

บทที่ 1

บทนำ



1.1 ปัญหาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยเริ่มจากการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ ต่อมาจึงเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก และมีการขยายตัวเรื่อยมาหลังจากที่ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตและการส่งออกจากการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสินค้าเกษตรมาเป็นการผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มจึงมีบทบาทและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ ในปี พ.ศ. 2526 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ในปี พ.ศ. 2528 - 2534 ได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วถึง 6 เท่า ในระยะเวลาเพียง 6 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2535 - 2536 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยรวมได้ขยายตัวในอัตราลดลงเหลือเพียงร้อยละ 3.52 และ 5.06 ต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 1.1) เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ทำให้ตลาดส่งออกหลักของไทยได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ชะลอการนำเข้าลง ประกอบกับในช่วงดังกล่าวมีปัญหาเกี่ยวกับมาตรการ 301 อีกทั้งยังต้องเผชิญกับคู่แข่งที่สำคัญในตลาดระดับโลก เช่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม โดยที่ประเทศจีน และอินโดนีเซียมีต้นทุนทางด้านค่าจ้างแรงงานถูกกว่า และสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพทัดเทียมกับของไทยในระดับราคาเดียวกัน ส่วนประเทศเวียดนามมีข้อได้เปรียบอยู่หลายประการไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ค่าจ้างแรงงานที่ถูก และจำนวนประชากรที่มากและส่วนใหญ่เป็นประชากรที่มีความขยัน ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ช่วยดึงดูดความสนใจของนักลงทุนต่างชาติทั้งจากประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง ให้ย้ายฐานการผลิตมายังประเทศเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2537 การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีอัตราการ

¹ จารุวรรณ ดวงลีเสน, วรพรรณ กิริติอตุลย์, "จับตาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป...ถึงเวลาต้องปรับกระบวนการและเทคโนโลยี" *วารสารส่งเสริมการลงทุน* ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม 2540) : 118.

² สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, *การจัดการกลยุทธ์และแผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยของมูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย*, พศจิกายน, 2539 : 2-1.

ขยายตัวในอัตราร้อยละ 12.4 ส่วนในปีพ.ศ. 2538 มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.3 แต่พอมาปีพ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกเหลือเพียง 79,875.4 ล้านบาท ซึ่งอัตราการขยายตัวลดลงกว่าร้อยละ 21.7 (ตารางที่ 1.2) อย่างไรก็ตามการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดหลักของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักรไม่ได้ลดลง ส่วนมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปลดลงอย่างมากในตลาดซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โปแลนด์ ซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพต่ำราคาถูก เนื่องมาจากอัตราค่าจ้างแรงงานของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ประกอบกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ และภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นอันเกิดจากการใช้มาตรการกีดกันการค้าในรูปแบบต่าง ๆ ของประเทศคู่ค้า รวมทั้งการเผชิญกับประเทศคู่แข่งรายใหม่ ๆ ที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ได้ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปลดลงในปี พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 1.3)

ในช่วงเดือนมกราคม จนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2540 ไทยสามารถส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีมูลค่าถึง 74,645.5 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 13.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2539 การที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นนี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 ส่งผลให้ค่าเงินบาทของไทยอ่อนตัวลงอย่างมาก ราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปจึงถูกลงในสายตาของชาวต่างประเทศ และสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นได้ แต่ขณะเดียวกันการที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงมีผลให้ต้นทุนการผลิตภายในประเทศสูงขึ้น เพราะวัตถุดิบสำคัญ เช่น ผ้าฝ้ายมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ถึงอย่างไรก็ตามมูลค่าการส่งออกในช่วงเดือนมกราคมจนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2540 ไม่ได้สูงมากนัก สาเหตุส่วนหนึ่งอาจมาจากการที่ค่าเงินบาทได้อ่อนตัวลงอย่างมากในระดับ 50 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ จากช่วงก่อนหน้านี้อันที่ค่าเงินอยู่ในระดับ 25 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพความเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และในระยะเวลา 5 - 10 ปี ข้างหน้า การค้าสิ่งทอโลกจะเปลี่ยนไปสู่ระบบการค้าแบบเสรี ตามกฎขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ผู้ประกอบการชาวไทยจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้ ทั้งนี้จะต้องปรับตัวทั้งในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น วิทยานิพนธ์เล่มนี้จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นปีที่อัตราการขยายตัวของการส่งออกเริ่มชะลอตัวลง และทำการศึกษานกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2540

