

บทที่ 2

วรรณกรรมปริทัศน์ (Review of Literature)

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเทศไทย

เป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 198,456 ตารางไมล์ มีเมืองหลวง คือ กรุงเทพมหานคร เมืองที่สำคัญคือ เชียงใหม่ สงขลา หาดใหญ่ ขอนแก่น มีระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ตำแหน่งผู้นำประเทศคือนายกรัฐมนตรี โดยมี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ ภาษาที่ใช้เป็นภาษาประจำชาติคือภาษาไทย นอกจากนั้นภาษาที่นิยมใช้กันในประเทศไทยคือ ภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน หน่วยเงินตราที่ใช้คือบาท

คาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2543 – 2547

จากการคาดคะเนของ Economist Intelligence Unit (EIU) คาดว่าในปี 2543 ไทยจะมีการเติบโตร้อยละ 6.3 ในปี 2544 – 2545 การเติบโตทางเศรษฐกิจจะลดลงเหลือ 5.0 และ 4.8 ตามลำดับ ต่อจากนั้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีการเจริญเติบโตร้อยละ 5.2 และ 5.6 ตามลำดับ ส่วนทางด้านเงินเฟ้อ EIU คาดว่าปี 2543 – 2547 ไทยจะมีเงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 2.4 3.8 3.4 3.7 และ 3.8 ตามลำดับ

สินค้าส่งออกสำคัญของไทย

สินค้าส่งออกอันดับแรกของไทยประกอบไปด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา เสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสินค้าส่งออกอันดับ 5 อัญมณี และ เครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง เม็ดพลาสติก เครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เรียงตามลำดับ (ตารางที่ 2) สินค้าออกสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย ปี 2542 - 2546

อุตสาหกรรมสิ่งทอจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศเป็นอันดับแรก ๆ มูลค่าการส่งออกในปี 2545 ทั้งหมดคิดเป็นเงิน 5,152.40 ล้านบาท สหรัฐ โดยมีสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือประเทศญี่ปุ่น อังกฤษ ฮองกง และเยอรมนี (ตารางที่ 3 สถิติการส่งออกสินค้าสิ่งทอของไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2542 – 2546)

นอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศแล้ว
ยังเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มอย่างมาก เนื่องจากผลต่างระหว่างยอดขายส่งออกที่สร้างรายได้เข้า
ประเทศมีมากกว่ายอดขายนำเข้าเสียเอง ผ้าผืนหรือเสื้อผ้าสำเร็จรูปเข้ามาจากต่างประเทศ เมื่อเทียบกับ
กับอุตสาหกรรมที่มีระดับเทคโนโลยีสูงเช่นอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ซึ่งมี
มูลค่าเพิ่มน้อย เพราะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเกือบทั้งหมดเป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ

ตารางที่ 3 สินค้าออกสำคัญ 20 อันดับแรกของไทยปี 2542-2546 (มกราคม – มีนาคม)

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว : ร้อยละ					สัดส่วน : ร้อยละ				
	2542	2543	2544	2545	2546	2542	2543	2544	2545	2546	2542	2543	2544	2545	2546
	(ม.ค.-มี.ค.)					(ม.ค.-มี.ค.)					(ม.ค.-มี.ค.)				
1 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	307,328.3	348,118.1	351,797.8	320,570.9	77,755.4	-4.7	13.3	1.1	-8.9	-5.0	13.9	12.6	12.2	10.8	12.1
2 แผงวงจรไฟฟ้า	111,767.4	179,302.1	154,879.5	148,065.0	40,097.0	19.1	60.4	-13.6	-4.4	21.5	5.0	6.5	5.4	5.0	4.9
3 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	71,998.0	96,520.0	117,613.8	125,270.9	38,398.2	43.0	34.1	21.9	6.5	38.2	3.3	3.5	4.1	4.2	4.1
4 ยางพารา	43,941.7	60,712.0	58,708.0	74,604.1	33,085.5	-20.7	38.2	-3.3	27.1	127.6	2.0	2.2	2.0	2.5	2.2
5 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	110,268.2	124,212.4	129,128.9	116,698.6	28,039.7	-10.3	12.6	4.0	-9.6	10.2	5.0	4.5	4.5	3.9	3.8
6 ยัญมนีและเครื่องประดับ	67,479.3	69,396.9	81,312.2	93,090.6	27,632.7	-12.3	2.8	17.2	14.5	33.6	3.0	2.5	2.8	3.1	3.1
7 ยางพาราและยางแผ่นแปะรูป	76,438.7	82,840.1	89,378.8	86,494.0	21,825.8	-1.3	8.4	7.9	-3.2	23.1	3.5	3.0	3.1	2.9	2.6
8 เม็ดพลาสติก	46,025.8	73,973.2	71,428.7	77,081.2	20,769.7	12.8	60.7	-3.4	7.9	27.2	2.1	2.7	2.5	2.6	2.4
9 เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	51,203.8	77,968.8	74,911.4	90,065.9	19,727.3	-14.4	52.3	-3.9	20.2	1.9	2.3	2.8	2.6	3.0	2.9
10 เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	33,663.8	42,228.6	51,151.4	47,913.8	17,948.5	3.8	25.4	21.1	-6.3	28.8	1.5	1.5	1.8	1.6	2.1
11 เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	36,196.2	55,318.1	48,300.8	54,969.0	17,822.7	-3.0	52.8	-12.7	13.8	60.5	1.6	2.0	1.7	1.9	1.6
12 เคมีภัณฑ์	34,514.0	49,427.2	44,875.4	51,246.0	16,924.4	23.0	43.2	-9.2	14.2	65.9	1.6	1.8	1.6	1.7	1.5
13 อุปกรณ์กึ่งตัวนำทรานซิสเตอร์และไดโอด	28,893.4	40,531.0	39,255.5	62,332.7	15,744.6	-0.6	40.3	-3.1	58.8	15.1	1.3	1.5	1.4	2.1	2.0
14 ข้าว	73,812.1	65,556.6	70,095.2	70,005.5	15,598.6	-15.0	-11.2	6.9	-0.1	-0.2	3.3	2.4	2.4	2.4	2.3
15 ผลิตภัณฑ์ยาง	33,109.5	42,022.3	48,485.4	54,410.1	15,393.8	-7.1	26.9	15.4	12.2	24.3	1.5	1.5	1.7	1.8	1.8
16 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	23,199.7	31,907.9	38,143.1	40,294.4	12,616.8	-25.1	37.5	19.5	5.6	42.9	1.0	1.2	1.3	1.4	1.3
17 น้ำมันสำเร็จรูป	24,843.7	52,787.9	50,832.7	44,893.9	12,083.5	13.7	112.5	-3.7	-11.7	47.8	1.1	1.9	1.8	1.5	1.2
18 ผลิตภัณฑ์พลาสติก	28,720.9	35,439.8	38,052.1	43,669.1	11,519.6	-1.7	23.4	7.4	14.8	19.5	1.3	1.3	1.3	1.5	1.4
19 เพอร์นิเซอร์และชิ้นส่วน	30,144.9	36,605.6	38,445.9	41,255.4	11,225.1	16.1	21.4	5.0	7.3	14.5	1.4	1.3	1.3	1.4	1.5
20 เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ	20,624.2	36,093.9	38,668.4	41,671.8	10,178.8	-12.3	75.0	7.1	7.8	-1.3	0.9	1.3	1.3	1.4	1.5
รวมส่งออก 20 รายการ	1,254,173.5	1,600,962.4	1,635,464.8	1,684,602.7	464,387.4	-2.1	27.7	2.2	3.0	22.1	56.6	57.8	56.7	57.0	56.4
รวมส่งออกทั้งสิ้น	960,075.2	1,167,102.4	1,249,237.9	1,271,113.5	340,508.8	-0.7	21.6	7.0	1.8	15.6	43.4	42.2	43.3	43.0	43.6
รวมส่งออกทั้งสิ้น	2,214,248.7	2,768,064.8	2,884,702.7	2,955,716.2	804,896.2	-1.5	25.0	4.2	2.5	19.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 4 สถิติการส่งออกสินค้าถึงทอของไทย ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2542 – 2546 (มีนาคม)

มูลค่า หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ประเภท	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2546
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
3.1 สิ่งทอ	5,116.7	5,585.8	5,264.6	5,152.4	1,140.3	1,279.9
3.1.1 เครื่องนุ่งห่ม	3,102.5	3,369.3	3,160.2	2,981.7	638.3	722.0
(1) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	2,915.6	3,152.7	2,914.7	2,774.7	572.1	655.5
(1.1) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์	1,355.0	1,401.1	1,109.6	1,241.1	28.0	24.4
(1.2) เครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	574.0	602.7	760.9	558.9	122.3	131.0
(1.3) เครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยธรรมชาติ	687.7	723.9	1,111.1	1,071.7	185.7	196.5
(1.4) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยธรรมชาติ	1,113.4	1,315.5	1,358.5	882.7	73.3	100.6
(1.5) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	240.5	209.7	418.0	424.1	102.1	177.0
(1.6) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	245.2	278.2	392.4	336.9	77.4	68.6
(2) เครื่องนุ่งห่มเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	115.3	116.2	175.5	190.0	11.1	50.2
(3) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	51.5	52.0	52.1	56.1	11.3	18.3
(4) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	19.6	11.5	15.3	11.5	2.8	5.4
3.1.2 ผ้าผืนและผ้า	1,286.7	1,384.4	1,271.6	1,270.4	288.8	315.9
(1) ผ้าผืน	888.8	940.5	833.1	804.6	183.5	198.5
(1.1) ผ้าผืนใยสังเคราะห์	301.4	336.7	296.4	285.8	74.0	75.5
(1.2) ผ้าผืนใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	580.7	575.7	524.3	456.1	109.3	113.0
(1.3) ผ้าผืนใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	13.5	15.3	18.0	12.0	3.8	16.4
(1.4) ผ้าผืนใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	23.2	22.4	21.9	34.8	3.4	31.2
(2) ผ้าผืนใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	397.9	443.9	438.6	465.8	105.3	117.4
(2.1) ผ้าผืนใยสังเคราะห์	311.9	322.0	341.1	323.9	11.2	25.1
(2.2) ผ้าผืนใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	86.0	121.9	97.5	141.9	94.1	92.3
3.1.3 เศษสิ่งทอ	131.4	151.1	149.5	152.7	37.9	37.2
3.1.3.1 เศษเครื่องนุ่งห่ม	198.3	249.2	241.1	247.6	59.0	65.6
3.1.3.1.1 เศษเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์	74.7	83.2	92.0	94.5	19.3	21.2
3.1.3.1.2 เศษเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	49.6	51.7	53.9	52.3	13.0	12.4
3.1.3.1.3 เศษเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	5.9	5.6	7.1	6.5	1.7	2.0
3.1.3.1.4 เศษเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	21.6	31.7	34.3	32.7	6.6	6.6
3.1.3.1.5 เศษเครื่องนุ่งห่มใยสังเคราะห์ใยสังเคราะห์	246.1	259.5	271.2	313.9	76.6	59.9

ตารางที่ 5 สถิติการนำเข้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยปี 2538 - 2546 (พ.ค.)

Code	ITEM	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546 (ม.ค.-พ.ค.)
207030200	เครื่องจักรสิ่งทอ	603.8	454.9	400.2	201.7	246	417.7	443.2	474.7	183.2
307000000	ผ้าผืน ผ้าและเส้นใย	2,123.60	2,016.70	1,675.30	1,524.00	1,626.50	2,008.40	1,903.30	1,902.10	823.1
307010000	เส้นใยใช้ในการทอ	828.5	847.2	627.6	552.6	505	603.2	606.4	585.2	284
307020000	ผ้าทอผ้าและผ้าเส้นเล็ก	320.5	283.7	262.6	251.2	295.6	406.8	377.4	374.5	149.9
307030000	ผ้าผืน	974.5	885.9	785.1	720.2	826	998.4	919.6	942.4	389.1
408000000	เสื้อผ้า รองเท้า และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ	377.9	378.2	411.1	301	340.4	419.7	408.4	422.1	191.8
408010000	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	56.3	74.8	109.8	67.6	81.4	115.7	122.1	119.6	47.4
408050000	ผ้าทอที่อบหรือหุ้มด้วยพลาสติก	49.1	46.4	44.8	43.5	53.9	55.9	47.7	37.1	17.5
408060000	ผ้าใยขัด	30.7	26.3	26.6	21.1	24.8	32.8	39.6	40.7	19.8
408080000	ผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ	107.6	111.9	105.5	75.5	93.2	113.1	110.7	124.5	58.7
	รวม	3348.9	3109.3	2773.3	2234.4	2466.3	3163.3	3075.1	3120.8	1341.4

ภาพรวมของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ประกอบไปด้วย :

1. อุตสาหกรรมต้นน้ำ ซึ่งได้แก่อุตสาหกรรมเส้นใย

1.1 อุตสาหกรรมเส้นใยธรรมชาติ เป็นการเก็บรวบรวมเส้นใยที่ได้มาจากวัสดุที่มาจากธรรมชาติ เราจะเรียกว่าเส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ไหม และเส้นใยจากพืชชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

1.2 อุตสาหกรรมเส้นใยประดิษฐ์ คืออุตสาหกรรมที่ดำเนินกระบวนการผลิตเส้นใยที่ได้มาจากการนำเอาสาร Polymer ในกระบวนการปิโตรเคมีมาทำการสังเคราะห์เราเรียกว่าเส้นใยประดิษฐ์ ซึ่งอุตสาหกรรมเส้นใยประดิษฐ์นี้จัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนเข้มข้น (Capital Intensive) มากที่สุดในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ใช้พลังงานเป็นจำนวนมาก ใช้เทคโนโลยีระดับสูง จึงมีจำนวนผู้ผลิตน้อยราย

2. อุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่ในการแปลงสภาพเส้นใยให้เป็นผ้าผืน ได้แก่ อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมถัก ทอ ฟอกย้อม พิมพ์และตกแต่งสำเร็จ

