

พฤติกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย

นางสาว ณุชาดา เจริญพานิช



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-639-403-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BEHAVIORAL ADJUSTMENT OF THAI GARMENT MANUFACTURERS

Miss Nuchada Chareanpanich

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School

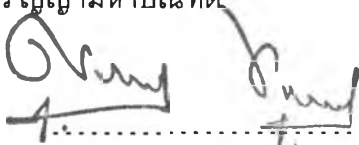
Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-639-403-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย
โดย นางสาว ณุชดา เจริญพานิช
ภาควิชา เศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตน์โกมุท

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

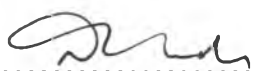
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. จุฑา มั่นสไพบูลย์)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตน์โกมุท)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ คงศักดิ์ สันติพิฤกษ์วงศ์)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ สามารถ เขียวสกุล)

นุชชาดา เจริญพานิช : พฤติกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย (Behavioral Adjustment of Thai Garment Manufacturers) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. สมชาย รัตนโกมุท, 170 หน้า. ISBN 974-639-403-7

วัตถุประสงค์หลักของวิทยานิพนธ์นี้ คือ ศึกษาพฤติกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในด้านการผลิตและการตลาด ในช่วงปี พ.ศ.2535 จนถึง ปี พ.ศ.2540 และศึกษาในด้านแนวทางขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล เพื่อดูความสามารถในการปรับตัวของผู้ผลิตในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และดูการปรับตัวของผู้ผลิตเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าสิ่งทอตามกฎขององค์การการค้าโลก นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาข้อจำกัดในด้านการผลิตและการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อ การปรับตัว ซึ่งในการศึกษาได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ผลิตโดยการส่งแบบสอบถามไปยังกิจการต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มไทย

จากการศึกษาการปรับตัวในด้านการผลิตพบว่า ผู้ผลิตขนาดใหญ่และขนาดเล็กให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือวัตถุดิบและเครื่องจักร ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ผลิตขนาดกลางให้ความสำคัญกับการปรับตัวในด้านบุคลากรและวัตถุดิบมากที่สุด ส่วนการปรับตัวในด้านการตลาดนั้น ผู้ผลิตได้ทำการปรับตัวเพื่อรักษาตลาดภายในประเทศ และในขณะเดียวกันก็ได้ขยายตลาดต่างประเทศมากขึ้นด้วย ส่วนการปรับตัวในด้านแนวทางขั้นพื้นฐาน จากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตขนาดใหญ่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลมากกว่าผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยได้รับความช่วยเหลือในด้านการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรมากที่สุด

จากการศึกษาข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวในด้านการผลิตและการตลาด พบว่า ข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวในด้านการผลิตของผู้ผลิตขนาดใหญ่และขนาดเล็กมากที่สุด ได้แก่ ค่าเงิน รองลงมา คือ วัตถุดิบ ในขณะที่ข้อจำกัดในด้านทุนส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวของผู้ผลิตขนาดกลางมากที่สุด และข้อจำกัดในด้านสาธารณูปโภคส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวของผู้ผลิตทั้ง 3 ขนาดน้อยที่สุด ส่วนการศึกษาข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาด พบว่า ข้อจำกัดในด้านคุณภาพสินค้าส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวในด้านการตลาดของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลาง และขนาดเล็กมากที่สุด และข้อจำกัดในด้านระบบข้อมูลข่าวสาร ส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวของผู้ผลิตทั้ง 2 ขนาด น้อยที่สุด ในขณะที่การปรับตัวของผู้ผลิตขนาดใหญ่ได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดในด้านการกีดกันทางการค้ามากที่สุด และได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดในด้านคุณภาพสินค้าน้อยที่สุด

โดยสรุปแล้วผู้ผลิตขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับการปรับตัวด้านการผลิตมากที่สุด ในขณะที่ผู้ผลิตขนาดกลาง และขนาดเล็กให้ความสำคัญกับการปรับตัวด้านการตลาดมากที่สุด ส่วนการปรับตัวในด้านแนวทางขั้นพื้นฐาน ผู้ผลิตทั้ง 3 ขนาดให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ นุชชาดา เจริญพานิช
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

3972579629 : MAJOR ECONOMICS
KEY WORD: ADJUSTMENT / GARMENT INDUSTRY

NUCHADA CHAREANPANICH : BEHAVIORAL ADJUSTMENT OF THAI GARMENT
MANUFACTURERS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. SOMCHAI RATANAKOMUT, Ph.D.
170 pp. ISBN 974-639-403-7.