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย ในด้านการผลิต และการตลาด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึงปี พ.ศ. 2540 และศึกษาในด้านแนวทางขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล เพื่อที่จะดูว่าอุตสาหกรรมนี้ยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกไว้ได้หรือไม่ และดูพฤติกรรมกรรมการปรับตัวเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าสิ่งทอที่จะเริ่มเปิดตามกฎขององค์การการค้าโลก (WTO) ในปี พ.ศ. 2548 รวมทั้งดูความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำภายในประเทศด้วย

2. ศึกษาข้อจำกัดในกระบวนการผลิต และการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อที่จะดูว่าข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการมากน้อยเพียงใด และควรจะมีวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และจากการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลอย่างไร

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ได้เริ่มทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึงปี พ.ศ. 2540 โดยจะทำการศึกษาคครอบคลุมเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กที่เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย (Thai Garment Manufacturers Association : TGMA) โดยที่กิจการเหล่านี้ผลิตสินค้าขายทั้งตลาดภายในประเทศ และส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศด้วย

1.4 นิยามการศึกษา

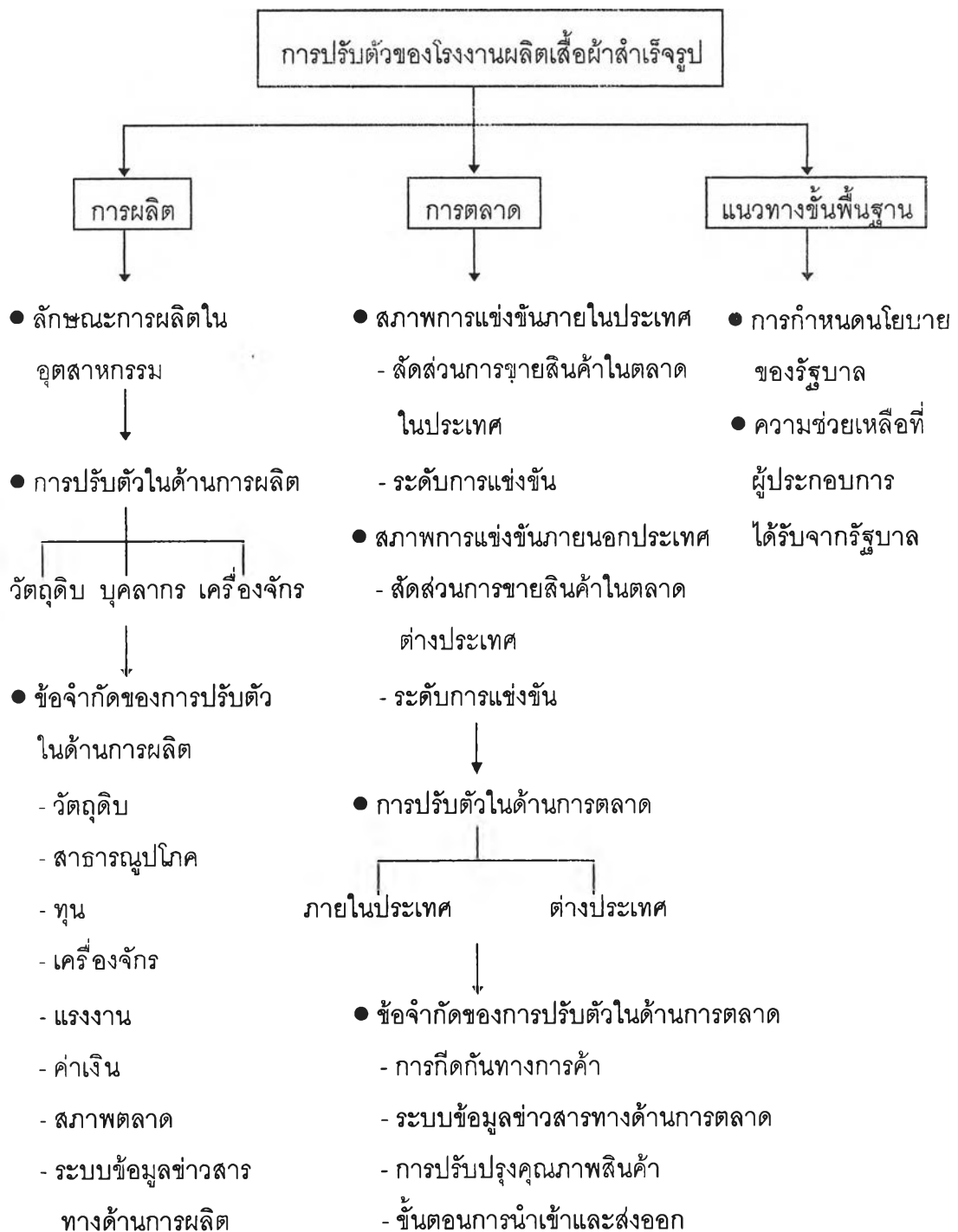
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด ในอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสิ่งทอปลายน้ำ (Downstream) ทั้งนี้ การผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ประกอบด้วย การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องยกทรง รัตทรงและส่วนประกอบ ถุงเท้าและถุงน่อง และถุงมือผ้า

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำการผลิตในประเทศไทย แบ่งออกเป็น

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าทอ (GARMENTS : OF WOOL , COTTON , MAN-MADE FIBRE)
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้ายัด (GARMENTS : KNITTED OR CROCHETED OF WOOL , COTTON , MAN-MADE FIBRE)
3. เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าถัก (JERSEYS , PULLOVERS , CARDIGANS , KNITTED OR CROCHETED)
4. เสื้อผ้าเด็กอ่อน (BABIE'S GARMENTS)

1.5 วิธีการศึกษา

ศึกษาเปรียบเทียบการปรับตัวของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยพิจารณาการปรับตัวใน 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต การตลาด และแนวทางขึ้นพื้นฐาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 จนถึงปี พ.ศ.2540 ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ในการศึกษาการปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้แบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต การตลาด และแนวทางขึ้นพื้นฐาน

ด้านการผลิต ขั้นแรกจะทำการศึกษาลักษณะการผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการผลิตโดยทั่วไป หลังจากนั้นจึงทำการศึกษาการปรับตัวทางด้านการผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. การปรับตัวทางด้านวัตถุดิบ ซึ่งก็คือการเพิ่มคุณภาพและความหลากหลายของวัตถุดิบภายในประเทศ เพื่อให้ผู้ผลิตหันมาใช้วัตถุดิบที่สามารถผลิตขึ้นได้ในประเทศ เป็นการลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น
2. การปรับตัวทางด้านบุคลากร ซึ่งก็คือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้ปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมกับการผลิตที่ใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้นโดยการเพิ่มทักษะและมีมือให้กับแรงงาน
3. การปรับตัวทางด้านเครื่องจักร ซึ่งก็คือการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่หรือการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตช่วยให้ผู้ผลิตสามารถผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีคุณภาพสูงได้

ต่อมาได้ทำการศึกษาข้อจำกัดในการปรับตัวทางด้านการผลิต โดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเกี่ยวกับข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อจำกัดในด้านวัตถุดิบ ได้แก่ วัตถุดิบที่ผลิตได้ในประเทศไม่มีความหลากหลาย มีความล่าช้าในการส่งมอบวัตถุดิบ อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบสูง และการคืนภาษีนำเข้าวัตถุดิบช้า
2. ข้อจำกัดในด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ การขาดแคลนบริการขึ้นพื้นฐาน และการให้บริการในด้านสาธารณูปโภคบกพร่อง เช่น การเกิดไฟฟ้าตก ไฟฟ้าดับ น้ำประปาและน้ำบาดาลไหลไม่สม่ำเสมอ
3. ข้อจำกัดในด้านทุน ได้แก่ การขาดแคลนเงินกู้ระยะยาว อัตราดอกเบี้ยต่ำ และชำระหนี้คืนระยะยาว

4. ข้อจำกัดในด้านเครื่องจักร ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตส่วนใหญ่เก่า และล้าสมัย ขาดแคลนเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ภาชนะนำเข้าเครื่องจักรและอะไหล่สูง และเครื่องจักรที่ซื้อใหม่มีเทคโนโลยีสูงเกินกว่าความสามารถของแรงงาน

5. ข้อจำกัดในด้านแรงงาน ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือ ค่าจ้างแรงงานสูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับประสิทธิภาพของแรงงาน การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างขั้นต่ำอย่างไม่เป็นระบบ ปัญหาในเรื่องสภาพแรงงาน และแรงงานเปลี่ยนงานบ่อย

6. ข้อจำกัดในด้านค่าเงิน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงระบบค่าเงินบาทเป็นแบบลอยตัวซึ่งส่งผลให้ค่าเงินบาทของไทยผันผวน และอ่อนตัวลงอย่างมาก

7. ข้อจำกัดในด้านสภาพตลาด ได้แก่ สภาพตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

8. ข้อจำกัดในด้านระบบข้อมูลข่าวสารทางการผลิต ได้แก่ ระบบข้อมูลข่าวสารทางการผลิตยังไม่ดีพอ เช่น ข้อมูลกำลังการผลิตสินค้าชนิดต่างๆ ในเมืองไทย

ด้านการตลาด จะทำการศึกษาสภาพการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อที่จะดูความสามารถในการแข่งขันทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

หลังจากนั้นจึงได้ทำการศึกษาการปรับตัวทางด้านตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. การปรับตัวทางด้านตลาดภายในประเทศ ศึกษาว่าผู้ผลิตควรมีการปรับตัวเพื่อรักษาส่วนแบ่งของตลาดภายในประเทศไว้ได้อย่างไร

2. การปรับตัวทางด้านตลาดต่างประเทศ ศึกษาว่าผู้ผลิตควรปรับกลยุทธ์การตลาดใหม่จากการทำตลาดในเชิงรับเป็นการทำตลาดในเชิงรุกมากขึ้นหรือไม่

ต่อมาจึงได้ทำการศึกษาข้อจำกัดในด้านการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อปรับตัวของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวมีดังนี้

1. ข้อจำกัดในด้านการกีดกันทางการค้าทั้งในรูปของมาตรการที่เกี่ยวกับภาษี และมาตรการที่ไม่มีภาษี ซึ่งตลาดหลักที่ใช้มาตรการกีดกันด้านภาษีสับสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศ

ไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศประชาคมยุโรป ส่วนมาตรการที่มีใช้ภายในรูปของการจำกัดโควต้า และ การกำหนดมาตรฐานสินค้า (International Organization for Standardization : ISO) ในปัจจุบันมาตรฐาน ISO ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายคือ มาตรฐาน ISO 9000 (มาตรฐานการจัดระบบคุณภาพในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ) กับมาตรฐาน ISO 14000 (มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม) และในอนาคตประมาณปี พ.ศ. 2543 ประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปจะนำมาตรฐาน ISO 18000 (มาตรฐานความปลอดภัย และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ใช้แรงงาน) มาใช้

2. ข้อจำกัดในด้านระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ได้แก่ การขาดข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดไม่ว่าจะเป็นตลาดในประเทศหรือตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังขาดข้อมูลกฎเกณฑ์สำหรับการค้าสิ่งทอของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

3. ข้อจำกัดในด้านคุณภาพสินค้า ได้แก่ คุณภาพสินค้าต่ำ

4. ข้อจำกัดในด้านขั้นตอนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกที่มีความยุ่งยาก ล่าช้า และไม่ชัดเจน โดยเฉพาะการคืนอากรขาเข้าตามมาตรา 19 ทวิ และการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม

ด้านแนวทางขั้นพื้นฐาน ได้แก่ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ซึ่งในที่นี้ได้ทำการศึกษาถึงการกำหนดนโยบายของรัฐบาลที่มีส่วนช่วยเหลือ สนับสนุน หรือ ขัดขวางการปรับตัวที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปหรือไม่ ซึ่งการกำหนดนโยบายของรัฐบาลอาจจะอยู่ในรูปต่าง ๆ ดังนี้

1. การลดอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และเครื่องจักร

2. การลดขั้นตอนการดำเนินพิธีการศุลกากร โดยการปรับปรุงระเบียบของกรมศุลกากรให้มีความสะดวกรวดเร็ว เร่งคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการส่งออกให้แก่ผู้ผลิต

3. การพัฒนาบุคลากร โดยการจัดบริการฝึกอบรม และสัมมนาวิชาการสิ่งทอเพื่อพัฒนาผู้ปฏิบัติงานด้านสิ่งทอทั้งของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

4. การเพิ่มปริมาณการให้บริการทางด้านสาธารณูปโภค ให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ และการปรับปรุงประสิทธิภาพของการบริการที่มีอยู่ให้สูงขึ้น

5. การแสวงหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ โดยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการเจาะตลาดในประเทศต่าง ๆ

6. การปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสาร โดยให้มีการกระจายข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านการผลิต การค้า และเทคโนโลยี ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
7. สนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งในแง่ รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น
8. การจัดหาแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมเพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ผลิตทำให้ทราบว่าผู้ผลิตได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในด้านใดบ้าง มากน้อยเพียงใด และรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือเพิ่มเติมในด้านใดบ้าง รวมทั้งควรยกเลิกนโยบายใดที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบกิจการของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ในการวิเคราะห์ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิต และการตลาดนั้น ได้แปลงข้อมูลการสัมภาษณ์ให้ออกมาในรูปช่วงของการวัด (scale) เพื่อเปรียบเทียบว่า การปรับตัวของผู้ผลิตแต่ละขนาดได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดเหล่านี้มากน้อยเพียงใด โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

1. รวบรวมผลที่ได้จากการกรอกแบบสอบถามของผู้ผลิตแต่ละราย โดยแบ่งตามขนาด ใหญ่ กลาง และเล็ก จากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต เพื่อที่จะดูว่ามีผู้ผลิตจำนวนกี่รายได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดเหล่านี้ในแต่ละระดับ (ซึ่งจำนวนกิจการที่เลือกข้อจำกัดในแต่ละด้าน ได้จากการรวมจำนวนกิจการที่เลือกข้อจำกัดย่อยในด้านนั้น ๆ)
2. แปลงรูปแบบของแบบสอบถามที่แสดงถึงระดับของข้อจำกัดให้ออกมาในรูปตัวเลข โดยกำหนดให้ข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของผู้ผลิตมาก มีค่าเท่ากับ 5 และข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวของผู้ผลิตค่อนข้างมาก ปานกลาง น้อย และไม่มี มีค่าเท่ากับ 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ
3. นำเอาตัวเลขในแต่ละช่อง ซึ่งแสดงถึงจำนวนกิจการที่เลือกข้อจำกัดในแต่ละระดับมาคูณด้วยน้ำหนักของข้อจำกัดในแต่ละระดับ แล้วนำผลคูณที่ได้มารวมกัน หลังจากนั้นนำมาหารด้วยจำนวนกิจการทั้งหมดที่เลือกตอบในข้อจำกัดนี้ ตัวเลขที่ได้จากการคำนวณจะแสดงถึงระดับของข้อจำกัดในแต่ละด้านที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวทางด้านการผลิต และการตลาดของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแต่ละขนาด
4. หลังจากนั้นก็นำเอาตัวเลขที่ได้มาแสดงเป็นกราฟ เพื่อแสดงให้เห็นว่า การปรับตัวของผู้ผลิตแต่ละขนาดได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด

ส่วนการวิเคราะห์ว่าผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละขนาดให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านใดมากกว่ากัน ในที่นี้ได้ทำการศึกษาใน 2 ด้าน คือ ในด้านแรก ได้ทำการศึกษาการปรับตัวในด้านการผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็นการปรับตัวในด้านวัตถุดิบ บุคลากร และเครื่องจักร ส่วนในด้านที่สองได้ทำการศึกษาว่า ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านการผลิต การตลาด หรือแนวทางขั้นพื้นฐานมากกว่ากัน ในการวิเคราะห์นั้นได้แปลงข้อมูลการสัมภาษณ์ให้ออกมาในรูปช่วงของการวัด (scale) และนำเสนอออกมาในรูปของกราฟแท่ง เพื่อให้เห็นได้ชัดเจน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

1. จากแบบสอบถามได้กำหนดไว้ว่าให้ผู้ผลิตกรอกตัวเลข 1 ถึง 3 เพื่อแสดงความสำคัญในการปรับตัว โดยที่ตัวเลข 1 แสดงว่าให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านนี้มาก ตัวเลข 2 และ 3 แสดงว่าให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านนี้ปานกลาง และน้อย ตามลำดับ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาถ่วงน้ำหนัก (weigh) โดยกำหนดว่า ด้านใดที่กิจการให้ความสำคัญกับการปรับตัวมาก มีค่าเท่ากับ 3 และด้านใดที่กิจการให้ความสำคัญกับการปรับตัวปานกลาง และน้อย มีค่าเท่ากับ 2 และ 1 ตามลำดับ

2. นำตัวเลขที่ได้จากการถ่วงน้ำหนัก (ของแต่ละกิจการ) มารวมกันในแต่ละด้าน แล้วหารด้วยจำนวนกิจการที่ตอบแบบสอบถามในด้านนั้น ๆ

3. ตัวเลขที่ได้จากการคำนวณใน ข้อ 2 แสดงถึงระดับความสำคัญของการปรับตัวในแต่ละด้าน หลังจากนั้นก็นำตัวเลขเหล่านี้มาแสดงเป็นกราฟ เพื่อแสดงให้เห็นว่ากิจการแต่ละขนาดให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านใดมากกว่ากัน ระหว่างด้านวัตถุดิบ บุคลากร และเครื่องจักร ซึ่งเป็นการปรับตัวในด้านการผลิต และระหว่างด้านการผลิต การตลาด และแนวทางขั้นพื้นฐาน

1.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยการส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการต่าง ๆ ซึ่งมีการเลือกตัวอย่างโดยแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่มตามขนาดการจ้างงานดังนี้³

- 1.1 ขนาดเล็ก มีการจ้างงาน 1-100 คน
- 1.2 ขนาดกลาง มีการจ้างงาน 101-500 คน
- 1.3 ขนาดใหญ่ มีการจ้างงาน 500 ขึ้นไป

ในการเลือกโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาทำการศึกษได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย (ปี พ.ศ. 2538 - 2539) ทั้งสิ้น 423 โรงงาน แบ่งเป็นกิจการขนาดใหญ่ 53 แห่ง กิจการขนาดกลาง 103 แห่ง และกิจการขนาดเล็ก 267 แห่ง ทั้งนี้ในการสุ่มตัวอย่างนั้นได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการต่าง ๆ จำนวน 70 แห่ง โดยส่งไปยังกิจการขนาดใหญ่ 21 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 39.6 ของจำนวนกิจการขนาดใหญ่ทั้งหมด และกิจการขนาดกลาง 22 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 21.4 ของจำนวนกิจการขนาดกลางทั้งหมด และกิจการขนาดเล็ก 27 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 10.1 ของจำนวนกิจการขนาดเล็กทั้งหมดที่เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะมีกิจการที่ตอบแบบสอบถามอย่างน้อย 30 แห่ง แบ่งเป็นกิจการขนาดใหญ่ 10 แห่ง ขนาดกลาง 10 แห่ง และขนาดเล็ก 10 แห่ง ซึ่งในการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการได้ใช้แบบสอบถามเป็นหลัก โดยในการสอบถามนั้นจะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวทางด้านการผลิต การตลาด และแนวทางขั้นพื้นฐาน ในปี พ.ศ. 2535 และ ปี พ.ศ. 2540 รวมทั้งข้อจำกัดในการปรับตัวทางด้านการผลิตและการตลาดด้วย

³ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, *การจัดการกลยุทธ์และแผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ของมูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย*, หน้า 4-1.

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมจากวารสารต่าง ๆ อาทิ เช่น วารสารส่งเสริมการลงทุน วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม ผู้ส่งออก ผู้จัดการรายเดือน เศรษฐทัศน์ จุฬาลงกรณ์วารสาร TTIS Textile Digest และวารสารเศรษฐกิจธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย และสหธนาคาร นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมจากรายงานการวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ของ นาย ชวลิต นิมละออบ และ รายงานการวิจัยของสถาบันต่าง ๆ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ หน่วยปฏิบัติการพิเศษสิ่งทอ กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ ฝ่ายวิจัยบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรม ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และ ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนข้อมูลที่อยู่ในรูปสถิติส่วนใหญ่รวบรวมมาจาก หนังสือสถิติสิ่งทอไทย ของกองอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ของศูนย์สถิติการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการปรับตัวทางด้านการผลิตและการตลาดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จนถึง ปี พ.ศ. 2540 และทราบถึงบทบาท และหน้าที่ของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมนี้
2. เพื่อให้ทราบถึงข้อจำกัดทางด้านการผลิต และการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ
3. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
4. เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐบาลช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทั้งกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

1.8 โครงสร้างของวิทยานิพนธ์

วิทยานิพนธ์ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

บทที่ 1 บทนำ กล่าวถึงปัญหาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา วิธีการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์ เป็นการศึกษางานในอดีตที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย

บทที่ 3 ศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยทั้งในด้านการผลิต การตลาดภายในและภายนอกประเทศ นโยบายของรัฐบาล

บทที่ 4 ศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ ปี พ.ศ.2535 จนถึง ปี พ.ศ.2540

บทที่ 5 แนวทางแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 - 2540 (ม.ค.- ต.ค.)

ปี	การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	
	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2532	80,549.7	-
2533	92,037.1	14.26
2534	118,993.7	29.29
2535	123,182.6	3.52
2536	129,417.6	5.06
2537	149,836.7	15.78
2538	160,844.2	7.35
2539	137,225.6	-14.68
2540 (ม.ค.-ต.ค.)	131,711.5	16.40

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

อ้างโดย : สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ตารางที่ 1.2 การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ปี พ.ศ.2530 - 2540 (ม.ค. - ต.ค.)

ปี	มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก เสื้อผ้าสำเร็จรูป (%)
2530	35,899.5	77.9
2531	44,560.8	24.1
2532	57,930.0	29.9
2533	65,850.0	13.7
2534	86,692.9	31.7
2535	86,773.9	0.1
2536	89,594.1	3.3
2537	100,679.3	12.4
2538	102,019.3	1.3
2539	79,875.4	-21.7
2540	74,645.5	13.4
(ม.ค.-ต.ค.)		

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

อ้างโดย : สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ตารางที่ 1.3 ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป 10 รายการแรกของไทย

มูลค่า : ล้านบาท

	2538	2539	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	27,371.6	29,420.0	7.5
ญี่ปุ่น	9,269.7	9,438.0	1.8
สหราชอาณาจักร	2,786.7	3,301.8	18.5
เยอรมนี	4,604.7	4,164.1	-9.6
ซาอุดีอาระเบีย	6,975.8	4,171.9	-40.2
ฝรั่งเศส	3,490.0	3,104.1	-11.1
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	10,228.5	2,964.6	-71.0
เบลเยียม	1,478.7	1,413.6	-4.4
โปแลนด์	4,201.5	2,206.2	-47.5
เนเธอร์แลนด์	1,490.1	1,659.2	11.3
รวม 10 ประเทศ	71,897.2	61,843.4	-14.0
อื่น ๆ	30,122.1	18,031.9	-40.1
มูลค่ารวม	102,019.3	79,875.4	-21.7

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

อ้างโดย : สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์