

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ (Conclusions and Recommendations)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีคุณสมบัติดังนี้ เป็นผู้ประกอบการในทุกกลุ่มย่อยของผลิตภัณฑ์ ยกเว้นผลิตภัณฑ์ Non Woven Textile กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มที่ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนโรงงานจริงในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มซึ่งมีจำนวนโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปอยู่ถึง 58% ของโรงงานทั้งหมด (ตามข้อมูลจากภาพที่ 1)

ผู้ประกอบการจำนวน 80% ของกลุ่มตัวอย่างดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนาน ผู้ประกอบการจำนวน 48% ของกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการส่งออกระหว่าง 6-10 ปี ผู้ประกอบการจำนวน 52% ของกลุ่มตัวอย่างใช้งบค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาน้อยกว่า 1% ของยอดขายรวม กล่าวได้ว่าการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีน้อยมาก

ผู้ประกอบการจำนวน 70% ของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้จากการส่งออกมากกว่า 10 ล้านบาท กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการส่วนมากที่ทำการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศจะส่งออกเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการจำนวน 62% ของกลุ่มตัวอย่างมีอัตรากำไรจากการส่งออกระหว่าง 3-10% ผู้ประกอบการจำนวน 40% ของกลุ่มตัวอย่างมีอัตราเพิ่มขึ้นของยอดส่งออกน้อยกว่า 2%

ผู้ประกอบการจำนวน 70% ของกลุ่มตัวอย่างมีการจ้างพนักงานมากกว่า 100 คน กล่าวได้ว่าโรงงานที่ทำการผลิตเพื่อส่งออกส่วนมากใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการจำนวน 52% ของกลุ่มตัวอย่างมีพนักงานในแผนกส่งออกน้อยกว่า 5 คน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยที่ส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยภายในบริษัท :

ลักษณะของธุรกิจมีความสำคัญปานกลางจนถึงมากต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือการจำแนกลักษณะของธุรกิจโดยดูจากขนาดของยอดขายของธุรกิจนั้น บริษัทที่มียอดขายขนาดใหญ่ มีจำนวนพนักงานรวมมาก และมีพนักงานที่ปฏิบัติงานในการส่งออกเป็นจำนวนที่มากกว่าจะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

ความสามารถของธุรกิจมีความสำคัญมากที่สุดต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือระดับของการควบคุมคุณภาพ รองลงมาคือทรัพยากรบุคคล การจัดการและวางแผน และความสามารถทางเทคโนโลยี บริษัทที่มีระดับการควบคุมคุณภาพที่ดี มีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ มีการจัดการและการวางแผน ตลอดจนมีความสามารถทางเทคโนโลยี ในระดับที่สูงกว่าจะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และลักษณะของการจัดการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ และลักษณะของการจัดการมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงไม่สัมพันธ์กันกับความสามารถในการส่งออกของธุรกิจ อันเนื่องมาจากการที่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่ไม่มีความแตกต่าง ตลาดสามารถสั่งซื้อจากแหล่งใดก็ได้ การสั่งซื้อของตลาดสหรัฐอเมริกาในปัจจุบัน ก็อยู่บนพื้นฐานของการจำกัดจำนวนสั่งซื้อหรือระบบโควต้า

กลยุทธ์การส่งออกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่ากลยุทธ์การส่งออกมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างสอดคล้องกับความสามารถในการส่งออก แต่ยังไม่สามารถยอมรับได้ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% อันเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยส่วนมากยังไม่ได้ทำการตลาดในสหรัฐอเมริกาด้วยตนเอง จะเป็นเพียงผู้ส่งสินค้าไปจำหน่ายในระดับล่างซึ่งไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง หรือเป็นผู้รับจ้างผลิตให้แก่สินค้า แบรินด์เนม (Original Equipment Manufacturing) ที่ผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกาจ้างให้ทำการผลิตเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สร้างตราสินค้าของตนเอง มีการทำการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ของตนในต่างประเทศมีเพียง 2 รายเท่านั้น คือตราสินค้า Greyhound และ Flynow ผู้ประกอบการส่วนมากยังไม่พร้อมที่จะทำเพราะต้องใช้เงินลงทุนสูงและขาดแคลนผู้ที่มีความทักษะในด้านการตลาดระหว่างประเทศ

ปัจจัยภายนอกบริษัท :