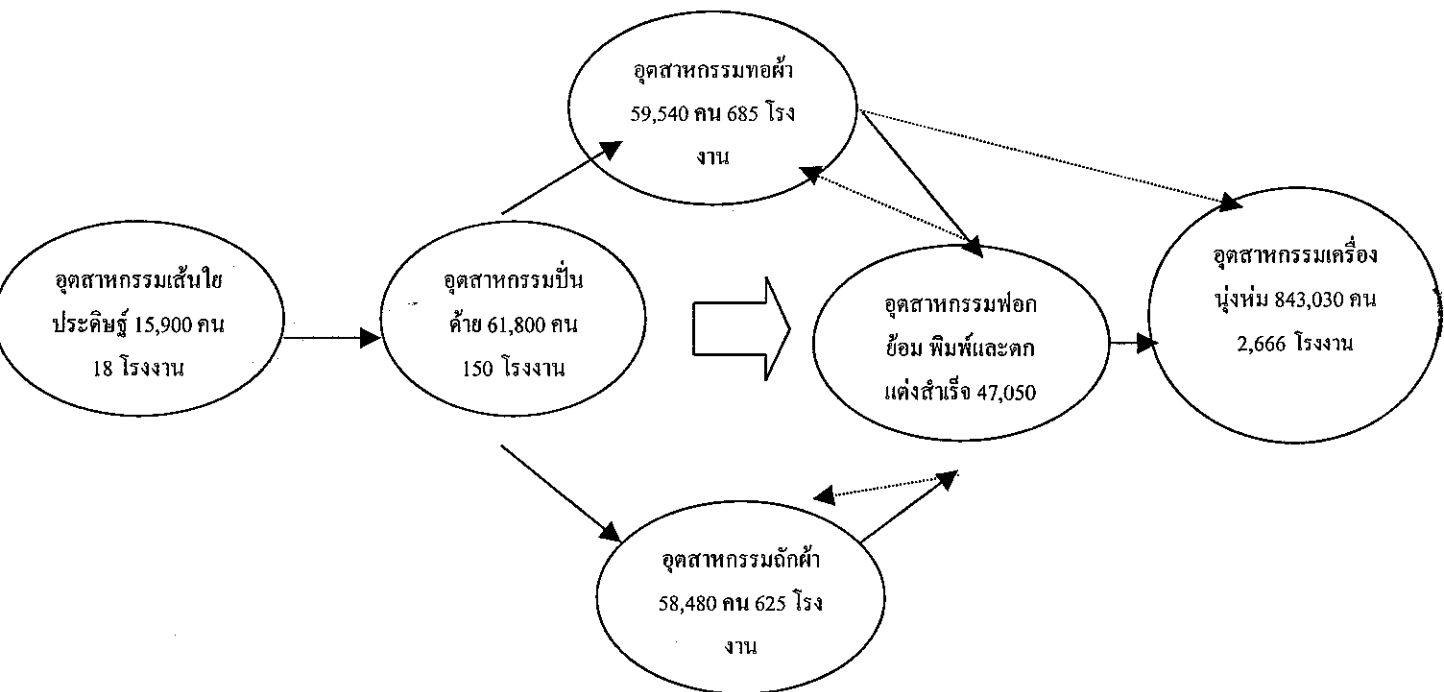
2.1 อุตสาหกรรมปั่นด้าย คือ อุตสาหกรรมที่ดำเนินกระบวนการนำเส้นใยทั้งจากธรรมชาติหรือจากการสังเคราะห์มาปั่นเป็นเส้นด้ายในขนาดต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนและเครื่องจักรค่อนข้างหนาแน่น ใช้แรงงานในกระบวนการผลิตน้อย โครงสร้างของอุตสาหกรรมประกอบไปด้วยโรงงานขนาดใหญ่

2.2 อุตสาหกรรมทอและถักผ้า มีจำนวนโรงงานจำนวนมากกว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำ มีระดับเทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือเทคโนโลยีที่ใช้ทุนมาก Capital Intensive เป็นกลุ่มที่ใช้เครื่องทอชนิดไร้กระสวย Shuttleless ซึ่งมีความเร็วสูง สามารถผลิตผ้าหน้ากว้างมีค่านี้อยู่ โรงงานที่ใช้เครื่องจักรประเภทนี้จะมีการผลิตขนาดใหญ่ Mass Production ซึ่งมีความสามารถในการผลิตรวมกันมากกว่า 60 % ของอุตสาหกรรม ส่วนเทคโนโลยีอีกชนิดหนึ่งนั้นคือเทคโนโลยีเดิมที่ใช้เครื่องจักรทอผ้าชนิดมีกระสวยซึ่งเครื่องจักรมีราคาต่ำ ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก มีโรงงานจำนวนมาก ใช้แรงงานจำนวนมาก การแข่งขันสูงในโรงงานประเภทนี้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2542)

2.3 อุตสาหกรรม Non Woven มีจำนวนโรงงานน้อยราย ผลิตสินค้าประเภทผ้าที่ไม่ได้เกิดจากการทอ นิยมนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์สะดวกใช้หรือใช้ครั้งเดียวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นไปทางเทคโนโลยี จัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนเข้มข้น (Capital Intensive) มีจำนวนโรงงานน้อยราย

3. อุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่ในการแปลงสภาพผ้าผืนให้เป็นของใช้สำหรับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ได้แก่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ภายในบ้าน และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำจากผ้าและสิ่งทอ

3.1 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตค่อนข้างเรียบง่าย ขนาดของโรงงาน และจำนวนจักรที่ใช้ในการผลิตไม่ได้เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันมากนัก เพราะสามารถใช้ทักษะในการผลิตเข้ามาช่วยได้ โรงงานเครื่องนุ่งห่มจะมีขนาดที่แตกต่างกันมาก แบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ และกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก Labor Intensive



(อุตสาหกรรมต้นน้ำ) ← | (อุตสาหกรรมกลางน้ำ) → | (อุตสาหกรรมปลายน้ำ)

ภาพที่ 1 จำนวนแรงงานทั้งหมดในระบบอุตสาหกรรมสิ่งทอ รวม 1,085,800 คน จาก 4,554 จากโรงงาน แบ่งแยกรายละเอียดให้เห็นในแต่ละส่วน (วีระศักดิ์ อุดมกิจเดชา, 2544)

สภาวะการณ์สำคัญที่เปลี่ยนแปลงของการค้าถึงทอลโลก

1. การค้าถึงทอลโลกจะเป็นไปโดยเสรี ยกเลิกการควบคุมนำเข้าทั้งหมดในปี 2548 จะมีการแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น การส่งออกแข่งขันกันที่ระดับราคาและคุณภาพ

2. การเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน หากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว จีนจะต้องยกเลิกการอุดหนุนการผลิตสินค้าถึงทอลของจีนทั้งหมด ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนการผลิตของจีนต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอื่น

3. ผู้นำเข้าเปลี่ยนแนวการทำธุรกิจรูปแบบการสั่งซื้อเป็นระบบ Supply Chain โดยผู้นำเข้าจะเลือกผู้ส่งออกที่สามารถปรับตัวเข้ากับระบบได้ ตัดคนกลางลงและใช้เครื่องมือสารสนเทศในการติดต่อเพื่อให้การส่งมอบสินค้าให้ได้สั้นที่สุด และลดปริมาณสำรองสต็อกสินค้าลง

ประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มกำหนดมาตรการกีดกันการนำเข้ามากขึ้น ได้แก่

1. การกำหนดกฎเกณฑ์ว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ของประเทศผู้นำเข้าซึ่งมีผลต่อการใช้โควต้าภายใต้ข้อตกลงถึงทอลและเครื่องนุ่งห่มขององค์การการค้าโลก (ATC) โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงกฎแหล่งกำเนิดสินค้าถึงทอลใหม่เป็นผลให้สินค้าของไทยเดิมมิได้อยู่ภายใต้โควต้าจะต้องถูกตัดโควต่านำเข้า

2. มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการกีดกันการนำเข้า ปัจจุบันประเทศผู้นำเข้า โดยเฉพาะสหภาพยุโรปได้นำมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และสุขอนามัย เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคของตนมาใช้ในการนำเข้าถึงทอลมากขึ้น

3. มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนของประเทศผู้นำเข้า โดยเฉพาะสินค้าที่มีการควบคุมนำเข้าอยู่แล้ว ถือเป็นการใช้มาตรการซ้ำซ้อนและก่อกวนทางการค้า

4. มาตรการด้านแรงงานและสถานะความเป็นอยู่ของแรงงานในโรงงาน ปัจจุบันประเทศผู้นำเข้าส่วนใหญ่ใช้เงื่อนไขการกำหนดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม สุขอนามัย ความเป็นอยู่ของแรงงาน มาตรฐานแรงงานในการสั่งซื้อสินค้า ถ้าหากไม่มีคุณสมบัติดังกล่าวจะไม่สั่งซื้อ อาทิ การกำหนดมาตรฐานแรงงาน SA8000 (Social Accountability 8000) ของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การรวมกลุ่มของประเทศผู้นำเข้าที่ค้าขายกันเองมากขึ้น โดยให้สิทธิพิเศษของกลุ่มประเทศตน เช่น สหภาพยุโรปยกเว้นโควต้าและลดหย่อนภาษีให้กับประเทศตุรกี และกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกที่เตรียมตัวเข้าเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปและนโยบาย Outward processing (OPT) ซึ่งประเทศที่มีอาณาเขตใกล้เคียง เช่น ยุโรปตะวันออก ได้รับประโยชน์เต็มที่

และกรณีของสหรัฐอเมริกาที่ใช้มาตรการกับประเทศคาลิบเบียน และกลุ่ม NAFTA และมาตรการให้สิทธิพิเศษกับประเทศอเมริกาใต้ และแอฟริกา เป็นต้น

การค้าระหว่างไทยกับสหรัฐ

มูลค่าการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศไทยในปี 2543 มีมูลค่ารวม 23,031.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เทียบกับ 19,314.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ของปี 2542 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.25 แบ่งออกเป็นการส่งออก 6,642.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การนำเข้า 16,389.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศสหรัฐอเมริกาขาดดุลการค้าไทยในปี 2543 เป็นมูลค่า 9,746.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (World Trade Atlas-U.S.A., 2000)

ข้อมูลระบบเศรษฐกิจ การค้า/การตลาด กฎระเบียบการนำเข้าสิ่งทอในประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเภทสินค้าที่นำเข้า : เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าผืน

การผลิตและการบริโภค

ปัจจุบันบริษัทเสื้อผ้าสำเร็จรูปในสหรัฐฯแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. บริษัทที่เป็นโรงงานผลิต ทำการผลิตครบวงจรคือ ออกแบบ ตัดเย็บจนสำเร็จ ออกมาเป็นสินค้าสมบูรณ์ หรือบางที่จะกระทำโดยการจ้างบริษัทในข้อ 2 และข้อ 3 อีกทีหนึ่ง
2. บริษัทที่เป็นผู้จ้าง "Jobber" ทำการออกแบบสินค้าของตนเอง จัดหาผ้า เครื่องตกแต่ง และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ และจัดการด้านการจำหน่ายสินค้าเมื่อทำการผลิตเสร็จแล้ว ส่วนการผลิต (เย็บ) กระทำโดยการจ้าง contractors ยกเว้นการตัด (cut) ซึ่งบริษัทจะกระทำเอง
3. บริษัทที่เป็นผู้รับจ้าง contractor จะเป็นผู้ทำการผลิตจนออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น เย็บ ทำ finishing และอื่น ๆ เป็นต้น แต่จะไม่ตัด (cut) ปัจจุบันการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปภายในประเทศสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะของการจ้าง sub contract ต่อกันเป็นลูกโซ่จากบริษัทขนาดใหญ่ไปจนถึงบริษัทเล็ก ๆ หลายรายมีลักษณะการค้าเน้น กิจการที่ไม่ถูกต้องตาม กฎหมาย ที่เรียกกันว่า "underground operation" บริษัทเล็ก ๆ เหล่านี้จะทำการเย็บส่งให้แก่บริษัทผลิตเสื้อผ้ารายใหญ่ บางบริษัทที่มีกำลังพอก็จะทำการผลิตสินค้าของตนเองป้อนตลาดระดับล่างในประเทศ ไปพร้อม ๆ กัน

แหล่งผลิตภายในประเทศที่สำคัญส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคตะวันตกของสหรัฐอเมริกา จากสถิติการจ้างงานในอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าของสหรัฐอเมริกาที่จัดทำโดย U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis ในปี 2539 รัฐทางฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา มีจำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ประมาณร้อยละ 20 รองลงมาได้แก่เขต

South Atlantic ประมาณร้อยละ 19.4 เขต Mid Atlantic ประมาณร้อยละ 18.6 และเขต South Central ประมาณร้อยละ 17.5 (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

การผลิตในต่างประเทศของบริษัทเสื้อผ้าสหรัฐฯกระทำได้หลาย ๆ ลักษณะดังนี้คือ

1. การตั้งโรงงานผลิตของตนเอง
2. จัดตั้งตัวแทนสำหรับติดต่อกับโรงงานในต่างประเทศ
3. ติดต่อกำรธุรกิจ โดยตรงกับเจ้าของโรงงานในต่างประเทศ

โดยปกติแล้วบริษัทผู้ผลิตสหรัฐอเมริกา จะใช้วิธีการข้างต้นทั้งหมดพร้อม ๆ กันไป และในขณะเดียวกันก็ใช้แหล่งผลิตอื่น ๆ ภายในประเทศด้วย ทั้งนี้โดยพิจารณาจากเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ

1. เสื้อผ้าที่มีการตัดเย็บก่อนข้างยู่ยากจะกระทำในประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
2. เสื้อผ้าที่ตัดเย็บง่ายจะกระทำในประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่มีค่าแรงถูกกว่าประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
3. เสื้อผ้าที่ต้องการแรงคว่นให้ทันกับแฟชั่นหรือความต้องการของร้านค้าปลีกจะผลิตภายในประเทศ หรือประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง

โรงงานผู้ผลิตใหญ่ ๆ ได้แผ่ขยายกิจการเข้าไปในตลาดค้าปลีกเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันผู้ค้าปลีกหลายรายก็ได้ปฏิบัติการเสมือนเป็น contractors ด้วยตนเอง เพื่อตัดพ่อค้าคนกลางออกไป

การรวมกิจการเข้าด้วยกันด้วยกลวิธีต่างๆทำให้จำนวนโรงงานหรือบริษัทขนาดเล็ก ลดลงและมีจำนวนโรงงานผลิตหรือบริษัทผู้ค้าปลีกรายใหญ่ๆเพิ่มมากขึ้น มีประมาณการว่า 2 ใน 3 ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปัจจุบันทำการขายปลีกโดยผ่านกลุ่มผู้ค้าปลีกรายใหญ่ๆเพียง 12 ราย เท่านั้น

