovation Decision)			
ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Asset)	3.5009	0.49075	ค่อนข้างสูง
ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset)	3.6080	0.48758	ค่อนข้างสูง
ปัจจัยภายนอก (Environment)	3.3754	0.49672	ปานกลาง
การพัฒนาสมรรถนะ (Competency Development)			
ความสามารถในการสร้างความแตกต่าง ด้าน			
นวัตกรรมกระบวนการ (Knowledge)	3.3675	0.56413	ปานกลาง
ความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Skill)	3.8225	0.57604	ค่อนข้างสูง
นวัตกรรมลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้ (Attitude)	3.3325	0.65423	ปานกลาง

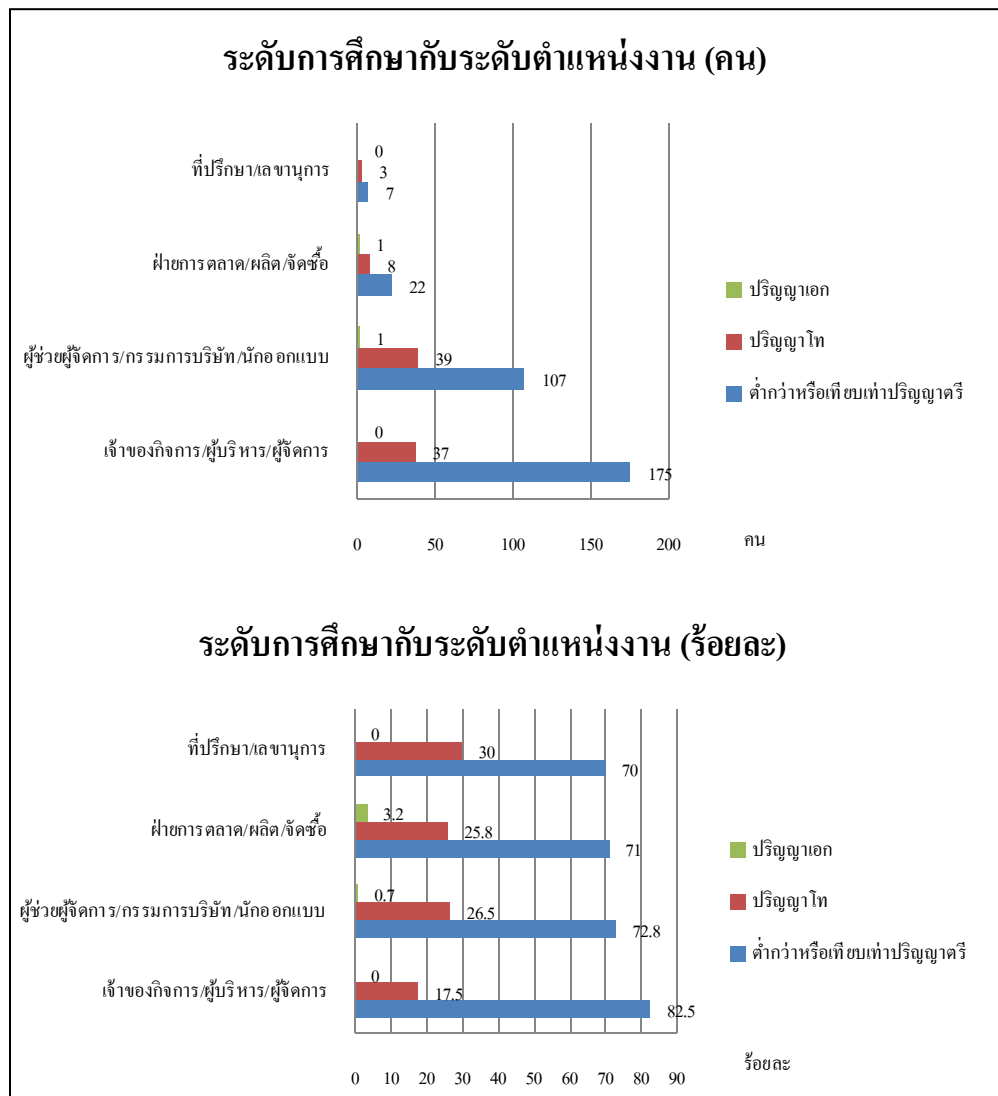
จากตารางที่ 4.4 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Asset) และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) มีระดับการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมในปัจจุบันขององค์กร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนปัจจัยภายนอก (Environment) มีระดับการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมในปัจจุบันขององค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานบอกถึงการกระจายตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ยังมีค่าน้อย หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ใกล้เคียงกัน จึงมีค่าการกระจายตัวของข้อมูลน้อย ยิ่งมีค่ามาก หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่แตกต่างกัน จึงมีค่าการกระจายตัวของข้อมูลมาก พบว่า ทั้งสามปัจจัยมีการกระจายตัวของข้อมูลใกล้เคียงกัน โดยเรียงการกระจายตัวน้อยไปหามากได้ค่า 0.48758, 0.49075 และ 0.49672 คือ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Asset) และปัจจัยภายนอก (Environment) ตามลำดับ ตัวแปรตามหรือตัวแปรอิสระ คือ การพัฒนาสมรรถนะ ด้านทักษะ (Skill) มีสมรรถนะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความรู้ (Knowledge) และด้านทัศนคติ (Attitude) มีสมรรถนะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งสามด้านมีการกระจายตัวของข้อมูลใกล้เคียงกัน แต่มีการกระจาย

ตัวมากกว่าตัวแปรต้น โดยเรียงการกระจายตัวน้อยไปหามากได้ค่า 0.56413, 0.57604 และ 0.65423 คือ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) ตามลำดับ

4.3.3 การแจกแจงแบบไขว้ (Crosstab)

เพื่อแสดงการแจกแจงข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล ให้มีความสอดคล้องของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยมีการทดสอบ ดังต่อไปนี้

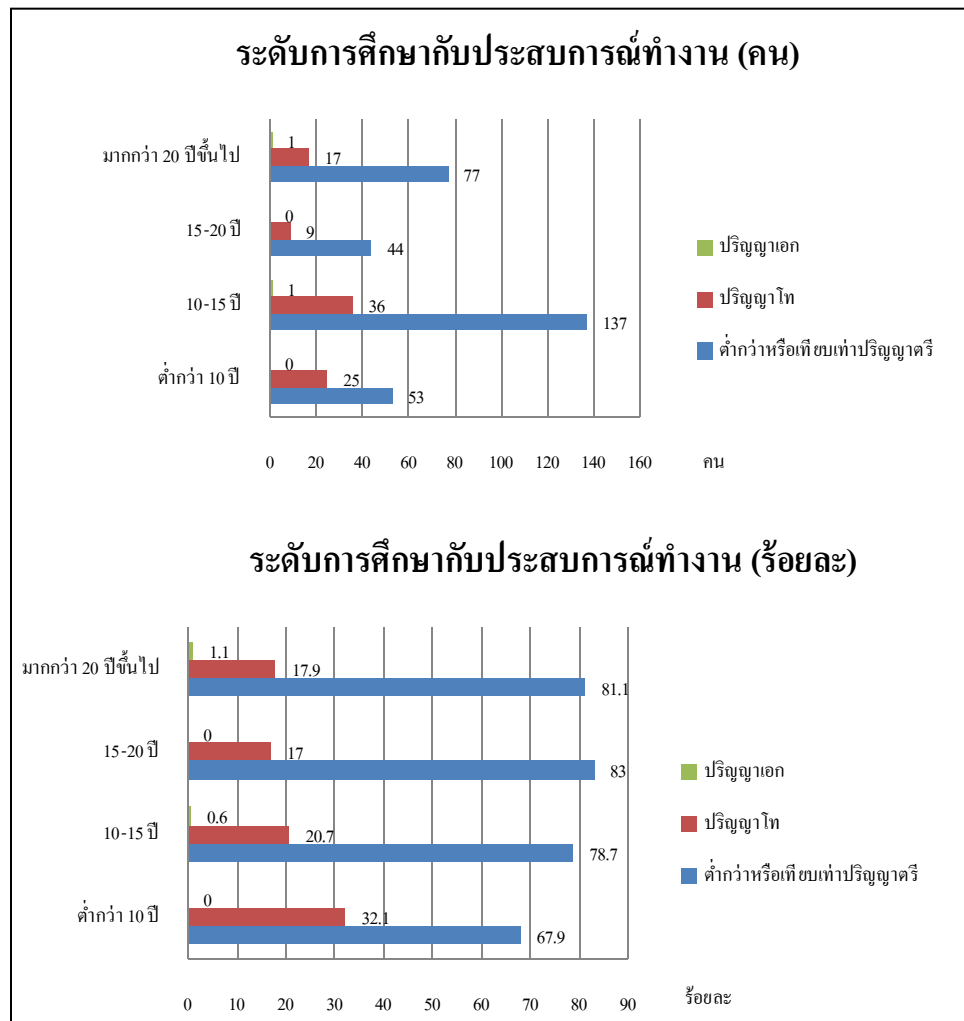
1. ระดับการศึกษากับตำแหน่งงาน



รูปที่ 4.18 แสดงระดับการศึกษากับระดับตำแหน่ง

จากรูปที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรีมากที่สุด คือมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 175 คน จาก 400 คน รองลงมาคือ ผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 107 คน ผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 39 คน ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 37 คน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 22 คน ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 8 คน ที่ปรึกษา/เลขานุการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 3 คน และจากการวิเคราะห์เมื่อเทียบระดับการศึกษากับระดับตำแหน่งงาน พบว่า เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.5 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 17.5 แต่ไม่มีในระดับปริญญาเอก เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.8 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 26.5 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 0.7 ส่วนฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 25.8 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 3.2 ตำแหน่งสุดท้ายคือ ที่ปรึกษา/เลขานุการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 30 แต่ไม่มีในระดับปริญญาเอก

