

บทที่ 1

บทนำ



1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ (Logistics Outsourcing) ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในต่างประเทศได้พัฒนาขึ้นมานานและประสบความสำเร็จ ดังตัวอย่างผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มที่ปราศจากโรงงาน เช่น Nike และ Adidas ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในการสร้างตราสินค้าของตนเอง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มกำไรด้วยการออกแบบสินค้าและการตลาด ด้วยการลดต้นทุนและลดความเสี่ยงด้วยการจ้างผู้อื่นทำแทน ปัจจุบันมีแนวโน้มว่า บริษัทผลิตเสื้อผ้าชั้นนำของโลก ได้ตัดสินใจหันมาใช้กลยุทธ์จ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์แทนการดำเนินการด้วยตนเอง อาทิ การผลิต การกระจายสินค้า การขนส่งสินค้า การออกแบบ การตรวจสอบคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

ในเศรษฐกิจเสรีนิยมปัจจุบันนี้ แพชั่นเป็นอาวุธทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ประเทศที่สามารถกำหนดการเปลี่ยนแปลงของแพชั่น สามารถกำหนดความเชื่อในการแต่งกาย ความเชื่อในวิถีชีวิต จะคงความได้เปรียบด้านความสามารถในการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าหลายประเภทได้มากกว่าประเทศที่เป็นผู้ตาม ประเทศผู้ตามจะตกเป็นผู้บริโภควัฒนธรรม เป็นผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำและถูกบังคับให้มีมูลค่าเพิ่มต่ำลงอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มรายสำคัญของโลก โดยอยู่ในลำดับที่ 13 มีคนไทยที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ 1,200,000 คน คิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 30 ของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม มูลค่าการส่งออก 200,000 ล้านบาทต่อปี มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย การจ้างงาน การส่งออกและก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและส่วนประกอบทั้งระบบ เช่น ซิป กระดุม เส้นด้าย ผ้าฝืน โรงฟอก ย้อม เป็นต้น แต่ตลอดระยะเวลา 8 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2538 การส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยยังไม่มี การขยายตัวเป็นที่น่าพอใจ ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะพยายามอย่างมากในการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพราะเหตุว่าประเทศคู่แข่งซึ่งได้เปรียบต้นทุนก็ได้มีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตเช่นเดียวกัน จากแรงกดดันที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ประกอบกับอำนาจการต่อรองของผู้นำเข้าในต่างประเทศสูงขึ้น ทำให้มูลค่าเพิ่มที่สินค้าเครื่องนุ่งห่มของไทยไม่สามารถขยายตัวได้ทั้งด้านปริมาณและมูลค่าเพิ่ม

โครงการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นหนึ่งในศูนย์กลางแพชชั่นของโลก เพื่อยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและส่วนประกอบทั้งระบบให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มีศักยภาพในการออกแบบและสร้างตราสินค้าเพิ่มขึ้น มีทรัพยากรมนุษย์ด้านการออกแบบและวิศวกรรมการผลิต โดยปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและโครงสร้างธุรกิจให้มุ่งเน้นการตลาดมากขึ้นเพื่อตอบสนองกับผู้บริโภคคนสุดท้ายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาตนเองและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งในระยะยาวท่ามกลางสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในตลาดโลก เนื่องจากมีประเทศคู่แข่งมากขึ้น อีกทั้งปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน เวียดนาม

กลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย จึงเป็นทางเลือกใหม่ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยภายในเวลาอันรวดเร็วควบคู่ไปกับการพัฒนาความสามารถของธุรกิจให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยธุรกิจต้องตัดสินใจว่าจะทำกิจกรรมดังกล่าวด้วยตนเองหรือจ้างผู้อื่นที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าเป็นผู้ดำเนินงานแทน เพื่อความรวดเร็วในการดำเนินงาน ความประหยัดเวลา และควมมีประสิทธิภาพของผลงาน จากกระแสการนำกลยุทธ์โลจิสติกส์มาใช้ในองค์กรเพื่อลดต้นทุนโดยรวมและเพิ่มการให้บริการลูกค้าทำให้ธุรกิจได้ตัดสินใจตัดการดำเนินการกิจกรรมต่างๆที่ไม่จำเป็น ไม่ใช่กิจกรรมหลักของธุรกิจหรือเป็นกิจกรรมที่ธุรกิจไม่มีความเชี่ยวชาญออกไป โดยมอบภาระดังกล่าวให้กับธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งทำให้จำนวนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ หรือบุคคลที่สามนี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่สาม (Third Party Logistics Providers) หรือใช้คำสั้นๆ ว่า TPL หรืออาจจะใช้คำย่อๆ ว่า 3PL เป็นผู้ที่มิบทบาทสำคัญที่ทำหน้าที่จัดหาหรือประสานหน้าที่โลจิสติกส์ต่างๆ ตลอดทั้งโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรที่ต้องการที่จะใช้ทรัพยากรภายนอก (Outsourcing) ในการปฏิบัติหน้าที่บางอย่างหรือ ทั้งหมดของกิจกรรมโลจิสติกส์ต่างๆ ในโซ่อุปทาน เพื่อลดต้นทุนและปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า

อุตสาหกรรมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3PL) กำลังเพิ่มบทบาทสำคัญมากขึ้นในการให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้ผลิตในปัจจุบันต้องการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกคุณภาพดีจากแหล่งต่างๆ ตามส่วนต่างๆ ของโลกเพื่อป้อนสู่กระบวนการผลิตตามโรงงานที่กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ และเมื่อสินค้าผลิตเสร็จแล้ว สินค้าสำเร็จรูปก็จะถูกลำเลียงไปเก็บตามคลังสินค้าต่างๆ หรือทำการกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ หรือทำการกระจายสินค้าสู่ตลาดโลก

กลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำจะส่งผลให้ในอนาคต ผู้ผลิตมีแนวโน้มที่จะลดการลงทุนในสินทรัพย์ลง ซึ่งรวมถึงบุคลากรด้วย

ในการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยให้สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยนำกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์มาใช้ในบางกิจกรรมของธุรกิจนั้น อาจจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ผลิต ความเข้าใจในกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ ข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ก่อนนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม รวมทั้งอาจเป็นแนวทางให้เกิดการริเริ่มธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ใหม่ๆ ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้ขยายวงการค้าการให้บริการเพิ่มขึ้น การสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในการกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสถานการณ์และปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

1. 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมขั้นปลายของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งการผลิตของอุตสาหกรรมนี้จะมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันทั้งระบบ กล่าวคือ ความต้องการจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น เป็นตัวกำหนดทั้งในเรื่องของปริมาณและคุณภาพทางการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นต้นและอุตสาหกรรมชั้นกลาง และที่สำคัญคือ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ระบบเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลัก มีการจ้างงานกว่า 1 ล้านคน ซึ่งสูงสุดในภาคอุตสาหกรรม อีกทั้งยังสามารถทำรายได้เงินตราต่างประเทศได้ปีละกว่าแสนล้านบาท ส่วนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ ผ้าผืน คิดเป็นร้อยละ 80 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เป็นผ้าผืนที่ผลิตในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20 นำเข้าจากต่างประเทศ

1.1.1 การผลิต การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยรวมจะผลิตจากผ้าทอ ร้อยละ 59.3 และจากผ้าถักร้อยละ 40.7 โดยในช่วงปี 2539-2541 มีปริมาณการผลิตที่ลดลง เนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และกลับมาฟื้นตัวในปี 2542 การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีประมาณ 387,900 ตัน ในปี 2544

เพิ่มเป็น 446,600 ตัน แบ่งเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าทอ 264,300 ตัน และเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้า
 ถัก 182,300 ตัน ส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถัก

ตาราง 1.1 แสดงปริมาณการผลิตของเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ปี 2540 – 2544

ปริมาณการผลิต	2540	2541	2542	2543	2544
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าทอ)	250	223.3	230.1	264.2	264.3
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าถัก)	158.8	151	157.8	177.2	182.3
รวม	408.8	374.3	387.9	441.4	446.6