การแสวงหาแหล่งผลิตจากต่างประเทศ แหล่งกระจายสินค้าในต่างประเทศ การร่วมทุนผลิตกับโรงงานในต่างประเทศ การเข้าซื้อกิจการ โรงงานผลิตในต่างประเทศเหล่านี้เป็นกลยุทธ์การตลาดที่กำลังมีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ

การสร้างยี่ห้อสินค้าที่เป็นของโรงงานผลิตหรือของร้านค้าปลีกออกวางตลาดให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง สินค้าที่มีความสำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ได้แก่สินค้าในกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรีและเด็กผู้หญิงซึ่งในปี 2540 มีส่วนแบ่งตลาดการบริโภคสินค้าสำเร็จรูปประมาณร้อยละ 56 การบริโภค สินค้าเสื้อผ้าบุรุษและเด็กชายมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 36 และการบริโภคเสื้อผ้าเด็กอ่อนมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 8 สินค้าเสื้อผ้าบุรุษและเด็กชายมีมูลค่าการจัดส่งสินค้าจากโรงงานในระหว่างปี 2535-2541 ในระดับปานกลาง และพยากรณ์ว่าจะคงดำเนินอยู่ต่อไปในลักษณะนี้ต่อไปเรื่อย ๆ การผลิตเสื้อผ้าประเภท suits, coats และ shirts ลดลงขณะที่การผลิต trousers และ working clothes เพิ่มขึ้น เสื้อผ้าลำลองเช่น golf wear โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งที่เป็นเสื้อผ้าถักและผ้าทอมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ขณะที่การผลิต shorts, sweatshirts และ jeans ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเช่นเดียวกับ underwear ที่มีการผลิตภายในประเทศ ลดลง การผลิตเสื้อผ้าประเภท sweater อยู่ในระดับคงที่

สำหรับสินค้าเสื้อผ้าสตรี เด็กผู้หญิง และเสื้อผ้าเด็ก เสื้อผ้าสตรีที่เป็น outerwear มีการเติบโตของการผลิตสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของอุตสาหกรรมในปี 2540 ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการแต่งกายแบบสบาย ๆ ของสตรี สินค้าที่ได้รับความนิยมที่สุดได้แก่ active wear, jeans และ sweaters การผลิตสินค้า underwear สำหรับสตรีและเด็กเล็กมีการเติบโตขึ้นเช่นกัน ยอดขายสินค้าเสื้อผ้าสำหรับเด็กผู้หญิงในระยะหลังนี้มีการเติบโตที่ดีขึ้น

Fabricated Textile Products เป็นสินค้าที่มีการผลิตมากที่สุดในกลุ่มสินค้าสิ่งทอและได้รับผลกระทบจากการนำเข้าที่น้อยที่สุด Fabricated Textile Products ส่วนใหญ่ได้แก่สินค้าที่เป็นสิ่งทอสำหรับผลิตภัณฑ์ภายในครัวเรือน (home furnishing) การเติบโตอย่างเข้มแข็งนี้เป็นผลเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่ดีและการเติบโตอย่างเข้มแข็งของตลาด อสังหาริมทรัพย์ในสหรัฐอเมริกาว่าสินค้าในกลุ่มนี้จะยังคงมีขนาดที่คืออยู่ต่อไป

การผลิตภายในประเทศมีแนวโน้มลดลง ในระหว่างช่วงวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในเอเชีย ได้เกิดการไหลบ่าของสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตในเอเชียเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา ก่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างอุตสาหกรรมการผลิตภายในประเทศสหรัฐอเมริกาและการผลิตจากต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษาระดับราคาให้ต่ำลง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศไว้ บริษัทผู้ผลิตในสหรัฐอเมริกา จึงจำเป็นต้องหากลยุทธ์ในการลดค่าใช้จ่ายในการผลิต กลยุทธ์ที่นำมาใช้มีตั้งแต่การแสวงหาแหล่งผลิตใหม่ ๆ นอกประเทศที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำและคุ้มทุนกว่าที่เป็นอยู่มากยิ่งขึ้น การรวมตัวกันของบริษัทผู้ผลิต หรือแม้กระทั่งการลดค่าใช้จ่ายโดยการปิดโรงงานผลิตในสหรัฐอเมริกา ในขณะที่เดียวกันบริษัทแม่ซึ่งตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกาก็จะทุ่มเทให้กับกิจกรรมด้านการตลาดและการกระจายสินค้ามากยิ่งขึ้น ในระยะที่เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในเอเชียปรากฏการณ์เหล่านี้ได้เกิดขึ้นในระดับที่สูงมากกว่าปกติ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามอย่างมากที่จะหาทางอยู่รอดของบริษัทผู้ผลิตสหรัฐอเมริกา

การย้ายฐานการผลิตไปยังเม็กซิโกและแคริบเบียนเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะยังคงมีฐานผลิตอยู่ในหลายประเทศในเอเชีย แต่การย้ายฐานผลิตไปยังเม็กซิโกและแคริบเบียนมีการเติบโตสูงชันอย่างมาก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากตัวแปรหลายประการเช่น ค่าจ้างแรงงาน สภาพภูมิศาสตร์ที่อยู่ใกล้ทำให้ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า และสิทธิพิเศษทางการค้าที่ได้รับจากการทำสนธิสัญญาทางการค้ากับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้ นอกจากนี้การตั้งฐานการผลิต

ในประเทศเหล่านี้ยังเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยสิ่งทอของสหรัฐฯ ด้วยยกตัวอย่างเช่น ประมาณร้อยละ 80 ของเสื้อผ้าที่ผลิตในเม็กซิโกใช้เส้นค้ายและผ้าฝ้ายที่ผลิตจากสหรัฐอเมริกา

เนื่องจากประมาณร้อยละ 75 ของเส้นใยที่สหรัฐอเมริกาผลิตขึ้นในประเทศถูกนำไปใช้ในการผลิตสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยบริษัทผู้ผลิตของสหรัฐอเมริกา ดังนั้น the American Textile Manufacturers Institute จึงเป็นผู้นำสำคัญในการรณรงค์ให้รัฐสภาสหรัฐอเมริกาขยายสนธิสัญญา NAFTA ให้ครอบคลุมถึงกลุ่มประเทศแคริบเบียนด้วย เพื่อให้ผู้ผลิตในกลุ่มประเทศดังกล่าวที่ใช้วัตถุดิบจากสหรัฐอเมริกาสามารถส่ง สินค้าเข้าสหรัฐอเมริกาได้โดยได้รับสิทธิพิเศษเช่นเดียวกับเม็กซิโก

การนำเข้า

แหล่งนำเข้าที่สำคัญสำหรับสินค้าหมวดเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เม็กซิโก ฮองกง จีน ฮอนดูรัส ใต้หวัน และเกาหลีใต้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญซึ่งได้เปรียบด้านเทคโนโลยีการผลิต ได้แก่ แคนาดา ฮองกง อิตาลี อิสราเอล และใต้หวัน ประเทศคู่แข่งที่สำคัญซึ่งได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ถูกลง ได้แก่ จีน อินเดีย ปากีสถาน ศรีลังกา และฟิลิปปินส์ ประเทศคู่แข่งที่ได้เปรียบด้านสหรัฐอเมริกาให้สิทธิพิเศษทางการค้าหรือสนธิสัญญาทางการค้า ได้แก่ แคนาดา เม็กซิโก ฮอนดูรัส เอลซัลวาดอร์ และโดมินีกันรีพับลิก

การนำเข้าจากประเทศไทย นิยมนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น สูทสตรี เสื้อถัก แบบเสวตเตอร์ หรือ เสื้อกั๊ก เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเด็กเล็ก

การส่งออก

โดยปกติแล้วอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกาไม่ใช่ สินค้าส่งออกหลักของสหรัฐอเมริกาแต่ในระยะหลังนี้สหรัฐอเมริกา ได้หันเหความสนใจไปยังตลาดในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ในปี 1997 การส่งออกคิดเป็นประมาณร้อยละ 12 ของผลผลิตรวมทั้งสิ้นจากโรงงานผลิต เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7 ในปี 1992 มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าตัดเย็บสำเร็จรูปแล้วและการส่งออกชิ้นส่วนเพื่อไปประกอบนอกประเทศก่อนส่งกลับเข้าสหรัฐอเมริกา ในปี 2540 (สถิติจากการจัดระบบสินค้าตามรหัสมาตรฐานสินค้าสหรัฐฯ -SIC) ประมาณ 7.8 พันล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 16 การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและที่เป็นชิ้นส่วนเพื่อนำไปประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูปไปยังกลุ่มประเทศ NAFTA และกลุ่มประเทศแคริบเบียนคิดเป็นส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งสิ้น ขณะที่ คานาดา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป เป็นตลาดส่งออกสำคัญของสหรัฐอเมริกา สำหรับสินค้าเสื้อผ้าที่ผลิตสำเร็จรูปเรียบร้อยแล้วแต่อย่างเดียว (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

ส่วนแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งตลาดของการจำหน่ายปลีกในปี 2540 แยกตามประเภทของร้านค้าปลีกได้ ดังนี้

1. ร้านค้าประเภท discount stores (เช่น Dress Barn), off-prices retailers (เช่น Ross)

และ factory outlet คิดเป็นร้อยละ 26

2. ร้านค้าประเภท specialty stores (เช่น Gap, the Limited) ประมาณร้อยละ 22

3. ร้านค้าประเภท department stores คิดเป็นประมาณร้อยละ 21

4. ร้านค้าประเภท chain stores รายใหญ่ ๆ อื่น ๆ คิดเป็นประมาณร้อยละ 14.5

5. การขายตรง (direct mail) และขายผ่านทางแคตตาล็อกประมาณร้อยละ 8

6. การขายโดยวิธีอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 8.5

นับตั้งแต่ต้นปี 2533 เป็นต้นมา ราคาจำหน่ายปลีกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มไปในทางที่มีการเติบโตลดลงเรื่อย ๆ มีพยากรณ์ว่าในระยะอนาคตอันใกล้นี้ การเติบโตเฉลี่ยของราคาจำหน่ายปลีกจะประมาณร้อยละ 1 ต่อปี ทั้งนี้เชื่อว่าการลดลงของราคาจำหน่ายปลีกสืบเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญ 3 ประการคือ

1. การบริหารสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ปัจจุบันร้านค้าจะเก็บสต็อกไว้ในระดับต่ำ และใช้วิธีติดต่อโดยตรงกับโรงงานผู้ผลิตทันทีที่มีความต้องการสินค้าใดเป็นพิเศษ ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายจากการบริหารสต็อกที่ไม่มีประสิทธิภาพ

2. สินค้านำเข้าเข้ามาถือครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากยิ่งขึ้น เกินกว่าครึ่งหนึ่งของสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกาซื้อผลิตในต่างประเทศ การแข่งขันของตลาดนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นไปอย่างรุนแรง ทำให้ระดับราคาสินค้านำเข้าลดลง

3. การรวมตัวกันและการซื้อกิจการก่อให้เกิดร้านจำหน่ายปลีกขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งร้านเหล่านี้มีกำลังซื้อสูงและสามารถต่อรองลดราคาสินค้าจากโรงงานได้ ทำให้สามารถขายสินค้าแก่ผู้บริโภคได้ในราคาถูกลง นอกจากนี้เนื่องจากการแข่งขันสูง ร้านค้าเหล่านี้จึงเต็มใจที่จะลดระดับราคาของตนลงให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้

ปรากฏการณ์สำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมการจำหน่ายปลีกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา ก็คือ จำนวนโรงงานผลิตที่เข้าสู่ตลาดค้าปลีกได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก โรงงานผลิต เช่น Tommy Hilfiger, Liz Claiborne และ Polo Ralph Lauren เป็นต้น ได้เปิดร้านค้าปลีกของตนขึ้นมาเพื่อรองรับสินค้าที่บริษัทผลิตขึ้นมาจำนวนมากเกินไป สินค้าที่ผลิตไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานหรือสินค้าที่เหลือค้างสต็อกเป็นต้น เพื่อไม่ให้ร้านค้าปลีกของบริษัทกลายเป็นคู่แข่งของสินค้าที่บริษัทผลิตวางจำหน่ายโดยปกติตามร้านค้าปลีกทั่ว ๆ ไป ร้านค้าปลีกของโรงงานผลิตเหล่านี้จึงมักตั้งอยู่ในทำเลที่ห่างไกลแหล่งชุมชนออกไปมาก ๆ

สินค้าที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ต้องผลิตสินค้าตามมาตรฐานของสหรัฐอเมริกาทำให้เป็นการผลิตเพื่อตลาดสหรัฐอเมริกาเพียงตลาดเดียวและไม่สามารถส่งไปจำหน่ายในตลาดอื่นได้ ทำให้เกิดต้นทุนต่าง ๆ เช่น ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงสินค้า (Product design or specification) ต้นทุนในการตรวจสอบ (Conformity assessment cost) และต้นทุนเสียเวลาในการนำเข้าสู่สินค้า (Cost of time delay) (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

มาตรการคุ้มครองแรงงาน สหรัฐอเมริกา พยายามผลักดันในประเทศต่าง ๆ คุ้มครองแรงงาน โดยอาศัยกฎหมาย Tariff Act 1930, Section 307 ซึ่งระบุให้สหรัฐอเมริกาห้ามนำเข้าสู่สินค้าที่ผลิตโดยการบังคับ หรือใช้แรงงานเด็ก แต่ยังไม่บังคับใช้อย่างเป็นทางการ และได้มีการจัดตั้ง International Child Labor Enforcement เพื่อหาแนวทางกำหนดสินค้าที่ผลิต โดยใช้แรงงานเด็กในประเทศต่าง ๆ เพื่อห้ามนำเข้าสู่สินค้าดังกล่าวต่อไป และกำหนดมาตรการ Social Accountability 8000 (SA 8000) ซึ่งมีที่มาจากอนุสัญญาข้อตกลงขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization-ILO) และภายใต้ความพยายามผลักดันของ Council on Economic Priority (CEP) เป็นการควบคุมนโยบายการจัดการภายในของกิจการโดยใช้หลักจริยธรรมทางสังคมไม่กดขี่ข่มเหงแรงงาน กิจการต้องดูแลรักษาสุขภาพ ความปลอดภัยของแรงงาน ไม่กดขี่แรงงานเด็ก ให้เสรีภาพในการรวมตัว ไม่แบ่งแยก ทำงานภายในกำหนดเวลา เวลาปกติสัปดาห์ละ 48 ชั่วโมง ทำงานล่วงเวลาไม่เกินสัปดาห์ละ 12 ชั่วโมง และมีวันพัก 1 วัน ในทุก 7 วัน โดยได้รับค่าตอบแทนที่สมเหตุผล กลุ่มผู้ก่อตั้งมาตรฐานจริยธรรมทางสังคมในนิวยอร์กพยายามผลักดันให้มีการประกาศใช้มาตรฐานจริยธรรมทางสังคมซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามั่นใจว่าเขาไม่ได้ซื้อสินค้าที่ผลิตโดยแรงงานที่ถูกใช้งานอย่างไม่เป็นธรรมและผิดกฎหมาย และถ้ามีบริษัทเข้าร่วมโครงการมากพออาจช่วยให้มีการยกระดับเป็นมาตรฐานสากล จะมีการปรับปรุงค่าจ้างหรือสภาพการทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าการปฏิบัติตามสนธิสัญญาระหว่างประเทศ (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