ลักษณะของตลาดมีความสำคัญมากต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยมีผลกระทบมากที่สุดคือแรงกดดันของคู่แข่งในตลาด รองลงมาคือจำนวนข้อกีดกันทางการค้า ระดับของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและขนาดของตลาด และระยะทางจากประเทศผู้ผลิตถึงตลาด ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบน้อยที่สุดคือระดับความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรม บริษัทที่ได้เปรียบคู่แข่งในตลาดสามารถแก้ปัญหาข้อกีดกันทางการค้าให้ลดลงหรือคลี่คลายลงได้ และพึงพอใจต่อขนาดของตลาดของผลิตภัณฑ์จะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

ความช่วยเหลือจากภาครัฐได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญในระดับปานกลางต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่ได้รับการยอมรับว่าจะส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกมากที่สุดคือด้านแหล่งเงินทุน มาตรการทางด้านภาษี (เช่น โครงสร้างภาษีที่เท่าเทียมกับประเทศคู่แข่งกันเพื่อให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ในตลาด, ปลอดภาษีขาออก, เก็บภาษีนำเข้าวัตถุดิบในอัตราต่ำ เป็นต้น) และเงินสนับสนุนการส่งออก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบในอันดับรองลงมาคือการรวบรวมข้อมูลด้านการตลาด และการโฆษณาและส่งเสริมการขาย (เช่น การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การทำประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของประเทศ Thailand Brand เป็นต้น) บริษัทที่ได้รับการสนับสนุนในด้านแหล่งเงินทุน มาตรการทางด้านภาษี และเงินสนับสนุน ได้รับความช่วยเหลือในด้านการรวบรวมข้อมูลด้านการตลาด ได้รับความช่วยเหลือในด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย จะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

ลักษณะของอุตสาหกรรมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่าลักษณะของอุตสาหกรรมมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สัมพันธ์กันกับความสามารถในการส่งออกของธุรกิจ อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกายังเป็นสินค้าระดับตลาดล่างเป็นส่วนใหญ่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกและส่งออกไปเป็นจำนวนมาก ทำให้ปริมาณสินค้าที่ส่งออกก็ใช้จนเต็มจำนวนที่อนุญาตให้มีการนำเข้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นแม้อุตสาหกรรมจะเติบโตขึ้น มีเทคโนโลยีที่พัฒนามากขึ้น และมีระดับความสามารถสูงขึ้น แต่ก็จะไม่สามารถส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกาได้ถ้าไม่เป็นผู้ส่งออกที่ได้รับโควตาส่งออกเดิมอยู่แล้ว แต่หลังจากการเปิดการค้าเสรีสิ่งทอในปี 2548 เป็นต้นไป ระบบโควตาจะหมดไป ปัจจัยเหล่านี้ น่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถในการส่งออก

ข้อจำกัดของงานศึกษาวิจัยฉบับนี้และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

เนื่องจากสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างหลากหลายเป็นห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ตลอดสายการผลิต สามารถจัดแบ่งสินค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ถึง 10 กลุ่มย่อย

(เส้นใย เส้นด้าย ไหม ผ้าทอ ผ้าถัก ผ้าพิมพ์และตกแต่งสำเร็จ ผ้าเชิงเทคนิค เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องตกแต่งบ้านทำด้วยผ้า และอื่น ๆ) การศึกษาในครั้งนี้ได้สุ่มตัวอย่างจากรายชื่อผู้ส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจากฐานข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีข้อจำกัดคือผู้ศึกษาไม่สามารถทราบได้ว่าผู้ส่งออกรายใดผลิตสินค้ากลุ่มใดและไม่มีข้อมูลมูลค่าสินค้าที่ส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในแต่ละกลุ่มย่อยทำให้ไม่สามารถสุ่มตัวอย่างแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ จึงขอแนะนำสำหรับผู้ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ในครั้งต่อไปว่าควรจะต้องเลือกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มย่อยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจได้ผลการวิจัยซึ่งแตกต่างไปจากงานศึกษาวิจัยฉบับนี้

เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มมีอัตราค่าที่ไม่เท่ากัน ทำให้ผู้ศึกษาไม่สามารถนำอัตราค่าใดมาใช้ในการวัดความสามารถในการส่งออกพร้อมกันกับยอดขายจากการส่งออกได้ ดังนั้นถ้าการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปสามารถสุ่มตัวอย่างแยกเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ก็ควรที่จะนำปัจจัยเรื่องอัตราค่าใดมาใช้ในการวัดความสามารถในการส่งออกพร้อมกันกับยอดขายจากการส่งออก