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2544

1.1.2 จำนวนโรงงาน การจ้างงานและเครื่องจักร อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็น
 อุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง กล่าวคือ โรงงานขนาดเล็ก ที่มีเครื่องเย็บผ้าเพียงไม่กี่เครื่องก็
 สามารถเปิดดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มได้ ทำให้อุตสาหกรรมนี้ประกอบไปด้วยโรงงาน
 ขนาดเล็กจำนวนมาก ในขณะที่โรงงานขนาดใหญ่มีอยู่เพียงไม่กี่แห่ง จึงทำให้จำนวนโรงงาน
 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.6 ของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ
 ทั้งหมด

ในช่วงปี 2539-2542 จำนวนโรงงาน การจ้างงานและเครื่องจักร ลดลงเนื่องจากภาวะ
 เศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้โรงงานหลายแห่งต้องปิดกิจการลง เครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
 ไทย คือ จักรเย็บผ้า แม้ว่าปัจจุบันบางโรงงานได้นำเอาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาผลิต เช่น
 คอมพิวเตอร์ที่ช่วยในการออกแบบ CAD (Computer Aided Design) เครื่องตัดผ้า CAS (Computer
 Cutter System) เครื่องปูผ้าอัตโนมัติ (Computer Spreader System) และ CAM (Computer Aided
 Manufacturing) เพื่อช่วยในการผลิต แต่การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ดังกล่าวมาช่วยในการผลิตยังอยู่
 ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น โดยภาพรวมแล้วกล่าวได้ว่าการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ยังจำเป็นต้องอาศัย
 แรงงานคนเป็นสำคัญ ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีอัตราการจ้างงานมากที่สุด คือ ร้อยละ 77.8 ของการจ้าง
 งานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอ

1.1.3 การส่งออก อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับต้นๆ ของ
 สินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออก โดยที่เสื้อผ้าสำเร็จรูปมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 67 ของการ
 ส่งออกอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด ทั้งนี้ลักษณะของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ส่งออกจะมีทั้ง

เสื้อผ้าตลาดระดับล่างและตลาดระดับบน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิตให้กับยี่ห้อดังของโลก โดยเป็นการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมากกว่าผ้าถัก ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

1.1.4 การนำเข้า จากข้อมูลตลาดนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของไทย พบว่าประเทศไทยมีการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มจากจีนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ฮองกงและอิตาลี โดยเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าถักมากกว่าผ้าทอ ทั้งนี้มูลค่าการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นร้อยละ 4.6 ของมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด

1.1.5 ตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) ตลาดในประเทศ และ (2) ตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ตลาดทั้งสองประเภทดังกล่าวยังสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ ตลาดระดับบน ระดับกลาง และระดับล่าง

(1) ตลาดในประเทศ แบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้

(1.1) ตลาดระดับบน ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปตามห้องเสื้อต่างๆ ใช้วัสดุคุณภาพดี ฝีมือดี ประณีต ราคาแพง

(1.2) ตลาดระดับกลาง ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า มียี่ห้อ ใช้วัสดุค่อนข้างดี ฝีมือดี ราคาปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ซื้อลิขสิทธิ์กลุ่มผู้ผลิตที่พยายามสร้างแบรนด์เนมของตนเอง และกลุ่มผู้นำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากกำลังการซื้อของคนไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และการลดภาษีนำเข้าเครื่องนุ่งห่มตามข้อตกลงอาฟต้าและองค์การการค้าโลก ทำให้พฤติกรรมการบริโภค และรสนิยมการใช้เสื้อผ้าของคนไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยคำนึงถึงคุณภาพ และเน้นการออกแบบมากขึ้น ทำให้ตลาดระดับนี้มีศักยภาพในการขยายตัวสูง

(1.3) ตลาดระดับล่าง ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใช้วัสดุคุณภาพปานกลาง ฝีมือตัดเย็บปานกลาง ส่วนใหญ่จะเป็นการเลียนแบบรูปแบบจากตลาดระดับบนและกลาง ตลาดระดับนี้มีมูลค่าตลาดสูงและมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว จำหน่ายตามตลาดนัด ประตูน้ำ ตลาดโบ๊เบ๊ ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นรายย่อย และมีจำนวนมากทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดสูง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ปัจจุบันมีเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศจีน ศรีลังกาและอินเดีย เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในไทยมากขึ้นโดยอาศัยความได้เปรียบด้านราคา ทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยประสบปัญหา ทั้งด้านการแข่งขัน และต้นทุนการผลิตที่สูง