กฎระเบียบต่างๆ

สหรัฐอเมริกามีกฎหมายจำกัดโควตานำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศโดยการออก Textile visa ควบคุมการไหลของสินค้าประเภทนี้ไม่ให้ไหลเข้าสู่สหรัฐอเมริกามากเกินไป และควบคุมการนำเข้าสู่สินค้าในทางที่ผิดกฎหมาย ตามปกติรัฐบาลประเทศผู้ส่งออกเป็นผู้ ออกวีซ่า โดยประทับตราวีซ่าบนใบกำกับสินค้า (Invoice) หรือเอกสารนำเข้าอื่น ๆ สินค้าที่ประทับตราวีซ่าแล้ว อาจไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าหากโควตาการนำเข้าในขณะนั้นเต็มพิกัด จำเป็นต้องรองจนกว่าจะมีการเปิดโควตาว่างใหม่

สหรัฐอเมริกาได้นำระบบการออกวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยมีประเทศในเอเชียที่เข้าร่วม ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ศรีลังกา ใต้หวัน และไทย โดยรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออกเป็นผู้ออกวีซ่า แล้วแจ้งล่วงหน้าไปยังสหรัฐ

อเมริกา ทางอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่าน โปรแกรม ELVIS (Electronic Visa Information System) เมื่อสินค้าถึงท่าเรือเจ้าหน้าที่ศุลกากรสหรัฐอเมริกาจะตรวจสอบอีกครั้งว่ามีวีซ่าสำหรับสินค้าถูกต้องหรือไม่ ซึ่งประเทศไทยได้นำระบบ ELVIS มาใช้เมื่อไม่นานนี้ แต่มีปัญหาในการออกวีซ่าสินค้าที่นำเข้าจากไทย คือ การออกวีซ่าซ้ำซ้อนในการส่งสินค้าคราวเดียวกัน

เอกสารประกอบการนำเข้า ประกอบด้วย Bill of Lading/Airway Bill/Carrier's Certification ที่ระบุชื่อผู้รับ ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านศุลกากร ใบกำกับสินค้า (Invoice) แสดงรายละเอียดสินค้า มูลค่า ชื่อและที่อยู่ของผู้ซื้อและผู้ขาย รวมทั้งเมืองท่าปลายทางที่นำสินค้าเข้า Packing List (ไม่บังคับ แต่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้นำเข้าในการผ่านพิธีการศุลกากร) Certification of Origin (Form A)

การปิดฉลากสินค้า

ต้องมีการปิดฉลากเพื่อแสดงชื่อประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of origin) ผลิตภัณฑ์เส้นใยสิ่งทอทุกประเภทที่นำเข้ามาจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา ต้องมีการแสดงชื่อ (Generic name) ของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเส้นใย โดยระบุตัวเลขสัดส่วนเป็นร้อยละโดยน้ำหนักของส่วนประกอบเส้นใย ถ้าเส้นใยนั้นมีสัดส่วนผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์เกิน 5.0%

กฎหมาย Wool Products Labelling Act 1939 กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ขนสัตว์ (Wool products) ที่มีส่วนผสมของเส้นใยขนสัตว์ (Woollen fibre) จะต้องแสดงเครื่องหมายอย่างชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยกเว้นพรม ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าขนสัตว์ที่มีอายุการผลิตนานเกิน 20 ปี ก่อนที่จะนำเข้าสหรัฐอเมริกา

มาตรฐานสิ่งแวดล้อม

มาตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ ด้านลิขสิทธิ์ U.S. Copyright Act 1976 (United States Code, Title 17) ด้านสิทธิบัตร U.S. Patent Act 1952 (United States Code, Title 35) และด้านเครื่องหมายการค้า U.S. Trademark Act 1946 (United States Code, Title 15, Chapter 22 and 63) และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาภายใต้กฎหมาย Uruguay Round Agreement Act 1994 ฉบับแก้ไข (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

มาตรการกีดกันการค้าที่ไม่ใช่ภาษี

การอุดหนุนภายใน เช่น Buy America Act เป็นข้อกำหนดเกี่ยวกับการซื้อสินค้าของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ห้ามหน่วยงานรัฐบาลซื้อสินค้าหรือบริการที่ผลิตในต่างประเทศ หรือหน่วยงานของรัฐบาลต้องซื้อสินค้าที่มีส่วนประกอบในประเทศอย่างน้อย 50% ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้รัฐบาลท้องถิ่นยังกำหนดนโยบาย Buy America หรือ Buy local (ส่วนใหญ่เป็นโครงการก่อสร้าง)

การให้ความช่วยเหลือธุรกิจขนาดย่อม โดยการจัดหาเงินทุน (Loan & grant)

การเก็บภาษี Harbour maintenance tax สำหรับสินค้าทุกประเภทที่นำเข้ามาและส่งออกโดยทางน้ำ โดยเรียกเก็บในอัตรา 0.125% ของมูลค่า นำภาษีส่วนนี้สมทบเป็นกองทุนเพื่อการพัฒนาท่าเรือและร่องน้ำ

กลยุทธ์ในการเข้าตลาด

เพิ่มชนิดของสินค้า เช่น เคหะสิ่งทอ สิ่งทอที่มีคุณสมบัติทางเทคนิคใช้ในอุตสาหกรรมเส้นด้าย (Smart fiber) หรือหาช่องทางจำหน่ายสินค้าใหม่ ๆ หาลูกค้ารายใหม่

พัฒนาสินค้าจาก OEM (Original equipment manufacturing) เป็น HQ OEM (High quality original equipment manufacturing) หรือ ODM (Original design manufacturing) หรือ OBM (Original branded manufacturing)

ลดต้นทุน และสร้าง Supply chain ทั้งกับผู้นำเข้าในสหรัฐอเมริกา และผู้ผลิตวัตถุดิบ โดยเฉพาะผู้ผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ ปรับตัวเข้าสู่ระบบ Quick response หรือ Efficient customer response (ECR) และการลงทุนด้าน Information technology (IT)

อัตรานำเข้า และระบบโควต้า (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

อัตรานำเข้าสูงสุดการโดยทั่วไป (MFN) ตามรหัสศุลกากรของสหรัฐอเมริกา ปี 2542 อยู่ในอัตรา 0-10% ของมูลค่าสินค้า สินค้าสิ่งทอที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยมีอัตรานำเข้าสูงสุดการสูง คืออัตรา 0-35% หรือ 51.2 เซนต์ต่อคู่ + 21.4% ค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร ตามกฎหมาย Customs and Trade Act 1990 ฉบับแก้ไข และ Uruguay Round Trade Agreement 1994 สหรัฐอเมริกา เก็บค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากรในการนำเข้าแต่ละครั้ง ดังนี้

การนำเข้าปกติ (Formal entry) มูลค่านำเข้ามากกว่า 2,000 ดอลลาร์ เก็บค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร 0.21% ของมูลค่า ซึ่งต้องไม่น้อยกว่า 25 ดอลลาร์ แต่ไม่เกิน 485 ดอลลาร์

การนำเข้าที่มีมูลค่าน้อย (Informal entry) มูลค่านำเข้าน้อยกว่า 2,000 ดอลลาร์ผู้นำเข้าดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรด้วยตนเอง โดยระบบอัตโนมัติ เก็บค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร 2 ดอลลาร์ ในกรณีที่ดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรด้วยระบบเอกสารธรรมดา เก็บค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร 6 ดอลลาร์ และในกรณีที่ดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรด้วยระบบเอกสารธรรมดา ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรสหรัฐอเมริกาเก็บค่าธรรมเนียมพิธีการศุลกากร 9 ดอลลาร์

โควตาส่งทอ

ในอดีตสหรัฐอเมริกาได้จัดระเบียบการนำเข้าสิ่งทอโดยกำหนดโควตานำเข้าเป็นรายประเทศและรายสินค้า รวม 147 รายการ ภายใต้ความตกลงสิ่งทอระหว่างประเทศ (Multi-Fiber Arrangement-MFA) ซึ่งปัจจุบันอยู่ภายใต้ความตกลงสิ่งทอขององค์การการค้าโลกซึ่งกำหนดให้ประเทศผู้นำเข้าขยายโควตาส่งทอเป็นรายปี และยกเลิกระบบโควตาในปี 2548 เพื่อให้การค้าสิ่งทอ

เป็นไปโดยเสรี แต่สหรัฐอเมริกา ก็สามารถใช้มาตรการคุ้มกันชั่วคราว (Transitional safeguard) เรียกเจรจา กำหนดปริมาณนำเข้าสินค้าใหม่ได้หากมีเหตุผลเพียงพอว่าสินค้านั้นก่อให้เกิดผลเสียหายต่อตลาดภายในประเทศได้ (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนแปลงกฎระเบียบว่าด้วยแหล่งกำเนิดสิ่งทอใหม่สำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูป เปลี่ยนจากประเทศที่ตัด (Cutting country) เป็นประเทศผู้ประกอบและผลิตสินค้าที่สำคัญที่สุดในประเทศสุดท้าย (Assembly country) เป็นแหล่งกำเนิดสินค้า และ สำหรับสินค้าผ้าผืนให้ถือประเทศที่ผลิตผ้าเป็นแหล่งกำเนิดสินค้า มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2539 เป็นต้นมา ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งทอของไทย ได้แก่ สินค้าผ้าผืนที่ไทยเป็นผู้ผลิตผ้าดิบและส่งไปฟอกย้อมในสหภาพยุโรป เมื่อสหภาพยุโรปส่งสินค้านี้ไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกาจะถือว่าเป็นแหล่งกำเนิดสินค้ามาจากประเทศไทย ในขณะที่สินค้าผ้าปูที่นอน ซึ่งไทยนำเข้าผ้าผืนจากปากีสถานและตัดเย็บเป็นผ้าปูที่นอน เมื่อส่งไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา จะถือว่าเป็นแหล่งกำเนิดสินค้ามาจากปากีสถาน

ประเทศไทยได้ขอเจรจากับสหรัฐเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ยังไม่มีความคืบหน้าในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตามจากการเจรจาระหว่างสหรัฐอเมริกากับสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกาได้แก้ไขปัญหาผ้าพิมพ์ที่ สหภาพยุโรปนำเข้าผ้าดิบจากต่างประเทศ (รวมทั้งไทย) โดยแยกพิภพสินค้าผ้าพิมพ์ออกจากรายการโควต้า โดยสินค้าที่แยกออกไม่จำเป็นต้องมีวีซ่า และโควต้าในการนำเข้าจากประเทศผู้ผลิต (Origin) ซึ่งสหรัฐอเมริการับที่จะดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อเสนอแก้ไขกฎหมายว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า

สิ่งทอให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าสิ่งทอขององค์การการค้าโลก ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างการเจรจา

ธรรมเนียมปฏิบัติของผู้นำเข้า

ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในสหรัฐฯ เช่น Wal-Mart, Liz Clairborne, VF Corp., J.C. Penny, Dillard, Sara Lee Corp. ได้นำระบบ Supply chain มาใช้ในระบบการตลาดเพื่อการลดต้นทุนการเก็บสำรองสินค้า และจัดระบบการจัดซื้อวัตถุดิบจากทั้งในสหรัฐอเมริกาและในต่างประเทศ สามารถควบคุมการปล่อยคำสั่งซื้อ/สั่งผลิตได้อย่างรวดเร็ว และจัดให้มีศูนย์กลางการกระจายสินค้าเพียงแห่งเดียวในสหรัฐอเมริกาซึ่งระบบ Supply chain จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับ Electronic commerce ทั้งด้าน E-business, E-procurement และ E-manufacturer ซึ่งเรียกรวมกันทั้งระบบว่า E-engineering และ EDI (Electronic data interchange) ต้องปรับการใช้ UPC และ Bar code (Uniform product code) ให้เป็นมาตรฐานและระบบเดียวกัน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2543)

การใช้ EDI ต้องพัฒนาเทคโนโลยีและมาตรฐานข้อมูลของทุกฝ่ายให้สื่อกันได้ ตั้งแต่ใบสั่งซื้อ ใบขนสินค้า ใบกำกับสินค้า และการโอนเงิน ซึ่งจะลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน ค่าจัดเตรียมเอกสาร และค่าส่งเอกสารทางไปรษณีย์ลงได้มาก