เนื่องจากภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจในประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ทำให้อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายหยุดชะงักไป ดังนั้นถ้าพ้นจากภาวะวิกฤตนี้แล้ว การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรจะนำอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายจากการส่งออกมาใช้ในการวัดความสามารถในการส่งออกพร้อมกันกับยอดขายจากการส่งออกด้วย เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปในเชิงพลวัต (Dynamic)

เนื่องจากในอนาคตพฤติกรรมของตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะมีการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาค กล่าวคือในปี 2548 จะมีการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งจะทำการตั้งกำแพงภาษี การกำหนดระบบโควต้า และการกีดกันการค้าที่ไม่เป็นธรรมหมดไปหรือลดลง จึงขอแนะนำให้มีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอีกครั้งเพื่อศึกษาว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกผลิตภัณฑ์นี้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพียงใด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

การพัฒนาความสามารถในการส่งออกของผู้ประกอบการที่ส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อให้เห็นผลได้อย่างชัดเจนในระยะสั้นนั้นภาคเอกชนควรมุ่งเน้นที่ปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสามารถในการส่งออกและยอดขาย ซึ่งได้แก่ลักษณะของกิจการและความสามารถของกิจการ รองลงมาคือกลยุทธ์ในการส่งออก ภาครัฐควรมุ่งเน้นปัจจัยภายนอกซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงคือลักษณะของตลาดและความช่วยเหลือจากภาครัฐ

แต่ในระยะยาวระบบของอุตสาหกรรมนี้จะเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเปิดตลาดการค้าเสรี แม้ว่าปัจจัยบางประการที่เปลี่ยนแปลงไปโดยไม่สัมพันธ์กันกับความสามารถในการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในปัจจุบันอันเนื่องมาจากระบบการส่งออกสิ่งทอไปสหรัฐอเมริกาในปัจจุบันยังมีข้อจำกัด แต่ทุกฝ่ายควรให้ความสนใจเนื่องจากเป็นแนวทางสำคัญที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมนี้เมื่อมีระบบการค้าเสรีในปี 2548

ผู้วิจัยได้รวบรวมและนำเสนอแนวทางการแก้ไข ปัญหาจากการจัดระดมความคิดของหน่วยงานราชการที่สำคัญ งานวิจัยฉบับอื่น ตลอดจนแนว ปฏิบัติของหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้โดยตรงมาไว้ในส่วนนี้เพื่อให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาโดยมองไปข้างหน้าควบคู่กันไป

การปรับปรุงปัจจัยภายใน

พัฒนาคุณภาพสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของตน ผู้ประกอบการของไทยควรมีการหันมาพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้านำเข้าทั้งหมดขึ้นให้ได้ด้วยตนเอง ควบคู่ไปกับการรับจ้างผลิตให้แก่สินค้าแบรนด์เนม (Original Equipment Manufacturing) ทั้งนี้เนื่องจากการรับจ้างผลิตสินค้านั้นมีความเสี่ยงที่เจ้าของสินค้าจะหันไปหาแหล่งผลิตสินค้าที่มีต้นทุนถูกกว่าไทย โดยผู้ส่งออกรวมทั้งภาครัฐของไทยควรมีการจัดแสดงสินค้าในประเทศผู้นำเข้าเพื่อแนะนำสินค้าหรืออาจมีการจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้น ๆ

แนวทางนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยกระทบการส่งออกของไทยและยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไขของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541) สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานตามแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดเสรีสิ่งทอปี 2548 ของกระทรวงพาณิชย์ สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กล่าวมานี้ได้

การพัฒนาทางด้านการจัดการที่มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านการรับคำสั่งซื้อจำนวนมาก แต่มีรูปแบบที่หลากหลายได้ เพราะตลาดสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในต่างประเทศเริ่มที่จะหันมาซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายของรูปแบบ แต่ซื้อในจำนวนไม่มาก ในขณะเดียวกันต้องมีการปรับปรุงลดระยะเวลาการส่งมอบสินค้าจากเดิมที่ต้องใช้เวลาอันมากกว่าคู่แข่งอาทิฮ่องกง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยทางด้านแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วผู้ซื้อจึงต้องการได้รับสินค้าในระยะเวลาที่รวดเร็ว (Quick Response) เพื่อไม่ให้สินค้าล้าสมัย กล่าวโดยสรุปแล้ว การที่อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยจะยังคงมีบทบาทและสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าของโลกได้หรือไม่ นั่น สิ่งสำคัญที่สุดที่จะชี้ถึงทิศทางการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยว่าจะเป็นไปได้ในทิศทางบวกหรือลบนั้นคือสินค้าไทยต้องมีคุณภาพและมีราคาที่สมเหตุสมผลตลอดรวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการของไทยต้องมี

การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยสามารถยืนหยัดและมีบทบาทในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูประหว่างประเทศได้ต่อไปอย่างยั่งยืน

แนวทางและวิธีการเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสถานะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2543) และ แนวทางการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กล่าวมานี้ได้

การสร้างเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมเนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยมีการกระจายตัวอย่างหลากหลายตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ แต่ปัจจุบันต่างคนต่างส่งออก ไม่มีประสานต่อเนื่องกัน จะมีเพียงกลุ่มบริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้นที่สามารถดำเนินธุรกิจหลาย ๆ กลุ่มเชื่อมโยงต่อกันไปเพื่อใช้ประโยชน์จากการต่อเนื่องของวัตถุดิบในการผลิตทำให้มีต้นทุนต่ำ กลุ่มบริษัทเหล่านี้จึงได้ประโยชน์จากต้นทุนที่ต่ำและเป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจ แต่สำหรับกิจการเล็ก ๆ จะคงเสียเปรียบอยู่มากไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากการมีอุตสาหกรรมที่ครบวงจรภายในประเทศได้ ซึ่งทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูง กลุ่มธุรกิจจึงควรวางแผนบริหารจัดการสายของการผลิตเพื่อสร้างจุดแข็งให้ตนเอง เกิดความมั่นคงในการจัดหาวัตถุดิบ ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ ตรงตามความต้องการ และมีราคาถูกเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางนี้มีความสอดคล้องกับรายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาการพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญของไทย ของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541) และสอดคล้องกับแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กล่าวมานี้ได้

การปรับปรุงปัจจัยภายนอก

การกระจายตลาดส่งออกที่ผ่านมามีเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยมีการพึ่งพาทลาดหลักคือสหรัฐอเมริกาในสัดส่วนสูง ซึ่งสินค้าของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีความได้เปรียบทั้งทางด้านต้นทุนแรงงาน ต้นทุนด้านภาษีจากการรวมกลุ่มทางการค้า รวมไปถึงมาตรการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าเอง

ดังนั้นแนวทางที่ผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยน่าจะทำได้คือการกระจายตลาดไปยังประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากประเทศหลัก ๆ อาทิ ตลาดอาเซียนซึ่งไทยมีข้อได้เปรียบจากการเป็นประเทศสมาชิกทำให้ลดข้อจำกัดทางด้าน การนำเข้าสินค้าทั้งทางด้านภาษีและ การกีดกันทางการค้าได้เมื่อเทียบกับสินค้าจากประเทศนอกกลุ่ม และตลาดที่ไม่ควรมองข้ามในปี 2544 คือ ตลาดประเทศผู้ผลิตน้ำมัน โดยเฉพาะกลุ่มตะวันออกกลางที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง อันเป็นผลมา

จากราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูงในปี 2543 และคาดว่าแนวโน้มราคาน้ำมันจะยังคงอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องถึงปี 2544 ทำให้ประเทศในกลุ่มเหล่านี้มีรายได้จากการจำหน่ายน้ำมันเพิ่มขึ้น

วิธีการนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสถานะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของ ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2543) งานวิจัยเรื่องการศึกษาการพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541) และ แนวทางการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กล่าวมานี้ได้

การย้ายฐานการผลิตจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันต้นทุนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไม่สามารถแข่งขันได้กับประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าอย่างจีน อินโดนีเซีย อินเดีย บังกลาเทศ และ เวียดนามได้ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีข้อได้เปรียบทางด้านจำนวนแรงงานที่มีมากและมีอัตราค่าจ้างค่อนข้างต่ำกว่าไทยถึง 2-3 เท่า ดังนั้นเพื่อให้สินค้าสำเร็จรูปของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น การย้ายฐานการผลิตจึงมีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นการย้ายฐานการผลิตภายในประเทศหรือการย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศที่มีต้นทุนค่าจ้างต่ำกว่าไทย อาทิ ลาว พม่า กัมพูชา เป็นต้น หรือประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบ หรือประเทศที่อยู่ใกล้ตลาดเป้าหมาย เป็นต้น

วิธีการนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสถานะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของ ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2543) และ แนวทางการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่กล่าวมานี้ได้

ข้อเสนอในการแก้ไขปัญหาสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาข้อมูลของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย พบว่าการส่งสินค้าออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาถูกกำหนดด้วยระบบโควต้า ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคไปพร้อมกัน โอกาสคือช่วยให้ไทยสามารถขายสินค้าเข้าไปยังสหรัฐ ได้เป็นจำนวนที่แน่นอน ทำให้ตลาดมีความมั่นคง อุปสรรคคือไทยไม่สามารถที่จะขยายปริมาณสินค้าที่ส่งไปยังสหรัฐอเมริกาได้

ทั้งนี้ภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทเพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนความสามารถในการส่งออกอยู่บ้างแล้ว แต่ได้กระจายกันอยู่ตามหน่วยงานต่าง ๆ ในหลายกระทรวงทำให้ผลการดำเนินงานไม่ต่อเนื่องกันแต่ละหน่วยงานก็ต้องทำเพื่ออุตสาหกรรมทั้งหมดในประเทศ ดังนั้นความช่วยเหลือต่าง ๆ จนมาถึงอุตสาหกรรมนี้น้อยมาก ไม่เพียงพอกับความต้องการของอุตสาหกรรม

หน่วยงานที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลอุตสาหกรรมโดยตรง เช่น สถาบันพัฒนา

อุตสาหกรรมสิ่งทอมีสถานะเป็นเพียงสถาบันอิสระซึ่งขึ้นอยู่กับกระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับงบประมาณในการช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงห้าปี หลังจากพ้นระยะเวลาที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนสถาบัน ๆ ต้องหารายได้มาใช้หมุนเวียนในการปฏิบัติงานของตนเอง ณ เวลานั้นคงจะไม่สามารถทำงานในเชิงวิจัยและพัฒนาให้แก่อุตสาหกรรมได้

มาตรการต่าง ๆ ที่ได้ยกมากล่าวดังต่อไปนี้เป็นมาตรการที่ดี แต่หน่วยงานที่ปฏิบัติ ยังไม่มีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะผลักดันให้เกิดผลในการพัฒนา จึงเสนอให้ภาครัฐเร่งสร้างความเข้มแข็งให้แก่หน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลการปฏิบัติตามมาตรการในแต่ละส่วน มาตรการเหล่านี้ได้แก่

การสนับสนุนภาคเอกชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ปัจจุบันมีหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินการอยู่คือกระทรวงอุตสาหกรรมซึ่งดำเนินงานตามแผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยการสร้างระบบการตอบสนองคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างรวดเร็ว Quick Response การสร้างระบบการเชื่อมโยงตลอดสายการผลิต Business Chain Management และการศึกษาความสามารถของอุตสาหกรรมเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง Benchmarking เป็นต้น

การส่งเสริมการส่งออก และการตลาดระหว่างประเทศ ทั้งในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย ปัจจุบันมีหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินการอยู่คือศูนย์คอมพิวเตอร์กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์ข้อมูล สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ดำเนินการในเรื่องการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาด และกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินการในเรื่องการโฆษณาและส่งเสริมการขาย เช่นการร่วมจัดงานนิทรรศการเพื่อนำสินค้าไปแสดงยังต่างประเทศ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ดำเนินการในเรื่องเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของไทยในประเทศที่สำนักงานพาณิชย์แห่งนั้นตั้งอยู่

การสนับสนุนทางด้านแหล่งเงินทุน มาตรการด้านภาษี การสนับสนุนทางการเงินอื่น เช่น การจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ปัจจุบันดำเนินการโดยกระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าจากโครงการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร ในวงเงิน 25,000 ล้านบาท เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องจักรใหม่สามารถกู้เงินได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าตลาด