(2) ตลาดต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

(2.1) กลุ่มตลาดหลัก เป็นตลาดระดับบนและกลาง ความต้องการเสื้อผ้าในตลาดระดับนี้มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งตลาดส่งออกส่วนใหญ่ของไทย คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ข้อได้เปรียบของประเทศไทย คือ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำสำหรับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับบนและกลาง ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรมีการปรับตัว รวมทั้งทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการผลิตและส่งมอบสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้สั่งซื้อด้วย

(2.2) กลุ่มตลาดล่าง เป็นตลาดสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ มีตลาดสำคัญอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐเอมิเรตส์ คูเวต และกลุ่มยุโรปตะวันออก ปัจจุบันตลาดระดับล่างนี้ประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก เนื่องจากมีประเทศคู่แข่งมาก อีกทั้งปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะค่าแรงงานที่ต่ำกว่าไทยประมาณ 3 เท่า ซึ่งตลาดระดับนี้เน้นการแข่งขันราคามากกว่าคุณภาพ ทำให้ไทยเสียเปรียบทางด้านความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งไทยยังต้องการรักษาตลาดระดับล่างนี้ไว้ โดยพิจารณาถึงการย้ายฐานการผลิตไปยังแหล่งที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต

1.2 ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ในช่วงปี 2544 ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดหลักที่สำคัญในการนำเข้าสินค้าเครื่องนุ่งห่มไทยได้ประสบปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมของการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยลดลง นอกจากนี้ประเทศคู่แข่งเช่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีความได้เปรียบด้านแรงงานที่มีจำนวนมากและระดับค่าจ้างที่ต่ำ ทำให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากกว่าไทย ปัจจุบันสถานการณ์การค้าโลกมีการแข่งขันมากขึ้น สินค้าเครื่องนุ่งห่มของโลกจะเข้าสู่การค้าเสรี ในปี 2548 ตามข้อตกลง WTO ซึ่งจะไม่มีระบบโควตาควบคุมการนำเข้าอีกต่อไป (กรณียกเลิกระบบโควตาว่าด้วยสิ่งทอระหว่างประเทศ ภายในปี 2547 ตามผลการเจรจา GATT โดยให้ใช้ความตกลงว่าด้วยการค้าสิ่งทอและเสื้อผ้า (Agreement on Textiles and Clothing : ATC) ในวันที่ 1 มกราคม 2548 ครอบคลุมสินค้า เส้นใยและด้าย ผ้าผืน เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยสิ่งทอ) ทำให้ประเทศผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มที่มีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นเท่านั้นที่สามารถดำรงอยู่ในตลาดเครื่องนุ่งห่มของโลกได้ ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยจึงประกอบด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้คือ

1.2.1 ปัจจัยภายใน

เกิดจากปัญหาภายในประเทศ แม้ว่าภาคธุรกิจและภาครัฐได้ร่วมมือกัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการพัฒนาการตลาดและคุณภาพการออกแบบ แต่ก็ยังไม่สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ โดยมีสาเหตุหลัก คือ