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของร้านค้าปลีกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปในสหรัฐในปัจจุบันได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการจากการเก็บสต็อกสินค้าเป็นจำนวนมากมาเป็นการเก็บสต็อกสินค้าน้อยลง และติดตามความต้องการของลูกค้าโดยอาศัยข้อมูลที่ได้มาจากระบบการขายในลักษณะ point of sales หรือระบบ electronic data interchange (EDI) ซึ่งจะให้ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงสินค้าตัวที่เป็นที่ต้องการของลูกค้ามากที่สุด ร้านค้าก็จะสั่งเฉพาะสินค้าชิ้นนั้น ๆ เข้ามาเพิ่มในสต็อก โดยเรียกร่องที่จะได้สินค้านั้น ๆ โดยเร็วที่สุดจากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ขายส่ง ลักษณะการดำเนินธุรกิจดังกล่าวส่งผลทำให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้ขายส่งจำเป็นต้องหาแหล่งผลิตที่อยู่ใกล้สหรัฐอเมริกามากที่สุด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ค้าปลีกได้อย่างรวดเร็วในราคาถูก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่เป็น high-fashion ที่ความได้เปรียบเสียเปรียบทางการค้าจะอยู่ที่ความสามารถในการวางตลาดได้ใกล้เคียงกับฤดูกาลได้มากน้อยเพียงใด ด้วยเหตุ ดังกล่าวทำให้แหล่งผลิตต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ภายในประเทศและที่อยู่นอกประเทศต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในทวีปอเมริกาเหนือและใต้อยู่ในสถานะได้เปรียบกว่าแหล่งผลิตที่อยู่ไกลออกไป ประเทศเหล่านี้จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการเป็นแหล่งผลิตสินค้าป้อนตลาดสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังเกิดปรากฏการณ์การนำเข้าด้วยตนเองของผู้ค้าปลีกในสหรัฐอเมริกาซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในเกือบจะทุกประเภทของสินค้า เนื่องจากลักษณะร้านค้าปลีกในสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็น chain stores ขนาดใหญ่ที่มีความมั่นคงในตลาดค่อนข้างสูง และมีความสามารถในการที่จะหาแหล่งซัพพลายด้วยตนเองได้ ทั้งโดยการเปิดสำนักงานจัดหาของตนเองในต่างประเทศ และทั้งโดยการจ้างบริษัทจัดหาสินค้าทั้งในประเทศและนอกประเทศทำการจัดหาสินค้าให้แก่ตน ผู้ค้าปลีกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปในสหรัฐอเมริกา ถือได้ว่าเป็นกลุ่มค้าปลีกในระดับผู้นำกลุ่มหนึ่งที่หันมาใช้กลยุทธ์การนำเข้าด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ข้อตกลงทางการค้ากับประเทศผู้ส่งออก

ข้อตกลงที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลง GATT ที่สหรัฐอเมริกา มีต่อประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ทั่วโลก ที่เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก

ข้อตกลงสองฝ่ายที่สหรัฐอเมริกามีต่อประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก Textile Access Program 807 เป็นสิทธิพิเศษทางการค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีสหรัฐอเมริกา มีกับประเทศในแถบแคริบเบียน โดยใช้ผ้าที่ผลิตในสหรัฐอเมริกา เพื่อการตัดเย็บเท่านั้น Special Access Program ซึ่งสหรัฐอเมริกาทำสำหรับสินค้าในรหัส HS 9802.00.80.15 กับสองกลุ่มประเทศ คือ

1. กลุ่มประเทศแคริบเบียน ประกอบด้วย Antigua & Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados,

Belize, British Virgin Islands, Costa Rica, Dominican Republic, El Salvador, Grenada, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaica, Montserrat, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, St. Kitts-Nevis-Antilles, St. Lucia, St. Vincent & the Grenadines, Trinidad-Tobago (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

2. กลุ่มประเทศที่อยู่ใน Andean Trade Preferential Act (ATPA) ได้แก่ประเทศ Bolivia, Colombia, Ecuador, Peru และสหรัฐอเมริกา

ข้อตกลงที่เป็นส่วนหนึ่งของสนธิสัญญา NAFTA ที่สหรัฐอเมริกา มีต่อประเทศเพื่อนบ้านในอเมริกาเหนือ คือ แคนาดา และเม็กซิโก

ข้อตกลงที่เป็น Outward Processing Program ซึ่งสหรัฐอเมริกามีต่อประเทศ Romania และ Macedonia มีรายละเอียดส่วนใหญ่เหมือน Special Access Program แต่ใช้กับสินค้าขนสัตว์เท่านั้น และสินค้าอาจถูกตัดเย็บในประเทศคู่สัญญาจากผ้าฝ้ายที่ผลิตในสหรัฐอเมริกา แต่สินค้าเมื่อนำเข้าสหรัฐอเมริกาต้องเสียภาษีเต็ม เนื่องจากสหรัฐอเมริกาไม่ลดภาษีนำเข้าให้แก่ผ้าฝ้ายของสหรัฐอเมริกา หากไม่ตัดเป็นชิ้นเสียก่อนในสหรัฐอเมริกา (กระทรวงพาณิชย์, 2543)

การลงทุนในประเทศที่เป็นแหล่งนำเข้า

เม็กซิโกเป็นแหล่งนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปรายใหญ่ของสหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวถึง 30 % ในปี 2541 กลุ่มผู้ผลิตสิ่งทอรายใหญ่ของโลกได้เตรียมธุรกิจรับการเปิดเสรีสิ่งทอในปี 2548 ด้วยการเข้าไปลงทุนผลิตสินค้าในเม็กซิโกแล้ว เช่น Du Pont, Cone Mills, Guilford Mills, Burlington Industries, Yantze River (ผู้ผลิตผ้าใยสังเคราะห์รายใหญ่ของจีน) และ BASF ผู้ผลิตเส้นใยรายใหญ่ โดยมีกลุ่มการเงิน เช่น Prudential Securities ให้การสนับสนุนเต็มที่ คาดว่าเม็กซิโกต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี จึงจะผลิตสินค้าได้เพียงพอกับความต้องการของตลาดสหรัฐอเมริกา

บริษัทผู้ผลิตหลายรายที่มีสินค้าห้อยของตนเองจะเน้นความสนใจไปที่การตลาดเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าห้อยของตนเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น ลดการผลิตด้วยตนเองและผลักรายการการผลิตไปยังบริษัทผู้รับจ้างผลิตรายอื่น ๆ แทนทั้งภายในประเทศและจากนอกประเทศ

ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐและผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้าของไทย

จากข้อมูลของ World Economic Outlook (ตุลาคม, 2543) และ Economist Intelligence Unit บ่งชี้ว่าเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ภาวะชะลอตัว โดยมีตัวบ่งชี้ดังนี้

อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐในช่วงปี 2544 มีแนวโน้มลดลง ในปี 2540 – 2543 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวอย่างมาก คือ 4.4, 4.2, และ 5.2 ตามลำดับ แต่ในปี 2544 คาดว่าจะมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพียงร้อยละ 3.2 ซึ่งเป็นอัตราที่ชะลอตัวลง (ปรเมธี วิมลศิริ, 2544, หน้า 10)

การขาดดุลการค้าของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และ ขาดดุลอย่างต่อเนื่อง
ตารางที่ 6 การขาดดุลการค้าของสหรัฐอเมริกา

ปี	มูลค่าการขาดดุล (ล้านเหรียญ)	เปลี่ยนแปลง (%)
1992	-38,186	
1993	-69,166	81.1320%
1994	-97,188	40.5137%
1995	-95,069	-2.1807%
1996	-102,869	8.2050%
1997	-107,048	4.0621%
1998	-163,153	52.4114%
1999	-261,202	60.0964%
2000	-375,384	43.7141%
2001	-357,819	-4.6792%
2002	-418,038	16.8295%

อัตราเงินเฟ้อของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในปี 2544 โดยปี 2540 อัตราเงินเฟ้อเป็นร้อยละ 2.3, ปี 2541 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 1.6, ปี 2542 อัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2.2, ปี 2543 คาดว่าอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3.2, ในปี 2544 คาดว่าอัตราเงินเฟ้อจะเป็นร้อยละ 2.6 (ปรเมธี วิมลศิริ, 2544, หน้า 10)

แนวทางการปรับตัวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ธนาคารกลางสหรัฐอเมริกาได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงร้อยละ 0.5 และมีแนวโน้มที่จะลดลงไปอีกเพื่อกระตุ้นการลงทุนในประเทศ และรัฐบาลใหม่จะใช้นโยบายการคลังโดยลดอัตราภาษีเพื่อกระตุ้นการบริโภคของประชากรในประเทศให้สูงขึ้น (ปรเมธี วิมลศิริ, 2544, หน้า 10)

ผลต่อเศรษฐกิจโลก และ ประเทศไทย

สหรัฐอเมริกาคือประเทศที่มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศมากที่สุดในโลก หากเศรษฐกิจของสหรัฐชะลอตัวลงจะส่งผลให้มูลค่าการค้าของโลกชะลอตัวตามไปด้วย

ประเทศที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดคือประเทศในกลุ่ม NAFTA ซึ่งมีมูลค่าการค้ากับสหรัฐมากที่สุดคือร้อยละ 32.98 รองลงมาคือกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งมีมูลค่าการค้า

ถึง 19.12 แต่ยุโรปมีฐานทางเศรษฐกิจที่ดี มีการค้ากับหลายกลุ่มประเทศจึงไม่น่าจะกระทบมาก ส่วนอาเซียน มีมูลค่าการค้าเพียงร้อยละ 6.71 แต่มีผลกระทบมากพอสมควรเนื่องจากสหรัฐเป็น คู่ค้าที่สำคัญซึ่งเป็นมูลค่าการค้าส่วนใหญ่ การส่งออกของสินค้าไทยไปสหรัฐอาจมีแนวโน้ม ชะลอตัวลง ทำให้รายได้จากการส่งออกของไทยชะลอตัวตามไปด้วยเนื่องจากสินค้าหลักที่สำคัญ 10 รายการแรกของไทยที่ส่งไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นสำหรับการครองชีพ ดังนั้นเมื่อเศรษฐกิจชะลอตัวลงผู้บริโภคซึ่งมีรายได้ลดลงก็จะลดปริมาณการบริโภคสินค้าของ ไทยลงด้วย (ปรเมธี วิมลศิริ, 2544, หน้า 10)

เมื่อรายได้จากการส่งออกของไทยชะลอตัวลง ก็จะมีผลกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ของไทยอย่างแน่นอน และเมื่อการส่งออกลดลง ปริมาณการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าก็จะลดลง ส่งผลให้การจ้างงานลดลงไปด้วยเช่นกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาการพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญ (20รายการ) ของไทยในตลาดโลก (ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2541) การที่โครงสร้างตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย กระจุกตัวค่อนข้างมากกับ ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสหรัฐอเมริกา ทำให้การส่งออกสินค้าสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ทางประเทศผู้นำเข้ากำหนดขึ้นในรูปแบบของ การจำกัดปริมาณการนำเข้าตามความตกลง MFA (Multi-Fibre Arrangement : MFA) ผลกระทบ ของ MFA ต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยในช่วงแรกเป็นไปในทางบวก เนื่องจากโควต้าสิ่ง ทอได้จำกัดปริมาณการนำเข้าสิ่งทอจากประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NICs) และเปิดโอกาสให้ไทย ซึ่งยังมีความสามารถในการแข่งขันต่ำในช่วงนั้นสามารถส่งออกได้ แต่ต่อมาเมื่อไทยมีการพัฒนา ประสิทธิภาพในการผลิตและความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น โควต้าเหล่านี้เป็นตัวจำกัดในการ ที่จะขยายการส่งออกของไทย จนกระทั่งปัจจุบันทำให้ต้องขยายตลาดการส่งออกไปยังประเทศ นอกโควต้า ซึ่งตลาดนอกโควต้าส่วนใหญ่เป็นตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณภาพ ปานกลางและราคาไม่แพง ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงกับประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบ ด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงาน

ในอดีตไทยสามารถขยายการส่งออกได้เพราะใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจาก ค่าจ้างแรงงานต่ำและอุปทานแรงงานที่มีอยู่มาก ทำให้ราคาสินค้าที่ผลิตได้ถูกกว่าประเทศคู่แข่ง อย่างไรก็ตามในช่วงตั้งแต่ปี 2528 เป็นต้นมา การส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอชะลอการขยายตัวลง ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสิ่งทอของไทยเริ่มมีค่าลดลง แสดงว่าไทยเริ่ม สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของไทย

1. โครงสร้างของอุตสาหกรรม ต้นทุนผลิตของอุตสาหกรรมสูงขึ้นอันเนื่องมาจากค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น
2. อัตราดอกเบี้ยและสภาพคล่อง อัตราดอกเบี้ยที่สูงมากอันเนื่องมาจากนโยบายเข้มงวดทางการเงินของรัฐ
3. ทรัพยากรมนุษย์ และ ทักษะในการผลิต
4. เทคโนโลยีในการผลิตที่ล้าสมัย เครื่องจักรที่ยังใช้เทคโนโลยีเก่า
5. กฎระเบียบและการปฏิบัติงานของภาครัฐที่ล่าช้า ทำให้ต้นทุนของภาคเอกชนสูงขึ้น เช่นกฎระเบียบในการนำเข้า กฎระเบียบในการส่งออก กฎระเบียบตามมาตรการกีดกันภาษี กฎระเบียบตามมาตรการส่งเสริมการลงทุน

ในส่วนของอุตสาหกรรมในอนาคตหลังการเปิดตลาดการค้าเสรี สินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น มีแนวโน้มที่จะแข่งขันกับประเทศที่กำลังพัฒนาไม่ได้ ความตกลงเปิดเสรีตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จะทำให้ไทยเผชิญกับการแข่งขันมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศจีน การปรับตัวของอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะเดียวกันกับการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ NICs เมื่อเผชิญกับการแข่งขันในสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้นคือต้องมีการปรับปรุงเครื่องจักร กระบวนการผลิต และเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ใช้ทักษะและเทคโนโลยีสูงขึ้น สินค้ามีคุณภาพ การแข่งขันจึงจะไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยค่าแรงงานเป็นหลัก

ความรู้ทางด้านทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage)

กล่าวไว้ว่าประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีความเชี่ยวชาญและการส่งออกสินค้าที่ผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า (ต้นทุนต่ำกว่า) เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตนเองต้องการ ทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นภายใต้ข้อสมมติว่า มีสองประเทศสองสินค้า โดยประเทศ A จะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้า ก. ส่วนประเทศ B จะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้า ข. ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ แต่ถ้าประเทศ A มีความเชี่ยวชาญในการผลิตทั้งสินค้า ก. และ ข. ก็จะไม่เกิดการค้าระหว่างประเทศ A และ B ขึ้น

สมิธ (Smith, 1776) ได้พัฒนาทฤษฎีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ โดยเชื่อว่าแต่ละประเทศจะผลิตเฉพาะสินค้าและบริการที่ตนมีความได้เปรียบกว่าประเทศต่าง ๆ โดยที่ประสิทธิภาพการผลิตของโลกจะเพิ่มขึ้นด้วยระบบการค้าเสรีจากทฤษฎีดังกล่าว โดยประชาชนในประเทศจะบริโภคสินค้าที่ผลิตในประเทศ เมื่อสินค้าที่ผลิตในประเทศมีราคาถูกลงกว่าสินค้า