การดูแลโครงสร้างภาษีให้เท่าเทียมกับคู่แข่งขั้นเพื่อให้มีต้นทุนที่ไม่สูงกว่าคู่แข่ง ทำให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด การยกเว้นภาษีขาออก การเก็บภาษีขาเข้าของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตในอัตราต่ำ และการสนับสนุนทางการเงินอื่น ปัจจุบันดำเนินการร่วมกันอยู่หลายหน่วยงาน คือ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม และคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ยุทธศาสตร์ที่ใช้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน Quick Response

Quick Response คือกระบวนการในการลดระยะเวลาในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า เป็นยุทธศาสตร์การแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับเวลา ซึ่งต้องการความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดของผู้ผลิตตลอดเส้นทางของสายผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการตลอดสาย การนำ Quick Response มาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย รวมทั้งเกิดการปรับปรุงการปฏิบัติงานของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ระบบนี้เริ่มจากการนำเทคโนโลยีใหม่ทางด้านสารสนเทศมาประยุกต์ใช้บนมาตรฐานเดียวกัน เพื่อส่งผลให้เกิดการปรับปรุงการไหลของข่าวสารข้อมูลตามสายผลิตภัณฑ์ และใช้ข่าวสารข้อมูลร่วมกัน เช่นผู้ค้าปลีกสามารถได้รับข้อมูลสินค้าในสต็อกของผู้ผลิต ขณะเดียวกันผู้ผลิตก็จะทราบถึงความต้องการในตลาดที่ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกมีอยู่ ซึ่งเป็นผลประโยชน์ของการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด ขณะเดียวกัน Supplier ก็สามารถรู้ความต้องการวัตถุดิบของผู้ผลิต ผู้ผลิตก็สามารถรู้จำนวนวัตถุดิบที่มีอยู่ในสต็อกของ Supplier ทำให้ทุกฝ่ายสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว

การเป็นพันธมิตรทางแนวตั้ง Vertical Alliance แบบนี้เหมาะสมกับรูปแบบขององค์กรในสถานะตลาดเช่นนี้ เพื่อที่จะให้บรรลุตามเป้าหมายของ Quick Response เนื่องจากเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส จึงทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินงานของผู้ประกอบการแต่ละฝ่ายมากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้การเป็นพันธมิตรทางแนวตั้งยังทำให้กระบวนการเรียนรู้เป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น จึงส่งเสริมให้บริษัทสามารถให้ข้อมูลตอบกลับต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ อีกทั้งบริษัทต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตรทางแนวตั้ง จะปฏิบัติเสมือนว่าเป็นหน่วยงานยุทธศาสตร์หน่วยเดียวกัน

ความร่วมมือของบริษัทต่าง ๆ ตลอดเส้นทางของสายผลิตภัณฑ์ supply chain เป็นความต้องการที่สำคัญในยุทธศาสตร์ Quick Response เราสามารถใช้ความร่วมมือกันเพื่อลดความไม่แน่นอน และเพื่อความเข้าใจกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่บรรยากาศของการเป็นหุ้นส่วนกัน (Bensaou & Venkatraman, 1997)

องค์ประกอบขั้นพื้นฐานที่จะทำให้บริษัทต่าง ๆ มีความร่วมมือกัน ได้แก่ การลดต้นทุน ความต่อเนื่องของอุตสาหกรรม ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และ เป้าหมายที่ตรงกัน โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นตัวกลาง เกิดความร่วมมือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้เป็นการเพิ่มความสามารถและคุณภาพของกระบวนการข่าวสารข้อมูลในระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

บทสรุปงานวิจัย

จากผลการศึกษาปรากฏว่าตัวแปรทั้งแปดชนิดที่ใช้ในการศึกษาซึ่งจำแนกออกเป็น ตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายในจำนวนห้าชนิด (ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ ความสามารถของธุรกิจ ลักษณะการจัดการ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด) ตัวแปรที่เป็นปัจจัย ภายนอกจำนวนสามชนิด (ลักษณะของอุตสาหกรรม ลักษณะของตลาด และความช่วยเหลือจาก ภาครัฐ)

ในปัจจุบันปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาคือปัจจัย ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ ความสามารถของธุรกิจ ลักษณะของตลาด และความช่วยเหลือจาก ภาครัฐ ซึ่งถ้าต้องการที่จะพัฒนาความสามารถในการส่งออกให้แก่ผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแล้วจะต้องพัฒนาปัจจัยทั้งสี่นี้โดยตรง จึงจะสามารถเพิ่ม ความสามารถในการส่งออกให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มใน ปัจจุบัน