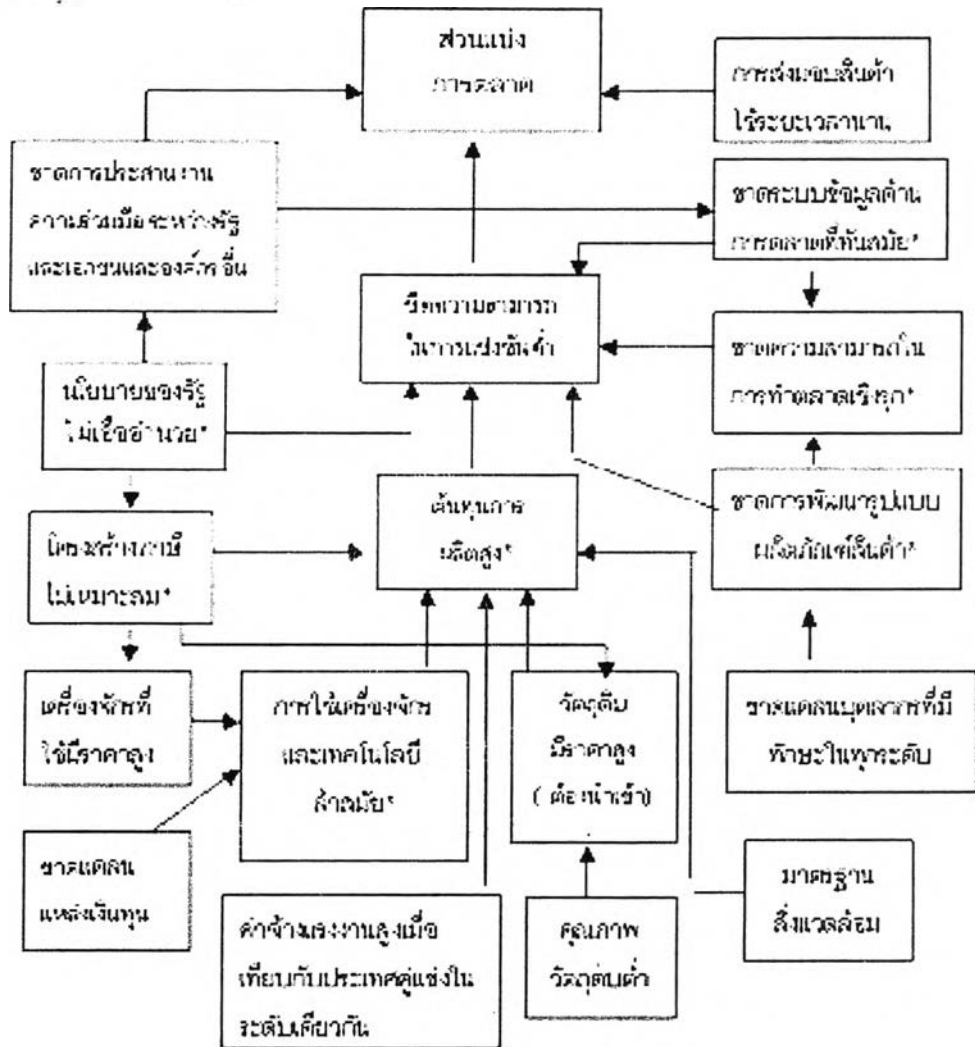
- 1) ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอ
- 2) อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต้นน้ำไม่ได้ถูกพัฒนาเพื่อรองรับการสร้างมูลค่าเพิ่มของการทำแฟชั่น
- 3) ขาดการพัฒนาสินค้าและแบรนด์เนม
- 4) ขาดการทำตลาดเชิงรุก ขาดข้อมูลตลาด
- 5) ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ เครื่องจักรเก่า เทคโนโลยีล้าสมัย
- 6) การกระจุกตัวของโรงงานในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 7) ศักยภาพด้านเงินลงทุนด้านการตลาดของเอกชนในอุตสาหกรรมนี้ไม่เพียงพอที่จะแข่งขันได้ในตลาดโลก
- 8) ภาวะภาษีสูง
- 9) ขาดโอกาสที่จะแสดงให้เห็นศักยภาพของไทยในเชิงผู้นำแฟชั่น

1.2.2 ปัจจัยภายนอก

เกิดจากสภาพแวดล้อมของธุรกิจเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้นทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยปรับตัวไม่ทัน เริ่มเสียเปรียบในการแข่งขัน

- 1) เทคโนโลยีสารสนเทศการกระจายข้อมูลข่าวสาร
- 2) เทคโนโลยีใหม่
- 3) ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- 4) รูปแบบการค้าใหม่ๆ
- 5) ตลาดไร้พรมแดน
- 6) การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ
- 7) ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรม

แผนภูมิ : 1.1 ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย



ที่มา : ศูนย์ประสานการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (ศปค.), 2547

1.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน

1.3.1 คุณภาพ (Quality) สินค้าต้องมีคุณภาพดีในระดับของสินค้านั้นๆ

1.3.2 ต้นทุน (Cost) มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้

1.3.3 การส่งมอบ (Delivery) ความสามารถในการกระบวนการผลิต การส่งสินค้าให้

ลูกค้าในเวลาที่ยรวดเร็วและตรงตามกำหนดเวลา การให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการตอบสนองตอบข้อมูล ติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Quick Response) เนื่องจากแนวโน้มการผลิต

เสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นไปตามแฟชั่น ฤดูกาล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากและข้อเสียเปรียบจากตลาดสินค้าอยู่ห่างไกล

1.3.4 การพัฒนา (Development) ทั้งด้านการผลิต-บริการจัดหาเครือข่าย วัตถุดิบรองรับ (Supply Chain) ที่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอต่อการผลิตและพร้อมที่จะให้บริการที่ต่อเนื่อง เกี่ยวข้องเพิ่มเติมและอำนวยความสะดวก เพื่อรักษาลูกค้า

เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยดังกล่าวในภาวะการแข่งขันอย่างเสรีที่รุนแรง ผู้ประกอบการจำต้องตัดสินใจที่จะปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยการว่าจ้างบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมาดำเนินการในกิจกรรมบางอย่าง หรือพยายามพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองขึ้นมา

1.4 ทิศทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกการค้าในปัจจุบัน โดยคิดใหม่เพื่อปรับปรุงรูปแบบขององค์กรดังนี้ คือ

ตาราง 1.2 เปรียบเทียบแนวคิดรูปแบบเดิมและแนวคิดรูปแบบในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่
● ผลิตของถูก เลียนแบบ	● ผลิตได้มากแบบ รวดเร็ว
● ค่าแรงถูก	● ผลิตภาพสูง คุณภาพสูง เทคนิคดี
● มุ่งตัวสินค้า	● มุ่งทั้งตัวสินค้าและบริการเสริม
● จัดการแบบครอบครัว	● จัดการแบบมืออาชีพ
● สงวนข้อมูล	● เข้าถึงข้อมูล
● มุ่งธุรกิจเฉพาะตน	● มุ่งสร้างพันธมิตร – ผู้ร่วมธุรกิจ

ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยโดยนำกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำโลจิสติกส์มาใช้นั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยตัวใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการจ้างผู้อื่นทำโลจิสติกส์ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความต้องการของผู้ผลิต ความเข้าใจในกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำของธุรกิจ ข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ก่อนธุรกิจนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเป็นแนวทางให้เกิดการริเริ่มธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ใหม่ๆ ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มให้ขยายวงการให้บริการเพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรม
โลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ

2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและ
เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำ

2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรม
โลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

2.3 เพื่อเสนอแนะทางเลือกในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการใน
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และเสนอแนวทางเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม รวมทั้ง
ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในหน้าที่ต่างๆ ขยายเพิ่มขึ้นเพื่อมารองรับกับ
อุตสาหกรรม

3. สมมติฐานในการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์
ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยเพื่อทดสอบว่า การที่องค์กรมีขนาดเล็ก
กลาง ใหญ่ ไม่เท่ากัน องค์กรที่ใช้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแตกต่างกัน และองค์กรที่มีลักษณะการผลิต
แบบรับจ้างผลิตและผลิตเพื่อสินค้าแบรนด์เนมของตนเอง จะส่งผลให้โครงสร้างภายในองค์กรรวมทั้ง
กระบวนการบริหารงานแตกต่างกัน และทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้าง
ผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยมีสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีขนาดของกิจการต่างกัน (ในที่นี้พิจารณาจากจำนวน
พนักงาน) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ขนาดของกิจการ

ตัวแปรตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรม
โลจิสติกส์

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ประกอบการที่มีประเภทอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต่างกัน (เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถักและผ้าทอ) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ประเภทอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

ตัวแปรตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีลักษณะการผลิตสินค้าต่างกัน (รับจ้างผลิตกับผลิตสินค้าของตนเอง) มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะการผลิตสินค้า

ตัวแปรตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องนุ่งห่มในการจ้างบุคคลภายนอกทำโลจิสติกส์ ซึ่งได้กำหนดตัวแปรต่างๆ ตามแบบจำลองของระบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานโดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดการบริหารการผลิตและแนวคิดการคิดใหม่เพื่ออนาคตเป็นหลัก