ที่ผลิตจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ สมิธ (Smith, 1776) ได้ชี้ให้เห็นว่า ถ้าหากการค้าของโลกไม่มีข้อจำกัด แต่ละประเทศจะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ในการใช้ทรัพยากรของแต่ละประเทศ ความสำเร็จทางการประกอบการอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความชำนาญ

ในการสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialization) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเนื่องจากเหตุผล 3 ประการ คือ

1. ความชำนาญเฉพาะด้านของแรงงาน ซึ่งเกิดจากการทำงานแบบเดียวกันซ้ำ ๆ
2. แรงงานจะไม่เสียเวลาในการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าประเภทหนึ่ง ไปผลิตสินค้าประเภทอื่น
3. การผลิตในระยะยาวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ดังนั้น ถ้าหากประเทศใดประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ตนมีความชำนาญเฉพาะด้าน ก็จะทำให้ผลิตสินค้าได้มากขึ้นและสามารถซื้อสินค้าเข้าได้เพิ่มขึ้น (เนื่องจากรายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นจากการผลิตที่เพิ่มขึ้น) แต่ สมิธ เชื่อว่าระบบตลาดจะมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเขาเชื่อว่าความได้เปรียบของประเทศในการผลิตสินค้าเกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ

1. การได้เปรียบทางธรรมชาติ (Natural advantage) คือ การที่ประเทศผลิตสินค้าเนื่องจากมีความได้เปรียบจากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น สภาพของดินฟ้าอากาศ และมีแรงงานในประเทศจำนวนมาก
2. การได้เปรียบจากการแสวงหาการแปรรูป (Acquired advantage) เป็นข้อได้เปรียบซึ่งเกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยี ทักษะ ตลอดจนความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ในปัจจุบัน ธุรกิจระหว่างประเทศมักจะเกี่ยวข้องกับสินค้าอุตสาหกรรมและบริการมากกว่าสินค้าเกษตรกรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้นทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตสินค้าจะขึ้นอยู่กับข้อได้เปรียบจากการแสวงหาการแปรรูป (Acquired advantage) ซึ่งอาจจะมาจาก ข้อได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีของสินค้า และ ข้อได้เปรียบจากเทคนิคกระบวนการผลิต

จากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการผลิตสินค้าใหม่ทดแทนสินค้าที่มีอยู่ทั่วไปในตลาดซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้าของประเทศต่าง ๆ โดยการเปรียบเทียบจากความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศ หรือ สินค้าที่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งในการทำการค้าและธุรกิจระหว่างประเทศ เพราะการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในขั้นตอนการผลิต นอกจากนั้นยังมีสินค้าที่พัฒนาขึ้นเพื่อทดแทนสินค้าแบบดั้งเดิม

เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี มักจะถือกำเนิดมาจากประเทศอุตสาหกรรม ทำให้บริษัทในประเทศเหล่านี้ถือครองส่วนแบ่งทางการค้าและการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเป็น

ส่วนใหญ่ และส่งผลให้ประเทศที่กำลังพัฒนามีสัดส่วนในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศลดลงเรื่อย ๆ

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นโดย ริคาโด (Ricardo, 1817) ได้อธิบายไว้ว่า การที่แต่ละประเทศมีต้นทุนเปรียบเทียบแตกต่างกัน ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ โดยแต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่มีต้นทุนเปรียบเทียบต่ำที่สุด โดยไม่จำเป็นต้องขึ้นกับว่าประเทศนั้นต้องได้เปรียบเชิงสมบูรณ์เสมอไป กล่าวคือ สามารถผลิตสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีความเสียเปรียบน้อยที่สุด เพื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดอื่น เช่น ประเทศ A ผลิตสินค้า ก. และ ข. ได้ถูกกว่าประเทศ B แต่สามารถทำการค้า ถ้าพบว่าสินค้า ก. มีต้นทุนต่ำกว่าสินค้า ข. โดยเปรียบเทียบ ดังนั้นประเทศ A จะส่งออกสินค้า ก. เพื่อแลกกับสินค้า ข. ที่ผลิตโดยประเทศ B จึงทำให้แลกเปลี่ยนสินค้านั้นกับสินค้าที่ตนมีความชำนาญมากที่สุดและค้าขายไปยังต่างประเทศ (ในกรณีนี้จะอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มีสองประเทศสองสินค้า)

ริคาโด ได้ตั้งสมมติฐานโดยใช้มูลค่าจากแรงงานเป็นหลัก โดยเขามีความเห็นว่าการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตภายในประเทศสามารถเกิดขึ้นได้โดยสมบูรณ์ ส่วนการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ โดยแท้จริงแล้วทฤษฎีนี้กำหนดให้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวและได้แสดงให้เห็นว่าต้นทุนในรูปของแรงงาน สามารถที่จะเปลี่ยนเป็นต้นทุนในรูปของตัวเงิน และราคาในรูปของตัวเงินได้

ต่อมา Hecks โอลิน (Ohlin, 1933) นักเศรษฐศาสตร์ยุคนีโอคลาสสิกได้ปรับปรุงแนวคิดนี้โดยอธิบายไว้ใน Theory of Factor Endowment ว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวเปรียบเทียบต้นทุนในแต่ละประเทศคือความไม่เท่าเทียมกันของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศนั้น ๆ ซึ่งปัจจัยการผลิตในที่นี้หมายความรวมถึงความแตกต่างทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของทุน และแรงงาน ตลอดจนอิทธิพลจากสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ที่มีผลต่อต้นทุนการผลิต ซึ่งความแตกต่างนี้เองที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้านั้นระหว่างประเทศ และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศทั้งสอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับขนาดของประเทศ (Theory of Country Size)

เป็นทฤษฎีที่ยึดหลักว่าประเทศที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่จะสามารถปรับตัวในการใช้สภาพอากาศและทรัพยากรธรรมชาติได้ดีกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากมีทรัพยากรในด้านต่าง ๆ มากกว่าประเทศที่มีขนาดเล็กกว่า ซึ่งสามารถใช้ในการอธิบายถึงชนิดและจำนวนของสินค้าที่ใช้ทำการค้า เพราะถ้าสองประเทศมีขนาดที่แตกต่างกันมาก จำนวนในการผลิตและความต้องการในการบริโภคย่อมแตกต่างกันด้วย โดยประเทศที่มีขนาดใหญ่จะมีวิธีที่แตกต่างจากประเทศที่มี

ขนาดเล็ก ดังนี้

1. ความหลากหลายของทรัพยากร (Variety of resources) ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะทำให้มีทรัพยากรที่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ ประเทศใดมีพื้นที่มากย่อมเหมาะกับการปลูกพืชที่เป็นสินค้าได้หลายชนิดเนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่หลากหลาย และมีทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก จึงสามารถที่จะพึ่งตนเอง ได้มากกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก

2. ต้นทุนการขนส่ง (Transport costs) ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อต้นทุนการขนส่งที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ประเทศที่มีขนาดใหญ่กับประเทศที่มีขนาดเล็กจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของค่าขนส่ง โดยระยะทางยิ่งแตกต่างกันมากเท่าไร ต้นทุนค่าขนส่งยิ่งเพิ่มขึ้นมากเท่านั้น สำหรับประเทศที่มีขนาดใหญ่ระยะทางโดยเฉลี่ยระหว่างโรงงานกับตลาดจะสูงเพราะมีพื้นที่กว้าง อย่างไรก็ตามจะต้องนำต้นทุนค่าขนส่งนี้มาเฉลี่ยกับปริมาณการผลิตด้วย เพราะประเทศที่ใหญ่ย่อมมีปริมาณการผลิตที่มากกว่าแม้ว่าต้นทุนค่าขนส่งจะสูงกว่า แต่เมื่อนำไปรวมกับต้นทุนการผลิตแล้วอาจจะมีต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่าก็ได้

3. การประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of scale) ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการประหยัดจากขนาดการผลิต ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อมีการลดต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของการผลิตสินค้าลง ในขณะที่มีการขยายการผลิตสินค้าให้มีขนาดใหญ่ขึ้น กล่าวคือ เมื่อการผลิตขยายออกไปผู้ผลิตจะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นด้วยการได้รับประโยชน์จากการใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่หรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นถือเป็นการผลิตในระยะยาวทำให้ประเทศต้องมีการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อผลิตให้เพียงพอต่อขนาดของประเทศที่มีขนาดใหญ่ และช่วยให้อุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถแข่งขันกับตลาดในระดับโลก

นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาจะมีผลกระทบต่อต้นทุน คือ จะทำให้ต้นทุนลงที่สูงขึ้น ทำให้บริษัทที่มีเทคโนโลยีสูงในประเทศขนาดเล็กอาจจะต้องขายสินค้าในตลาดต่างประเทศมากกว่าขายในตลาดในประเทศ เพราะมีต้นทุนสูงแต่ความต้องการในประเทศไม่เพียงพอที่จะบริ โภค นอกจากนั้นประเทศที่มีขนาดเล็กจะมีการนำทรัพยากรจากอุตสาหกรรมหรือบริษัทอื่นจากตลาดภายในประเทศ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ประเทศดังกล่าวมีความชำนาญในการผลิตมากกว่าประเทศที่มีขนาดใหญ่

ทฤษฎีปกป้องระหว่างประเทศ (International Protection Policy)

ผลจากการค้าของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทำให้เกิดการรวมกลุ่มทางการค้าเสรี และสหภาพเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกัน และกีดกันการค้าของประเทศคู่ค้านอกกลุ่มเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางการค้าและเศรษฐกิจของประเทศตนเองไว้ มาตรการในการปกป้องทางการค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ

1. มาตรการทางภาษีศุลกากร Tariff Measures เป็นหลักการที่ Gatt อนุญาตให้กระทำ ได้ โดยมีหลักเกณฑ์ว่าจะต้องมีการเจรจาเพื่อหาความเห็นชอบจากผู้ถูกระทบ รวมทั้งต้องมีการ เปิดเผยถึงนโยบายและมาตรการทางภาษีอย่างชัดเจน ภาษีศุลกากรที่นิยมนำมาใช้ เช่น ภาษีขาเข้า Import Duties ซึ่งเก็บจากสินค้าขาเข้าทุกชนิด โดยมีจุดประสงค์เพื่อปกป้องผู้ผลิต ภายในประเทศ และภาษีขาออก Export Duties ซึ่งจะมีผลทำให้ทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ ผู้ส่งออกของประเทศนั้นจะต้องรับภาระภาษีเนื่องจากการส่งออกสูงขึ้นซึ่งทำให้ต้นทุนสูงขึ้นเมื่อ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทำให้ความสามารถในการส่งออกลดลง

2. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร Non-Tariff Measures ปัจจุบันใช้ในประเทศที่พัฒนา แล้วและกำลังพัฒนาหลายประเทศ ซึ่ง GATT เองก็ยังไม่สามารถออกกฎระเบียบใด ๆ มาห้าม ได้ และยังเป็นมาตรการที่เริ่มสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นกับการค้าระหว่างประเทศเป็นอันมาก มาตรการ เหล่านี้เช่น

- ระบบโควต้า
- นโยบายและข้อจำกัดต่าง ๆ ของรัฐบาล
- นโยบายด้านสุขภาพอนามัยของประชาชนในประเทศ

ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle) IPLC (Vernon, 1966)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่มีลักษณะแตกต่างจากทฤษฎีที่กล่าวมาแล้วข้างต้นคือ ไม่ได้นำ ปัจจัยการผลิตมาประกอบการพิจารณา แต่ใช้วิทยาการใหม่ ๆ เป็นตัวกำหนดทิศทางการค้า ทฤษฎีนี้มีสมมติฐาน 3 ข้อคือ

1. ความต้องการสินค้าในประเทศที่นำเข้ามีมากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการผลิตได้
2. ในการผลิตสินค้าใหม่มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีในราคาต่ำพอที่จะทำให้ประเทศ ผู้ซื้อผลิตสินค้าแข่งขันในตลาดได้
3. การผลิตมีการประหยัดต่อขนาด Economy of Scale โดยไม่ต้องพิจารณาว่าจะใช้ แรงงานที่มีฝีมือหรือไม่

ทฤษฎีนี้เริ่มต้นจากการที่องค์กรทำการผลิตสินค้าใหม่ ไม่เพียงแต่ใช้ตอบสนองความ ต้องการภายในประเทศเท่านั้น ส่วนที่เหลือจะทำการส่งออกเพื่อให้การผลิตเกิดการประหยัด ต่อขนาด และเมื่อการผลิตเข้าสู่จุดอิ่มตัว เทคโนโลยีในการผลิตและการจัดการในสินค้า ดังกล่าวจะถูกถ่ายทอดไปสู่ประเทศที่เคยทำการนำเข้า ประเทศที่เคยนำเข้าก็จะเริ่มมีการผลิตเพื่อ ทดแทนการนำเข้า (Import Substitution) จนถึงจุดหนึ่งที่มีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเกิดการ เรียนรู้ในการผลิตมากขึ้น ก็จะทำการส่งออกสินค้าดังกล่าวและเปลี่ยนนโยบายจากการผลิตเพื่อ

ทดแทนการนำเข้าเป็นการผลิตเพื่อส่งออก (Export promotion) เมื่อถึงจุดนี้ประเทศที่เคยเป็นผู้ส่งออกเดิมอาจจะกลับมาเป็นผู้นำเข้าสินค้าดังกล่าวแทน อันเนื่องจากการสูญเสียการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบไป

ทฤษฎีนี้จะแบ่งได้ออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นแนะนำ (Introduction) ในขั้นแนะนำจะมีลักษณะ ดังนี้

- เกิดนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการที่สังเกตเห็นได้
- มีการส่งออกโดยประเทศที่สามารถคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ
- เกี่ยวข้องกับลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในขั้นแนะนำนี้จะอธิบายถึงประเด็น

ต่าง ๆ ดังนี้

1.1 นวัตกรรม การผลิต และการขาย ในประเทศเดียวกัน (Innovation, production, and sales in same country) โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าชนิดใหม่จะเกิดจากการสังเกตความต้องการในตลาดนั้น ๆ