The objective of this study is to investigate the behavioral adjustments, in production and marketing, of the Thai garment manufacturers and some basic government policies related with the issue during the period 1992-1997. The study looked at the adjustment capacity during the economic downturn and the producer's adjustment behavior in response to the liberalization of textile trade according the rules and regulations imposed by the World Trade Organization. The study also touched on the production and market restrictions which linked to the behavioral adjustment. It was based on the Simple Random Sampling of members of the Thai Garment Manufacturers Association.

For production adjustment, it was found that both large and small size producers emphasized, firstly, adjustment in personnel followed by adjustment in raw materials and machinery, respectively. The medium size producers emphasized more on the adjustment in personnel and raw materials. For market adjustment, all of the producers emphasized protection of its domestic market as well as expansion of the foreign market. For the aspect of basic industrial infrastructure, the large producers obtained more government assistance than the medium and small size producers through reductions of import tariffs on raw materials and machineries.

For the impact of restrictions on production and marketing, it was found that, the most significant restrictions for large and small size producers were exchange rate followed by raw materials, while the financial restrictions was important for medium size producers. The least important restrictive factor for all producers was the basic infrastructure, i.e. water supply, electricity and transportation. For market restrictions, it was found that quality restrictions produced more problem for medium and small size producers, while the restrictions on information produced the least problem. The large producers faced more problems related with trade restrictions while they were facing less problem with quality.

The large producers emphasized most on the production adjustment while the medium and small producers emphasized most on market adjustment. All of them gave the least attention to basic industrial infrastructure.

ภาควิชา..... เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา..... เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิติ..... นุชดา เจริญพานิช
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จุฑา มณีสไพบูลย์ ในการให้ความกรุณาว่าเป็นประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ คงศักดิ์ สันติพิทักษวงศ์ และรองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ในโอกาสนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของข้าพเจ้าที่ให้ความสนับสนุน ด้านทุนการศึกษา และเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดเวลา

ข้าพเจ้าหวังว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงมีประโยชน์ต่อผู้สนใจบ้างพอสมควร ข้อดีของ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ข้าพเจ้าขอมอบให้ผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือทุกท่าน หากมีข้อบกพร่องประการใด ข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ณัฐชดา เจริญพานิช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 นิยามการศึกษา	4
1.5 วิธีการศึกษา	5
1.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
1.8 โครงสร้างวิทยานิพนธ์	13
2 วรรณกรรมปริทัศน์	17
2.1 การค้าระหว่างประเทศ	17
2.2 อุปสงค์	22
2.3 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	23
2.4 ลักษณะโดยทั่วไป	24
3 สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย	28
3.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย	28
3.2 ความสำคัญของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปัจจุบัน	30
3.2.1 ด้านมูลค่าเพิ่ม	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2	ด้านการจ้างงาน..... 33
3.2.3	ด้านการส่งออกเพื่อนำเข้ารายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ..... 36
3.2.4	ด้านรายได้ที่อุตสาหกรรมนี้ให้แก่ภาครัฐ..... 41
3.2.5	อุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นๆ..... 42
3.3	โครงสร้างของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป..... 42
3.3.1	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต..... 43
3.3.2	จำนวนคนงาน..... 44
3.3.3	จำนวนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต..... 47
3.3.4	จำนวนโรงงาน..... 49
3.3.5	ปริมาณการผลิต..... 50
3.4	ภาวะตลาดของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป..... 51
3.4.1	ภาวะตลาดภายในประเทศ..... 52
3.4.2	ภาวะตลาดต่างประเทศ..... 56
3.5	นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป..... 59
3.5.1	นโยบายทางด้านการควบคุมดูแล..... 59
3.5.2	นโยบายทางด้านการคุ้มครองทางการค้า..... 61
3.5.3	นโยบายทางด้านการส่งเสริม..... 62
4	พฤติกรรมปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป..... 65
4.1	ด้านการผลิต..... 66
4.1.1	การปรับตัวในด้านการผลิต..... 67
4.1.2	ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิต..... 75
4.2	ด้านการตลาด..... 82
4.2.1	การปรับตัวในด้านการตลาด..... 85
4.2.2	ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาด..... 88
4.3	ด้านแนวทางขั้นพื้นฐาน..... 92