2. ระดับการศึกษากับประสบการณ์ทำงาน

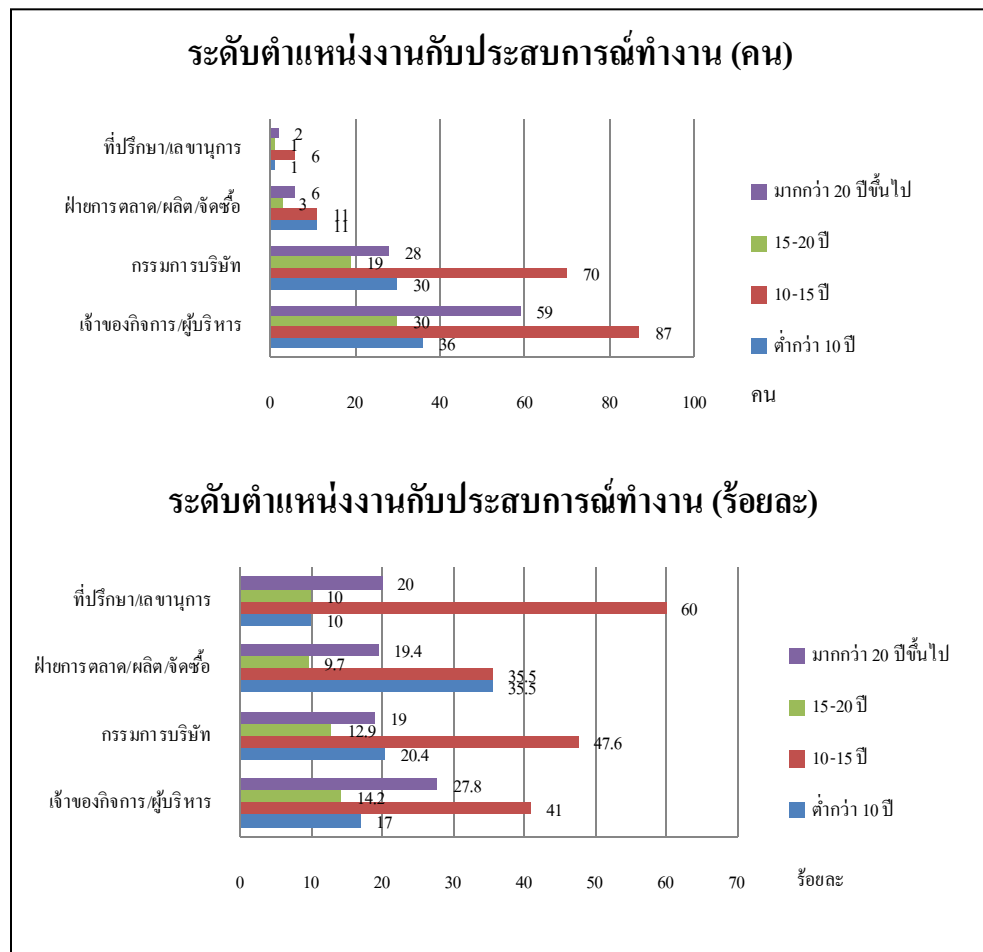


รูปที่ 4.19 แสดงระดับการศึกษากับประสบการณ์ทำงาน

จากรูปที่ 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จำนวนผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 - 15 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด 137 คน รองลงมาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรีจำนวน 77 คน คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรีจำนวน 53 คน ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 15 - 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 - 15 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 36 คน ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 25 คน ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 17 คน ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 15 - 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 9 คน และผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีประสบการณ์

ทำงาน 10 - 15 ปีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวนอย่างละ 1 คน และจากการวิเคราะห์ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปีอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.9 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 32.1 แต่ไม่มีในระดับปริญญาเอก มีประสบการณ์ทำงาน 10 - 15 ปีอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.7 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 20.7 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 0.6 ส่วนมีประสบการณ์ทำงาน 15 - 20 ปีอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 17 แต่ไม่มีในระดับปริญญาเอก มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปีอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.1 ระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 17.9 และระดับปริญญาเอกร้อยละ 1.1 จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปีอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรีมากที่สุด

3. ระดับตำแหน่งงานกับประสบการณ์ทำงาน



รูปที่ 4.20 แสดงระดับตำแหน่งกับประสบการณ์ทำงาน

จากรูปที่ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี จำนวนมากที่สุด 87 คน รองลงมาคือ เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี จำนวน 70 คน ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 36 คน เป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการประสบการณ์ทำงานระหว่าง 15 – 20 ปีและผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวนเท่ากันที่ 30 คน ผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี จำนวน 19 คน ซึ่งข้อมูลข้างต้น โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เหลือ คือ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี และที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี จำนวน 11 คน รองลงมาคือ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป รวมถึงที่ปรึกษา/เลขานุการที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 – 15 ปี จำนวนเท่ากัน 6 คน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 15 – 20 ปี จำนวน 3 คน ตำแหน่งที่ปรึกษา/เลขานุการที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี และระหว่าง 15 – 20 ปี จำนวนอย่างละ 1 คนจากการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 15 ปี ร้อยละ 41.0 มีประสบการณ์ทำงาน 15 – 20 ปี ร้อยละ 14.2 และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 27.8 เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ/กรรมการบริษัท/นักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.4 มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 15 ปี ร้อยละ 47.6 มีประสบการณ์ทำงาน 15 – 20 ปี ร้อยละ 12.9 และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.0 ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายจัดซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 15 ปี ร้อยละ 35.5 มีประสบการณ์ทำงาน 15 – 20 ปี ร้อยละ 9.7 และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.4 ตำแหน่งสุดท้ายคือ ที่ปรึกษา/เลขานุการ ที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0 มีประสบการณ์ทำงาน 10 – 15 ปี ร้อยละ 60.0 มีประสบการณ์ทำงาน 15 – 20 ปี ร้อยละ 10.0 และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.0 จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในตำแหน่งที่ปรึกษา/เลขานุการมีประสบการณ์ในการทำงานที่ 10 – 15 ปี มากที่สุด

4.3.4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson-Correlation Coefficient) และการพยากรณ์หาความเป็นเหตุเป็นผลกันของข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

- 1) สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ
- 2) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ
- 3) สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ
- 4) สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้และปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการได้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ ปัจจัยการด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้และปัจจัยภายนอกการการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบ

ปัจจัยต่างๆ	การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ
	r
ด้านทรัพยากรที่จับต้องได้	0.449**
ด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้	0.510**
ปัจจัยภายนอก	0.642**

**ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้าน ทรัพยากร ที่จับต้อง ได้มีความสัมพันธ์ กับการพัฒนาสมรรถนะของ ผู้ประกอบการ

H_0 : ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

H_1 : ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ในตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.499 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งค่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในระดับปานกลางไปในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

H_0 : ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

H_1 : ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ในตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.510 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งค่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในระดับปานกลางไปในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

H_0 : ปัจจัยภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

H_1 : ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยภายนอกในตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยภายนอกมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.642 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งค่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในระดับปานกลางไปในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อสมรรถนะของผู้ประกอบการได้

H_0 : ปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อสมรรถนะของผู้ประกอบการได้

H_1 : ปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการได้

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้และปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการได้

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Standard Error	β			Tolerance	VIF
ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Assets)	0.088	0.052	0.090	1.692	0.091	0.501	1.997
ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets)	0.143	0.056	0.146	2.566	0.011*	0.437	2.288
ปัจจัยภายนอก (Environment)	0.493	0.046	0.510	10.823	0.000*	0.633	1.579
ค่าคงที่ (a)	1.017	0.151					

$R = 0.665^a$ $R^2 = 0.442$ $R^2_{adj.} = 0.438$ $S.E._{est} = 0.35998$ $F = 104.647$

Durbin-Watson = 1.755 Sig. = 0.000

a หมายถึง ตัวพยากรณ์: (ค่าคงที่), ปัจจัยภายนอก, ทรัพยากรที่จับต้องได้และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ค่าถดถอยเพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อสมรรถนะของผู้ประกอบการ ด้วยตัวแปร คือ ปัจจัยด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Assets) ด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) และปัจจัยภายนอก (Environment) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ สามารถบอกถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยสามด้านกับการพัฒนาสมรรถนะ หรือระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ซึ่งงานวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ หรือ 400 คน จึงใช้ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้วหรือ Adjusted R Square ($R^2_{adj.}$) มีค่าเท่ากับ 0.438 หมายถึง ตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามร้อยละ 43.8 ส่วนร้อยละ 56.2 คือ ความแปรปรวนที่ไม่สามารถอธิบายได้ และจากค่า Durbin-Watson เป็นค่าที่ตรวจสอบของค่าความคลาดเคลื่อน โดยมีข้อกำหนดไว้ว่า ค่า Durbin-Watson ที่อยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 หรือเข้าใกล้ 2 แสดงว่า ความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งจากตารางที่ พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.755 มีค่าใกล้เคียง 2 ตามข้อกำหนดที่กำหนดไว้ หมายความว่า ค่าแต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน มีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.665 หรือค่า $R = 0.665$ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.35998 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า มีเพียงปัจจัยทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Asset) ที่ไม่สามารถนำมาพยากรณ์การพัฒนาสมรรถนะได้ (Sig. = 0.091) ซึ่งยอมรับสมมติฐาน (H_1) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยภายนอก (Environment) และ ปัจจัยทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) สามารถนำมาพยากรณ์การพัฒนาสมรรถนะได้ ทั้งยังสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ จากค่า VIF หรือ Variance inflation factor ซึ่งตัวแปรทั้งสามมีค่า VIF มากที่สุด เท่ากับ 0.633 หรือมีค่าไม่เกิน 10 หมายความว่า ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระทั้งสามตัวไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และ Tolerance ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระมีค่า Tolerance ที่น้อยที่สุดเท่ากับ 0.437 ซึ่งมากกว่า 2 หมายความว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ สามารถพยากรณ์การพัฒนาสมรรถนะในครั้งนี้ได้เมื่อนำตัวแปรด้านปัจจัยต่างๆมาจัดเป็นสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{Competency Development} = 1.017 + 0.880 \text{ Tangible Asset} + 0.143 \text{ Intangible Asset} + 0.493 \text{ Environment}$$

จากสมการการวิเคราะห์ค่าถดถอยการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของผู้ประกอบการสูงสุด คือ ปัจจัยภายนอก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ แปลผลได้ดังนี้

ถ้าปัจจัยภายนอกมีค่า 1 หน่วย จะทำให้ความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในองค์กร เพิ่มขึ้น 0.088 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8

ถ้าปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้มีค่า 1 หน่วย จะทำให้ความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในองค์กร เพิ่มขึ้น 0.143 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3

ถ้าปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องได้มีค่า 1 หน่วย จะทำให้ความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในองค์กร เพิ่มขึ้น 0.493 หน่วย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.3