1.2 ทำเลที่ตั้งและความสำคัญของนวัตกรรม (Location and importance of innovation) โดยมีการค้นพบว่ามากกว่า 95 % ของเทคโนโลยีในโลกมีต้นกำเนิดมาจากประเทศอุตสาหกรรม หมายความว่า การผลิตในระยะแรกตลอดจนการขายสินค้าใหม่โดยมากมักจะเกิดขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม เหตุผลหลายประการซึ่งเป็นจุดเด่นในประเทศอุตสาหกรรม ได้แก่ การแข่งขัน อุปสงค์ของผู้บริโภค ความสามารถและความเป็นไปได้ของนักวิทยาศาสตร์ นักวิศวกร ตลอดจนมีรายได้สูง เหตุผลเหล่านี้ทำให้มีค่าใช้จ่ายในเรื่องของการวิจัยเพื่อที่จะพัฒนาสินค้า และจะมีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าที่พัฒนาใหม่มักมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรืออาจก่อให้เกิดการขาดทุนได้ นวัตกรรมเป็นจุดเด่นในการแข่งขันของบริษัท เนื่องจากนวัตกรรมสามารถลอกเลียนแบบได้ บริษัทในประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลายจึงต้องมีนวัตกรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถที่ยืนอยู่ในแถวหน้าและเป็นผู้นำได้ นวัตกรรมอาจจะมีผลต่อสินค้า วิธีในการผลิต ตลอดจนการกระจายสินค้า

1.3 การส่งออกและแรงงาน (Exports and labour) ในช่วงแรกของอายุวงจรผลิตภัณฑ์ การผลิตในส่วนย่อยอาจขายให้ลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ซึ่งทราบถึงสินค้าใหม่และมีความต้องการในสินค้าเหล่านั้น ลูกค้าในต่างประเทศจะอยู่ในตลาดที่มีความคล้ายคลึงกับผู้ผลิต ขั้นตอนการผลิตเหมาะที่จะเน้นการใช้ปัจจัยแรงงานในขั้นนี้มากกว่าขั้นอื่น ๆ เนื่องจากสินยายังไม่ได้มาตรฐาน เพราะฉะนั้นจึงต้องอาศัยการผลิตที่ก่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงลักษณะของผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากผลสะท้อนของตลาด และเมื่อยอดขายของสินค้าได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วเพียงพอกับการที่จะแบกรับต้นทุนจึงจะนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต

2. ขั้นเจริญเติบโต (Growth) มีลักษณะดังนี้

- มีการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยประเทศที่มีความเป็นนวัตกรรม
- มีการแข่งขันมากขึ้น
- มีเงินทุนมากขึ้น
- มีการผลิตในต่างประเทศบางส่วน
- ยอดขายของสินค้าใหม่ (อุปสงค์) เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในตลาดต่างประเทศ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศอุตสาหกรรมด้วยกัน

- เมื่ออุปสงค์มากพอที่จะผลิตในตลาดต่างประเทศได้เพื่อจะไปชดเชยหรือจำกัดต้นทุนในเรื่องของค่าขนส่ง ตลอดจนในเรื่องของภาษีศุลกากร ดังนั้นทั้งผู้ผลิตและผู้แข่งขันอาจต้องเริ่มผลิตสินค้าในต่างประเทศ แต่ผลผลิตในขั้นนี้โดยมากเกิดขึ้นในตลาดต่างประเทศ โดยที่มีโรงงานอุตสาหกรรมหรือแหล่งผลิตใหม่ ๆ

3. ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) มีลักษณะดังนี้

- 3.1 อุปสงค์ทั่วโลกเริ่มเพิ่มเข้าเข้าสู่จุดอิ่มตัว โดยประเทศที่มีนวัตกรรมมีการส่งออกลดลง
- 3.2 วิธีการผลิตจะต้องมีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ต้นทุนถูกลง
- 3.3 มีการใช้ปัจจัยทุนมากขึ้น กล่าวคือ เริ่มเน้นปัจจัยทุนให้เครื่องจักร โดยนำมาใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา และไม่ผลิตในประเทศตนแล้ว
- 3.4 มีการแข่งขันด้านราคามากขึ้น
- 3.5 มีการประหยัดจากขนาดการผลิตเนื่องจากการผลิตในระยะยาวจะเริ่มจากการตั้งโรงงานในต่างประเทศ ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง และจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา
- 3.6 ตลาดและเทคโนโลยีเกิดความแพร่หลาย ประเทศที่คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ จึงไม่สามารถเป็นผู้ผลิตที่ได้เปรียบอีกต่อไป จึงมีแรงกระตุ้นที่จะเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากแรงงานไม่มีความชำนาญแต่มีค่าแรงถูก
- 3.7 ความก้าวหน้าของเครื่องมือจะมีส่วนช่วยในการลดอัตราแรงงาน เนื่องจากแรงงานในประเทศกำลังพัฒนาถึงแม้จะมีค่าแรงถูก แต่ขาดประสิทธิภาพ จึงทำให้ระบบการผลิตเน้นในปัจจัยทุนแทนเพื่อลดจำนวนแรงงานที่จะใช้ในการผลิต

4. ขั้นตกต่ำ (Decline) มีลักษณะดังนี้

- 4.1 มีการมุ่งการผลิตเฉพาะกลุ่ม
- 4.2 จะคงเหลือเฉพาะผู้ส่งออกของประเทศที่มีความเป็นนวัตกรรม

4.3 สินค้าเข้าไปอยู่ในช่วงการผลิตลดลง เนื่องจากยอดขายลดลง ปัจจัยที่อยู่ในช่วงของยอดเจริญเติบโตเต็มที่ซึ่งเข้ามาเกี่ยวข้อง

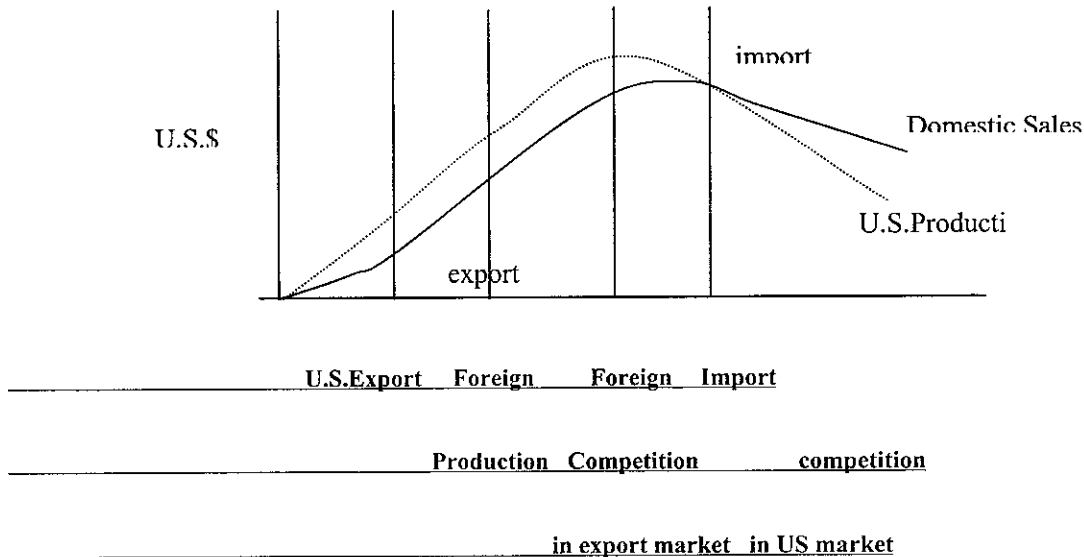
4.4 ตลาดในประเทศอุตสาหกรรมเริ่มลดลงอย่างรวดเร็วมากกว่าในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งจะทำให้อุปสงค์ของลูก้าลดลง

4.5 ปัจจัยในเรื่องของการตลาดและต้นทุนจะเป็นตัวกำหนดว่าการผลิตนั้นต้องอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา

4.6 การส่งออกเริ่มลดลง และช่องทางการตลาดเริ่มแคบลงสำหรับประเทศอุตสาหกรรม

ตารางที่ 7 Life cycle stage

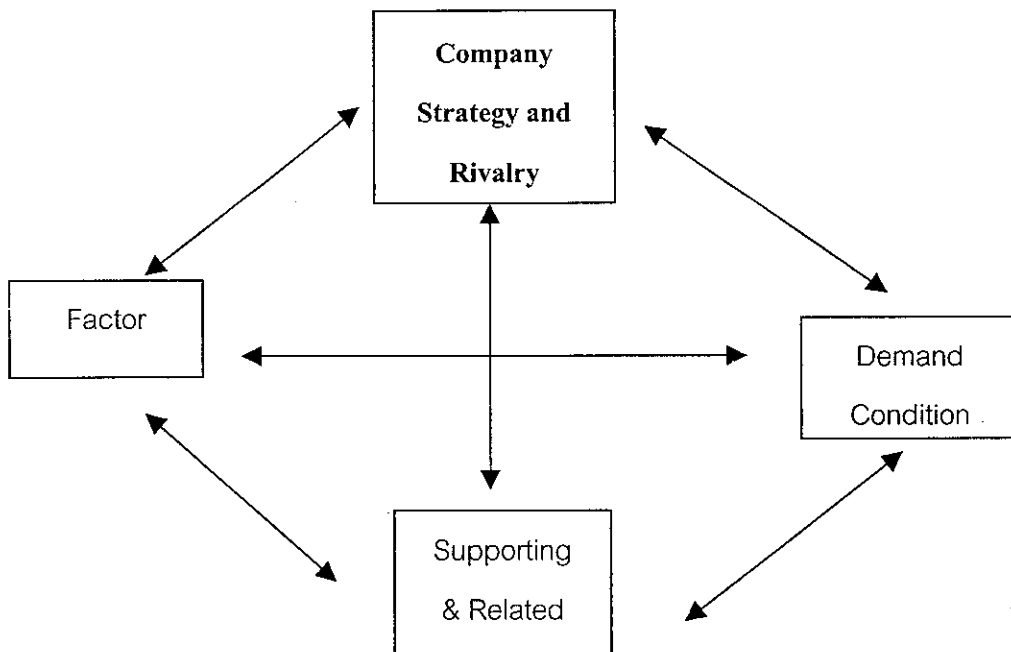
	Life cycle stage			
	Introduction	Growth	Maturity	Decline
ทำเลที่ตั้งของการผลิต	- มีนวัตกรรมเกิดขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม	- ประเทศที่มีนวัตกรรมและประเทศอุตสาหกรรม	- มีหลายประเทศเข้ามาเกี่ยวข้อง	- โดยมากอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา
ทำเลที่ตั้งของตลาด	- ส่วนมากเป็นประเทศที่มีนวัตกรรม และมีการส่งสินค้าออก	- โดยมากจะอยู่ในประเทศอุตสาหกรรม - เริ่มมีการผลิตในตลาดต่างประเทศทดแทนการส่งออกในบางประเทศ	- มีการเจริญเติบโตในประเทศกำลังพัฒนา - มีการลดลงในประเทศอุตสาหกรรม	- โดยมากจะอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา - ประเทศกำลังพัฒนาที่มีการส่งออก
ปัจจัยการแข่งขัน	- เหมือนเป็นผู้ผูกขาด - ยอดขายจะเกิดจากความแตกต่างมากกว่าราคา - เกี่ยวข้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์	- อุปสงค์เพิ่มขึ้นรวดเร็ว - จำนวนคู่แข่งเพิ่มขึ้น - คู่แข่งขันบางรายเริ่มตัดราคา - สินค้ามีมาตรฐานมากขึ้น	- อุปสงค์ทั่วไปเริ่มคงที่ - จำนวนคู่แข่งขึ้นลดลง - ราคามีความสำคัญมากในประเทศกำลังพัฒนา	- อุปสงค์โดยรวมลดลง - ราคาถือเป็นอาวุธที่สำคัญ - จำนวนผู้ผลิตเริ่มลดลง
เทคโนโลยีในการผลิต	- เป็นการผลิตในระยะสั้น - มีการพัฒนาวิธีการผลิต - ค่าจ้างแรงงานสูงและมีความชำนาญค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทุน	- ปัจจัยทุนเพิ่มมากขึ้น - วิธีการผลิตมีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น	- การผลิตในระยะยาวจะใช้ปัจจัยทุนมากขึ้น - สินค้ามีมาตรฐานสูง - ต้องการแรงงานที่มีทักษะลดลง	- แรงงานที่ขาดทักษะจะถูกทดแทน โดยเครื่องจักรสำหรับการผลิต



ภาพที่ 2 International Product Life Cycle.(Vornon and Wells, 1986, p. 83)

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ Competitive Advantage of the Nation (Porter, 1980)

ภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมของประเทศตน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งอุตสาหกรรมในประเทศตนและคู่แข่ง เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 Porter Diamond Diagram

เครื่องมือที่ใช้อธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แบ่งปัจจัยกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันออกเป็น 4 ปัจจัยซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ประกอบเข้าเป็นระบบเพชร (Diamond Diagram)

1. สภาพภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ Factor Condition

ปัจจัยทางด้านการผลิตและความได้เปรียบทางธรรมชาติเกิดขึ้นจากทฤษฎีของความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์และทฤษฎีของการจัดสรรปัจจัยการผลิต ซึ่งปัจจัยการผลิตจะมีอิทธิพลที่จะทำให้เลือกสินค้าได้เหมาะสมกับอุปสงค์ของผู้บริโภค และเป็นการเลือกถึงตำแหน่งที่ตั้งในการผลิตของประเทศ

2. อุปสงค์ภายในประเทศ Demand Condition

สินค้าหรืออุตสาหกรรมใหม่จะเกิดขึ้นจากอุปสงค์หรือปัจจัยภายในประเทศ แต่โดยทั่วไปแหล่งผลิตจะตั้งอยู่ใกล้ตลาดที่คาดว่าจะขาย

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ Supporting and Related Industry

สินค้าหรืออุตสาหกรรมนั้นมีสินค้าที่เกี่ยวข้องด้านวัตถุดิบหรือปัจจัยอื่น ทำให้สินค้านั้นมีความสามารถในการผลิต หรือการที่รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมนั้น ๆ

4. โครงสร้างกลยุทธ์ของบริษัท และสภาพการแข่งขัน Company Strategy Structure and Rivalry

การที่มีผู้แข่งขันเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการพัฒนาขององค์กรเพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการผลิตและการดำเนินการ

ทฤษฎีตัวแบบของ Cooper and Kleinschmidt

คูเปอร์ และเคนท์สมิธ (Cooper and Kleinschmidt, 1985) ได้พัฒนา Strategic export model ซึ่งกล่าวว่าความสามารถในการส่งออกมีความสัมพันธ์โดยตรงกับ