4.2 งานวิจัยจะศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น โดยจำกัดการศึกษาเฉพาะ ผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าทอ ผ้าถัก โดยศึกษาผู้ผลิตตามผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมาชิกสถาบันอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (Thai Garment Manufacturers Association) ในปี 2003-2004 ดังนี้คือ

- 1) ผู้ผลิตเสื้อผ้าสตรี อาทิ เสื้อครึ่งตัวของสตรี เสื้อกระโปรงชุด กระโปรง (Blouse, Dress, Skirt Manufacturers)
- 2) ผู้ผลิตกางเกง (Pants Manufacturers)
- 3) ผู้ผลิตเสื้อยืดคอกกลมแขนสั้น เสื้อยืดมีปกแขนสั้น ที่ผลิตจากผ้าถัก (T-Shirt, Polo-Shirt Knitted Manufacturers)
- 4) ผู้ผลิตเสื้อเชิ้ตที่ทำจากผ้าทอ (Woven Shirts Manufacturers)

4.3 งานวิจัยจะศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่มีระบบการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ศึกษาเฉพาะผู้ผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดบนและกลาง เป็นตลาดของสินค้าที่มีคุณภาพดี เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ซื้อลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้าต่างประเทศ (Inter Brand) กลุ่มผู้สร้างตราสินค้าของตัวเอง (Local Brand) ที่พยายามปรับตัวเพื่อแข่งขันในตลาด

5. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย (Definition of terms)

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสำหรับการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น ผู้วิจัยได้ให้คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย และเป็นตัวแปรต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หมายถึง ตัวแปรต่างๆ ที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการตัดสินใจในการใช้บริการด้านโลจิสติกส์จากบุคคลที่สาม

การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ หมายถึง การใช้บริษัทภายนอกในการปฏิบัติหน้าที่โลจิสติกส์ ซึ่งหน้าที่โลจิสติกส์นี้บริษัทเคยดำเนินการเอง บุคคลที่สามอาจจะปฏิบัติหน้าที่โลจิสติกส์ทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนเท่านั้น (สันติชัย คชรินทร์, 2545 ; 1)

การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการในการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุม ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้า บริการและสารสนเทศจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ, ศลิษา ภมรสติถิตย์และ จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา ผู้แปล, 2544 : 229)

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมที่ต้องใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดกำเนิดไปยังจุดบริโภค ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ครอบคลุมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ทั้งหมด ได้แก่

1. การบริการลูกค้า (Customer Service)
2. การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์ (Demand Forecasting)
3. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

4. การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications)
5. การจัดการวัสดุ (Materials Handling)
6. กระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing)
7. การหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
8. อะไหล่และการให้บริการ (Parts and Service Support)
9. การเลือกสถานที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
10. การจัดหาสินค้า (Procurement)
11. โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)
12. การจราจรและการขนส่ง (Traffic and Transportation)
13. คลังสินค้าและการจัดเก็บสินค้า (Warehousing and Storage)

สินค้าเครื่องนุ่งห่ม ได้แบ่งสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ออกเป็น 4 ประเภทดังนี้ (ชวลิต นิ่มละออง :

2541)

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป ประกอบด้วย เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าทอ ผ้าถัก
2. เครื่องยกทรงและส่วนประกอบรัดทรง
3. ถุงเท้าและถุงน่อง
4. ถุงมือผ้า

ผ้าทอ (Woven) คือ เป็นผ้าที่เกิดจากกระบวนการทอโดยใช้เครื่องทอ (weaving loom) โดยมีเส้นยืน (warp yarn) และเส้นพุ่ง (filling or weft yarn) ที่ทอขัดในแนวตั้งฉากกัน และจุดที่เส้นทั้งสองสอดประสานกัน (interlacing) จะเป็นจุดที่เส้นด้ายเปลี่ยนตำแหน่งจากด้านหนึ่งของผ้าไปด้านตรงข้าม การทอในปัจจุบันมีการพัฒนา จากการทอด้วยมือ (hand looms) ไปเป็นการใช้เครื่องจักรในการทอ โดยใช้เทคนิคหลากหลายรูปแบบ แตกต่างกันไป เช่น Air-jet loom, Rapier loom, Water-jet loom, Projectile loom, Double-width loom, Multiple-shed loom, Circular loom, Triaxial loom

ประเภทของผ้าทอ

ผ้าทอแบ่งเป็นหลายชนิดขึ้นกับลักษณะการทอ เช่น Plain, Basket, Twill, Satin, Crepe, Dobby, Jacquard, Double cloth, Pile, Slack-tension, Leno, และ Swivel

เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าทอ ได้แก่ เสื้อเชิ้ตสำหรับทำงาน เสื้อนักศึกษา กระโปรงกางเกง

ผ้าถัก (Knitting Fabric) เป็นผ้าที่เกิดจากการใช้เข็ม (needles) ถักเพื่อให้เกิดเป็นห่วงของด้ายที่มีการสอดขัดกัน (interlocking loops) โดยจะมีเส้นที่อยู่แนวตั้ง (Wales) และเส้นที่อยู่แนวนอน (courses) เป็นผ้าประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ที่มีลักษณะโครงสร้างเป็นห่วงคล้องกัน โดยทั่วไปนิยมเรียกผ้าถักว่า “ผ้ายืด”

ประเภทของผ้าถัก Filling-Knit fabrics เช่น Jersey, Rib structure, Interlock structure, Purl knits Warp knit fabrics เช่น tricot warp knit, Raschel warp knit, Simplex, Milanese

การผลิตผ้าถักเป็นการนำเส้นด้ายเพียงหนึ่งเส้น หรือหลายๆ เส้นมาทำเป็นห่วงให้คล้องกันอย่างต่อเนื่อง ตามแนวขวางหรือตามแนวยาวของผืนผ้า (อย่างใดอย่างหนึ่งเพียงทิศทางเดียว) โดยห่วงจะถูกบังคับให้คล้องกันตามขนาดความกว้างและความยาวของผืนผ้า โดยทั่วไปผ้าถักจะถูกผลิตขึ้นมาเป็นผืนผ้าและเป็นชิ้นงาน เช่น เสื้อยืดลำลอง กางเกงกีฬา ถุงมือ ถุงเท้า

ผ้าถักมีลักษณะทั่วไป คือ

1. มีความยืดหยุ่นมากกว่าผ้าทอ ทำให้สวมใส่สบายไม่รั้งตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย
2. มีลักษณะนิ่มทั้งผ้าหนาและผ้าบาง
3. ทนยับได้ดี หรือเมื่อยับสามารถคืนตัวให้เรียบได้ง่าย
4. ผลิตให้เป็นรูปทรงตามขนาดของร่างกายได้เหมาะสมให้ความรู้สึกกระชับและเข้ารูปเมื่อสวมใส่ แต่เมื่อใช้ไปนานๆ ผ้าอาจจะย้วยหรือเสียรูปทรง
5. ผ้าถักมีความทนทานต่อการขัดสีต่ำกว่าผ้าทอและเมื่อถูกของแหลมคมเกี่ยวจะขาด

เป็นรูปร่าง

เสื้อสำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าถักได้แก่ เสื้อยืดคอกลมแขนสั้น (T-Shirt) เสื้อยืด มีปกแขนสั้น (Polo-Shirt) ที่ผลิตจากผ้าถัก (Knitted) (ศูนย์เทคโนโลยีและวัสดุแห่งชาติ, 2547)

7. องค์ประกอบของการศึกษา

การศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มี 5 บทดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิจัย

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ ข้อดี ข้อเสียของกลยุทธ์ เพื่อนำมาปรับใช้ที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

8.2 ทำให้ทราบถึงตัวแปรและรูปแบบของความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการจ้างผู้อื่นทำโลจิสติกส์ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาและพัฒนาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยโดยรวม

8.3 สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาประยุกต์ให้เกิดประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนากิจกรรมโลจิสติกส์ด้านต่างๆ อาทิ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ - ในการขยายการให้บริการสนับสนุนอุตสาหกรรม, ภาครัฐ - ในการวางนโยบายและกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น สร้างตราสินค้าไทยให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นในตลาดโลก สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนากรุงเทพให้เป็นหนึ่งในศูนย์กลางแฟชั่นของโลก