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5 แนวทางแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	97
5.1 การปรับโครงสร้างภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักร.....	97
5.2 การพัฒนาบุคลากร.....	100
5.3 การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต.....	100
5.4 การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานสินค้าสากล.....	102
5.5 การปรับกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ.....	103
5.6 การปรับปรุงระบบโครงสร้างและสาธารณูปโภค.....	104
5.7 ขั้นตอนการดำเนินพิธีการศุลกากร.....	104
5.8 การพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร.....	108
6 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	109
6.1 สรุป.....	109
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	112
6.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ.....	115
รายการอ้างอิง.....	116
ภาคผนวก.....	120
ภาคผนวก ก.....	121
ภาคผนวก ข.....	126
ภาคผนวก ค.....	130
ภาคผนวก ง.....	132
ภาคผนวก จ.....	142
ประวัติผู้เขียน.....	170

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	มูลค่าการส่งออกสิ่งทอของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2532-2540 (ม.ค.-ต.ค.)..... 14
1.2	การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ปี พ.ศ.2530-2540 (ม.ค.-ต.ค.)..... 15
1.3	ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป 10 รายการแรกของไทย..... 16
3.1	มูลค่าเพิ่ม ณ ราคาปัจจุบันตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2538..... 31
3.2	สัดส่วนของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2538..... 32
3.3	อัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2538..... 33
3.4	จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2538 34
3.5	สัดส่วนของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2538 35
3.6	อัตราการขยายตัวของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ.2530-2538 36
3.7	มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยปี พ.ศ.2532-2540 (ม.ค.-ต.ค.) 39
3.8	การนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ.2534-2538..... 40
3.9	ดุลการค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ.2513-2538..... 41
3.10	อัตราภาษีนำเข้าสิ่งทอไทย 44
3.11	จำนวนคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ.2534-2538 46
3.12	จำนวนเครื่องจักรในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มปีพ.ศ.2534-2538 . 48
3.13	การนำเข้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ. 2537-2539 48
3.14	จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ.2534-2538..... 50
3.15	ปริมาณการผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ปี พ.ศ.2534-2538..... 51
3.16	ความต้องการใช้ การผลิต และสัดส่วนการใช้ในประเทศของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม..... 54
3.17	แหล่งนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในปี พ.ศ.2538..... 55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3.18 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทยในช่วงปี พ.ศ.2535-2539.....	55
3.19 การส่งออกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไปตลาดในข้อตกลง และนอกข้อตกลง.....	58
3.20 การค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญในแต่ละภูมิภาคปี พ.ศ.2537.....	59
3.21 นโยบายรัฐบาลทางด้านการควบคุมดูแลอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป พ.ศ. 2514 - 2534	60
4.1 อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ปี พ.ศ.2532-2539	73
4.2 มูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทยปี พ.ศ.2538.....	86
5.1 อัตราภาชนะนำเข้าวัตถุดิบสิ่งทอของอาเซียนในปี พ.ศ.2539.....	98
5.2 อัตราภาชนะนำเข้าอะไหล่ และชิ้นส่วนเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ของอาเซียน	99

สารบัญญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
3.1 ช่องทางการจำหน่ายของผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ	52
4.1 ขั้นตอนการขอคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ.....	70
4.2 ระดับความสำคัญของการปรับตัวในด้านการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก.....	75
4.3 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่	80
4.4 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลาง.....	81
4.5 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิตของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็ก.	81
4.6 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก.....	82
4.7 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาดของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่.....	90
4.8 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาดของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลาง.....	90
4.9 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาดของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็ก	91
4.10 ข้อจำกัดของการปรับตัวในด้านการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก.....	91
4.11 ระดับความสำคัญของการปรับตัวของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก.....	95