1. ลักษณะของการจัดการขององค์กร
2. กลยุทธ์การตลาดในการส่งออก
3. ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมและตลาด ความสัมพันธ์เหล่านี้แสดงให้เห็นได้ดังภาพที่ 4

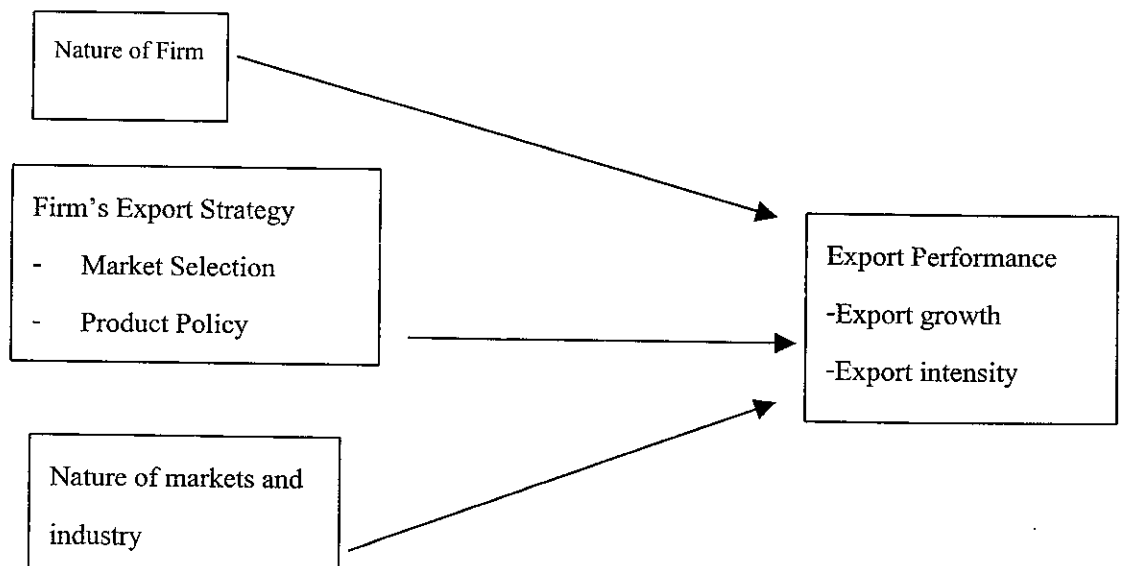
แนวความคิดในงานวิจัยของ คูเปอร์ และ เคนท์สมิธ (Cooper and Kleinschmidt, 1985) คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่องค์กรเลือกใช้มีความสัมพันธ์อย่างมากกับความสามารถในการส่งออก ความสามารถในการส่งออกสามารถวัดได้จากความถี่ในการส่งออกและการเจริญเติบโตของยอดส่งออก แทนการวัดแบบเดิมที่มุ่งแต่ใช้ยอดขายจากการส่งออกเพียงประการเดียว

กลยุทธ์การส่งออกสัมพันธ์กับปัจจัยในตัวสินค้าและตลาด ขอบเขตของการวิจัยมุ่งเน้นไปที่ ส่วนผสมทางการ กลยุทธ์ทางการตลาดในงานวิจัยถูกระบุคำจำกัดความของกลยุทธ์การตลาด ในเรื่องของตลาดที่เลือกไว้ และนโยบายผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของทั้งผลิตภัณฑ์และตลาด

การวิเคราะห์ลักษณะขององค์กรเป็นประโยชน์ต่อการจัดการทรัพยากรขององค์กรนั้น ซึ่งมีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกด้วย มีการวิจัยก่อนหน้านี้หลายครั้งที่แสดงข้อมูล ว่าลักษณะขององค์กรสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออก ในงานวิจัยของ Cooper and Kleinschmidt (1985) ก็ได้ระบุไว้ว่าลักษณะขององค์กรเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ในการส่งออก มีตัวแปร 5 ชนิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาลักษณะขององค์กรในงานวิจัยฉบับนี้คือ

1. ประชากรในองค์กร
2. การยอมรับการจัดการในเรื่องเงินไขการตลาด
3. ผลประโยชน์ของกิจการที่แตกต่างกัน
4. กิจกรรมสนับสนุนการส่งออก
- 5 เป้าหมายและจุดประสงค์

ผลของงานวิจัยของ Cooper and Kleinschmidt (1985) แสดงว่ากลยุทธ์การตลาดที่ องค์กรเลือกนั้นมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความสามารถในการส่งออก (ผลของการศึกษาตัวแปรด้านลักษณะขององค์กร ลักษณะของตลาด และลักษณะของอุตสาหกรรม) ในการวัดแบบพลวัต (Dynamic Measure) อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมากต่อการเลือกกลยุทธ์ทางการส่งออก กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์อย่างมากกับความสามารถในการส่งออก ในการวัดแบบสถิตย์ (Static Measure) ความถี่ในการส่งออกมีความสัมพันธ์น้อยต่อกลยุทธ์ในการส่งออก

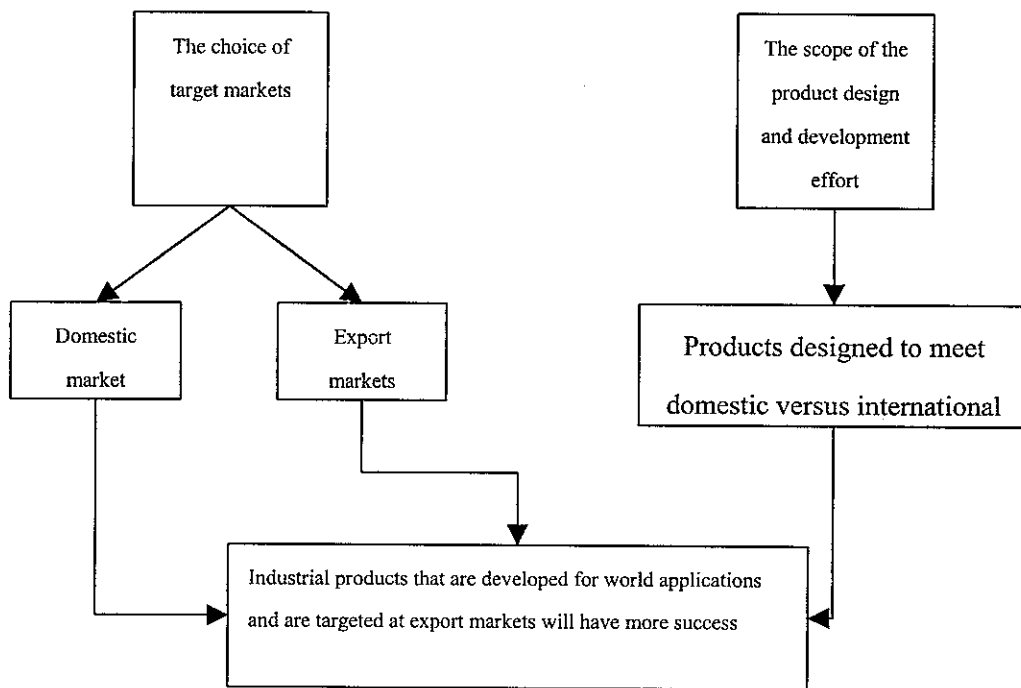


ภาพที่ 4 A Conceptual Model of the Role of Export Strategy on Export Performance

Cooper and Kleinschmidt (1985) ยังกล่าวไว้ว่าการประสบความสำเร็จของกิจการหรือการเติบโตของกิจการประเภทอุตสาหกรรมการผลิตนั้น จะขึ้นอยู่กับความสามารถในขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (introduce new products) ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น ต้องใช้กลยุทธ์ 2 อย่าง คือ

1 การเลือกต้องตลาดเป้าหมาย (Target market) ซึ่งรวมถึงการเลือกตลาดเป้าหมายในประเทศ และ ตลาดส่งออกได้ถูกต้อง

2 ลักษณะแบบสินค้าและการพัฒนาของสินค้า (Product design and Development) คือ การที่สินค้ามีความตรงกับความต้องการทั้งในประเทศและต่างประเทศแตกต่างกันอย่างไรรวมไปถึงนวัตกรรมของสินค้าด้วย ความสัมพันธ์เหล่านี้แสดงให้เห็นได้ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กรอบแนวความคิดของ Cooper and Kleinschmidt

กรอบแนวความคิด

งานวิจัยฉบับนี้ได้แนวความคิดมาจากทฤษฎี Competitive Advantage of the Nation โดย Porter (1980) ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการวัดความสามารถในการแข่งขันของประเทศประกอบไปด้วยปัจจัยภายใน ความต้องการภายใน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวคิดของ A Conceptual Model of the Role of Export Strategy on Export Performance

จากผลงานวิจัยของ Cooper and Kleinschmidt (1985) ซึ่งได้ชี้ว่าลักษณะของกิจการ ลักษณะของตลาดและอุตสาหกรรม กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ มีผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออก แต่การศึกษาในครั้งนี้ได้แนวคิดเหล่านี้มาประยุกต์ศึกษาเฉพาะกรณีความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งปัจจัยที่นำมาศึกษาออกเป็นลักษณะของธุรกิจ คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกองค์กร

<u>ปัจจัยภายใน</u>	<u>ปัจจัยภายนอก</u>
1. ลักษณะของธุรกิจ	1. ลักษณะของอุตสาหกรรม
2. ความสามารถของธุรกิจ	2. ลักษณะของตลาด
3. ลักษณะของการจัดการ	3. ความช่วยเหลือจากภาครัฐ
4. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	
5. กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการส่งออก	

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ มีความสำคัญอย่างมากต่อกิจกรรมการส่งออก การที่กิจการสามารถตัดสินใจว่าจะส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ผู้มีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจในการตัดสินใจจะดูจากทรัพยากรภายในที่ธุรกิจมีอยู่ ความสำเร็จของกิจกรรมการส่งออกจะขึ้นอยู่กับปัจจัยลักษณะของธุรกิจ ความสามารถของธุรกิจ ข้อจำกัดของธุรกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อกลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดการเพื่อเลือกกลยุทธ์ของธุรกิจนั้น (Porter, 1980)

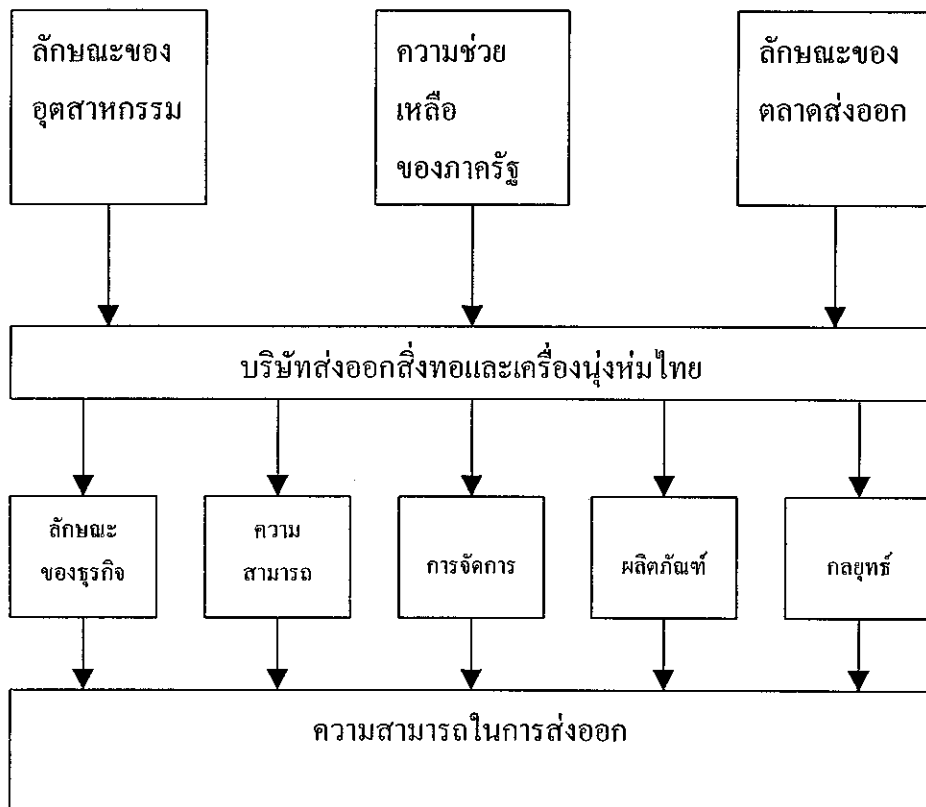
การหาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การส่งออกและความสามารถในการส่งออกนับเป็นประเด็นสำคัญของการวิจัยในครั้งนี้ กลยุทธ์ในการส่งออกได้ถูกชี้ชัดว่าเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสามารถในการส่งออก องค์กรธุรกิจที่สามารถปรับกลยุทธ์การส่งออกให้เหมาะสมกับสภาพตลาดของตนจะมีความสามารถในการส่งออกที่สูง

อุตสาหกรรม คือกลุ่มของธุรกิจที่ผลิตสินค้าอย่างเดียวกันใกล้เคียงกัน หรือสามารถใช้แทนกันได้ลักษณะของอุตสาหกรรมที่ถูกนำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการส่งออก คืออัตราการผลิตเฉลี่ยต่อปี และความเป็นไปได้ของตลาด และจำนวนคู่แข่ง

ลักษณะของตลาดจะก่อให้เกิดทั้งปัจจัยบวกและปัจจัยลบต่อความสามารถในการส่งออก กล่าวคือเป็นทั้งโอกาสและข้อจำกัดในเวลาเดียวกัน ปัจจัยที่สร้างโอกาสให้ตลาด ได้แก่ การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ความต้องการของตลาด ปัจจัยที่สร้างข้อจำกัดให้แก่ตลาดคือการกีดกันการค้า ระยะทางและปัจจัยทางกายภาพ

ความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ เป็นปัจจัยในการสนับสนุนความสามารถในการส่งออก ในหลายประเทศมีวิธีการส่งเสริมที่หลากหลายแตกต่างกันไป เพื่อวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันคือส่งเสริมความสามารถในการส่งออกในประเทศของตน (Cavusgil & Czinkota, 1990)

ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเฉพาะกรณีการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังแสดงไว้ในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย