

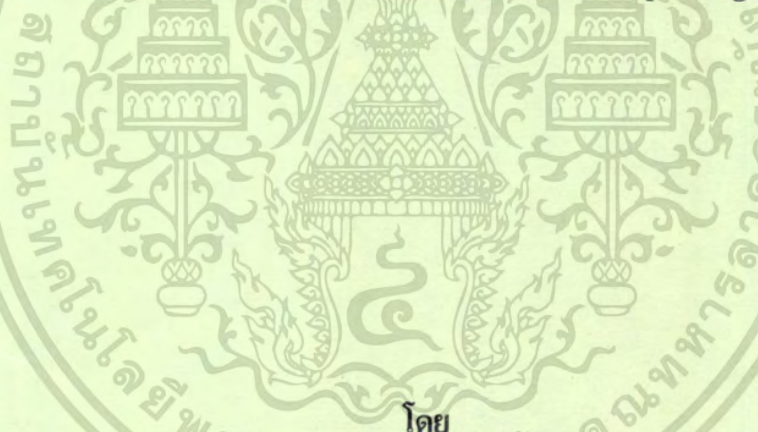


รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

ปัญหาของธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก

Problems of Thai-Silk Business for Exporting.



โดย

ผศ.ศิริจรรยา เกรือวิริยะพันธ์

ด้วยการสนับสนุนทุนการวิจัยจากเงินงบประมาณ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

2536

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

"ไหมไทย" เป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงมานาน ทั้งยังแสดงออกถึงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมไทย จนเป็นที่รู้จักและชื่นชมของชาวต่างประเทศ ผ้าไหมไทยรวมทั้งผลิตภัณฑ์ไหม จึงเป็นสินค้าที่สามารถส่งออกนํารายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มการส่งออก เพิ่มขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตามการส่งออกไหมไทยยังประสบปัญหาที่ต้องแก้ไขอยู่มาก การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงปัญหาของธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออกทั้งปัญหาในด้านการผลิต การตลาด กระบวนการส่งออก และแนวโน้มการส่งออก เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริม การตลาดส่งออกธุรกิจไหมไทยให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

ผลการศึกษาพบว่าตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สำคัญ และมีแนวโน้มการ ส่งออกที่ดีคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา ส่วนปัญหาการผลิต ของธุรกิจไหมไทยคือ การขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อใช้ในการผลิตผ้าไหมให้มีคุณภาพดี ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากต้องนำเข้าวัตถุดิบประเภทเส้นไหมจากต่างประเทศ ปัญหา ปริมาณการผลิตไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ส่วนปัญหาทาง ด้านการตลาดพบว่า ผ้าไหมไทยยังมีการพัฒนาและคิดค้นออกแบบเป็นสินค้าสำเร็จรูปน้อยมาก โดยเฉพาะในตลาดแฟชั่นโลก การพัฒนารูปแบบของสินค้ายังไม่ตรงกับความต้องการหรือรสนิยม ของผู้บริโภค ปัญหาราคาเส้นไหมพุ่งไม่สอดคล้องกับคุณภาพ เนื่องจากไม่มีการกำหนดขั้น มาตรฐานราคาซื้อขาย การเผยแพร่ข่าวสารภาวะการตลาดระหว่างประเทศยังอยู่ในขอบเขต จำกัด และปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย ซึ่ง สามารถผลิตผ้าไหมจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ส่วนปัญหาด้านการส่งออก ผู้ประกอบการจะพบ ปัญหาเรื่องระเบียบการตรวจสอบควบคุมคุณภาพมาตรฐานผ้าไหม ทำให้เกิดความล่าช้า สินค้า เสียหายระหว่างการตรวจสอบ ปัญหาการจัดส่งสินค้าทางอากาศซึ่งเสียค่าใช้จ่ายสูง ปัญหา เอกสารและขั้นตอนพิธีการศุลกากรที่ยุ่งยากซับซ้อน จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ส่งออกควรปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าให้ทันสมัยเหมาะสมกับแฟชั่นในฤดูกาลต่าง ๆ ให้ ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค โดยออก collection สินค้าใหม่ๆ เพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลง รูปแบบสินค้าอยู่เสมอ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าสามารถขายได้ใน ราคาสูง ควรสร้างเครื่องหมายการค้าให้กับสินค้าที่ผลิตและส่งออกเอง จัดกิจกรรมส่งเสริม การขายต่าง ๆ เช่น นิทรรศการงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ควรเน้นเรื่องการบริการส่งมอบ สินค้าตามเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า อาจแต่งตั้งตัวแทนขายเพื่อเป็นผู้ประสานงานและสร้างความ ประทับใจให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งของการส่งออกโดยเฉพาะตลาดที่มีการ แข่งขันสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Thai silk has been esteemed as one of Thailand's most famous handicrafts for a long time. It reflects the excellence and culture of Thailand and has won the admiration of foreigners. Not surprisingly, Thai silk and silk products are suitable for exportation and contribute considerably and with growing rates to Thailand's export earnings. However, the export of Thai silk still faces many problems that need urgent address. This study looks at the Thai silk industry's problems of production, marketing, exportation and export trends with the aim to gain information useful for forming a strategy which supports markets and promotes the exportation of silk.

A result which emerged from this study is, that the most important markets with the highest potentials for Thai silk and silk products exports are Japan, USA. The Netherlands and Canada. However, the silk producing industry has to deal with the following problems : Lack of high quality raw material used in the production of high quality silk; high investment costs of manufacturing facilities; the fact that silk threads have to be brought in from abroad; and uncertain volumes of production combined with the industry's dependence on skilled workers who are available in too high or too low numbers, depending on the season. As for the marketing problem it can be said, that the Thai silk industry is lacking ideas for developing and designing ready-to-wear products made from Thai silk, particularly for the international fashion

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

market. The products' designs do still not match the requirements and tastes of customers. The problem with the high silk thread costs is that they do not correspond with the quality because no standard prices for buying and selling have been fixed. Furthermore, only limited information about the market situation in other countries is available, and there also is increased competition from countries such as China and India which can produce silk for cheaper prices. Another problem facing the producers are rules concerning checks and controls of the silk's quality standard. The checking process causes delays and can damage the goods. Also, the freight costs are high and the customs documentation and regulations are complicated.

From all the problems mentioned above we arrive at the conclusion that the exporters should upgrade the designs and quality of their products in order to be up-to-date with the fashion trends of each season, and match the consumers' requirements by offering collections of new products with new design. This will add value to the products which can be sold for higher prices. The producers should create their own trademarks for the goods which they produce and export; they should initiate activities which increase sales such as trade fairs; and they should ensure that the goods reach the buyers on the agreed time. Furthermore, sales promoters could be appointed who link up with the customers. These are the more important factors of exportation, especially for markets with high competition.

คำนำ

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหมู่
ชาวต่างประเทศ เนื่องจากมีความสวยงามเฉพาะตัว ดังนั้นในภาพรวมของธุรกิจผ้าไหมและ
ผลิตภัณฑ์ไหมไทยเพื่อการส่งออก จึงน่าจะเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยในช่วงที่
ผ่านมายังขยายตัวในอัตราที่ไม่สูงเท่าที่ควร เนื่องจากธุรกิจไหมไทยต้องประสบปัญหาต่าง ๆ
มากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านการผลิต การตลาด ตลอดจนกระบวนการส่งออก ปัญหา
ดังกล่าวควรที่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องรับทราบเพื่อหาทางดำเนินการแก้ไขอย่าง
จริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อรักษาเอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมา และก่อให้เกิดการจ้างงานในภาค
ชนบท

ทำนนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ประกอบธุรกิจผ้าไหมเพื่อการส่งออก ที่กรุณาให้ข้อมูล
และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกรมการค้า
ต่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สมาคมไหมไทย
ขอขอบพระคุณ คุณรานธีร์ ปาตัก ผู้ช่วยวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลและอื่น ๆ
อีกมากมาย คุณสมศักดิ์ เกตุยี่ ผู้พิมพ์รายงานวิจัย และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
ลาดกระบัง ที่ได้สนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

ธันวาคม 2536

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ขอบเขตของการศึกษา	9
นิยามศัพท์	10
วิธีการศึกษา	11
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของธุรกิจไหมไทย	13
กลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง	15
กลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กและเป็นร้านค้าจำหน่าย	17
กลุ่มธุรกิจระดับชาวบ้าน	18
บทที่ 3 ภาวะการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	20
สถานการณ์ทั่วไปในการผลิต	20
ประเภทการผลิตของผ้าไหม	21
ธุรกิจการผลิตผ้าไหม	23
กระบวนการผลิตผ้าไหม	25
ภาวะการผลิตไหมของโลก	37
ปัญหาการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อการส่งออก	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ภาวะการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	45
ตลาดภายในประเทศ	45
การค้าไหมของโลก	52
การตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของโลก	54
โครงสร้างการส่งออก	55
ประเภทสินค้าที่ส่งออก	56
มูลค่าการส่งออก	59
ตลาดส่งออกที่สำคัญและแนวโน้มการส่งออก	61
ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ	72
ระเบียบการอนุญาตให้นำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร	79
การควบคุมมาตรฐานสินค้าผ้าไหม	83
แนวทางการขยายตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	87
แนวทางการลงทุนเพื่อการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย	89
ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	91
บทที่ 5 ผลการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	95
ลักษณะของการดำเนินงานของบริษัทส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย	96
ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยของผู้ประกอบการ	98
ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทและแนวทางแก้ไข	101
ข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก	102
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	114
สรุป	114
ข้อเสนอแนะ	116

เอกสารอ้างอิง

122

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยตั้งแต่ปี 2520-2530	3
2	มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยตั้งแต่ปี 2520-2533	4
3	เปรียบเทียบผลตอบแทนผ้าไหมกับน้ำหนักผ้าตารางเมตร	24
4	เปรียบเทียบลักษณะของรังไหมพันธุ์ต่าง ๆ	29
5	มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย	60
6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมเป็นรายประเทศ ปี 2535	70
7	ตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญ	76
8	ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทำด้วยผ้าไหม	77
9	ตลาดส่งออกผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมผม หูกระต่าย และเนคไท	78

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม	34
2	ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมขึ้น	35
3	ขั้นตอนการตลาดไหม	48



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

โดยทั่วไปแล้ว "หัตถกรรม" หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ โดยใช้แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ประกอบกับฝีมือที่ประณีตและความชำนาญที่ถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุคน เพื่อที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในการใช้สอย และมีความสวยงาม ซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้สร้างชื่อเสียงและทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จาก 2,308.7 ล้านบาทในปี 2520 เป็น 18,500 ล้านบาทในปี 2530 หรือมีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 26.8 ต่อปี (ตารางที่ 1)

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยประเภทหนึ่งที่มีชื่อเสียง และเริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ คือ "ผ้าไหมไทย" เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือในการผลิต มีความสวยงามและมีคุณค่าในการใช้สอย ซึ่งหาได้ยากสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว เพราะขาดแคลนแรงงาน ต้องใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตจึงขาดความประณีต ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าส่งออก ที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ พร้อมทั้งขยายตัวอย่างรวดเร็วในอนาคต สถานการณ์ดังกล่าวทำให้คาดได้ว่า การส่งออกผ้าไหมไทยจะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป การทอผ้าไหมนั้นมีแหล่งผลิตกระจุกกระจายทั่วประเทศ แต่แหล่งผลิตที่ใหญ่และสำคัญที่สุดอยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษและชัยภูมิ ตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวเส้นไหม จนถึงการนำเส้นไหมไปทอเป็นผ้าผืนสำหรับทำเครื่องนุ่งห่มและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เครื่องมือที่ใช้ทอเป็นก็ทอผ้าแบบพื้นเมือง ซึ่งต้องพุ่งกระสวยด้วยมือและมักทอเป็นผ้าผืน ชิ้นละไม่เกิน 2 หลา ใช้สำหรับทำผ้าถุงประเพณีโบราณซึ่งนิยมในแถบชนบท ต่อมาเมื่อมีผู้นำผ้าไหมไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ จนเป็นที่นิยมมากขึ้น มีผลทำให้การทอผ้าไหมแบบพื้นบ้านอย่างเดิมไม่สามารถรองรับความต้องการของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ จึงมีการพัฒนาไปสู่การผลิตในรูปของอุตสาหกรรมเพื่อการค้าเพิ่มขึ้น โดยพัฒนารูปแบบสินค้าที่ทอเป็นผืนสั้นๆ มาทอเป็นพับ เพื่อให้เหมาะสมในการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มตามสมัยนิยม รวมทั้งได้ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในบางขั้นตอนของการผลิต เครื่องทอผ้าได้ดัดแปลงเป็นกึ่งกระตุกเพื่อให้ทอได้เร็วขึ้น โดยยังใช้แรงงานฝีมือในการทอและใช้เส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นไหมพุ่งเพื่อคงเอกลักษณ์ของไทย

เนื่องจากผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ปัจจุบันการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมมีมูลค่าเป็นร้อยละ 2.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมและเป็นร้อยละ 2.05 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ นอกจากนี้ผ้าไหมยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น เพราะนอกจากจะใช้แรงงานเป็นปัจจัยในการผลิตซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของไทยที่มีแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตและเหมาะสมกับโครงสร้างของไทยที่มีแรงงานอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นการช่วยลดปัญหาการว่างงานในชนบท ผ้าไหมยังได้สร้างชื่อเสียงและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมเพิ่มขึ้นประมาณ 57.4 ล้านบาท ในปี 2520 มาเป็น 795.0 ล้านบาทในปี 2533 (ตารางที่ 2)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าในปัจจุบันผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จะมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและยังมีู่ทางการส่งออกที่น่าจะสดใส แต่ก็มีปัญหาที่ยังต้องเร่งแก้ไขอยู่มาก โดยเฉพาะด้านการผลิตที่มีปัญหาปริมาณการผลิตไม่แน่นอน เพราะขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานที่จะมีมากเฉพาะนอกฤดูกาลเพาะปลูกเท่านั้น และมีต้นทุนการผลิตเส้นไหมในประเทศค่อนข้างสูง เพราะขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยีต่าง ๆ ยังล้าสมัย และยังมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมที่ไม่สม่ำเสมอ ขาดการควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดไว้ ส่วนด้านการตลาดธุรกิจผ้าไหมยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาด เช่น การขนส่ง การจัดหีบห่อ ข่าวสารการตลาดเกี่ยวกับราคาและหลักเกณฑ์การค้า และขาดการวางแผนล่วงหน้าว่าตลาดลูกค้ำมีแนวโน้มจะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยตั้งแต่ปี 2520-2530

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2520	2,308.7	-
2521	2,645.7	57.9
2522	5,201.0	42.7
2523	6,692.5	28.7
2524	8,345.4	24.7
2525	8,928.4	7.0
2526	11,351.9	27.1
2527	12,466.8	9.8
2528	14,577.4	16.9
2529	16,500.0	13.2
2530	18,500.0	12.1

หมายเหตุ : การรวบรวมข้อมูลสิ้นสุดที่ปี 2530 เท่านั้น

ที่มา : (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2530)

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ตั้งแต่ปี 2520-2533

หน่วย : ล้านบาท

ปี	ผ้าไหม	ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	มูลค่ารวม
2520	33.4	24.0	57.4
2521	34.7	38.4	73.1
2522	41.0	58.3	99.3
2523	73.3	74.7	148.0
2524	138.7	88.0	226.7
2525	151.6	81.6	232.2
2526	170.5	76.2	246.7
2527	159.3	78.7	238.0
2528	196.5	73.2	269.7
2529	249.6	189.2	438.8
2530	306.3	158.7	465.0
2531	391.9	229.6	621.5
2532	492.6	330.8	823.4
2533	504.1	290.9	795.0

หมายเหตุ : ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ส่งออกโดยผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าของ
สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ที่มา : (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2534)

อย่างไร นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านราคา คือ ราคาที่ส่งออกสูง และปัญหาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีผลกระทบต่อ การส่งออก คือ การเปลี่ยนแปลงราคาส่งออก การเปลี่ยนแปลงการแลกเปลี่ยนเงินตรา และการเปลี่ยนแปลงรายได้ของประเทศคู่ค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึง ปัญหาของธุรกิจใหม่ไทยเพื่อการส่งออกอย่างแท้จริง เพื่อปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับ สภาพตลาดของแต่ละประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาของธุรกิจใหม่ไทยเพื่อการส่งออก ได้แก่ ปัญหาทางการผลิต การตลาด ตลอดจนกระบวนการส่งออก
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มการขายการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงปัญหาของธุรกิจใหม่ไทยเพื่อการส่งออก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นต่อการส่งออก และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและขยาย ตลาดส่งออกใหม่ไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำ ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจส่งออกใหม่ไทยให้ก้าวหน้า ยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย (2531) ได้ศึกษาเรื่องหัตถกรรมไทย โดยได้ทำ การศึกษาถึงประเภทผ้าไหม การตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การผลิต วัตถุประสงค์ รวมทั้งปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไข จากการศึกษาพบว่าตลาดร้อยละ 60-70 เป็นการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายภายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าที่สำคัญ ปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเส้นไหมยีนที่ผลิตได้ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับระเบียบควบคุมการส่งออก และปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการเผยแพร่ในต่างประเทศ

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2532) ได้ศึกษาถึงสู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ พบว่าการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศอัตราเฉลี่ยร้อยละ 50-70 ของความต้องการใช้ในประเทศ โดยนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้านการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.15 ด้านราคามีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ตลาดรับซื้อคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยได้รับสิทธิพิเศษภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมไหมไทยยังประสบปัญหาเรื่องเส้นไหมในด้านปริมาณคุณภาพและราคาจึงเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการส่งออกไหมไทยและผลิตภัณฑ์ ปัญหาดังกล่าวได้แก่ ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับแรงงานที่จะมีมากน้อยบ้างตามฤดูกาล ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหม ซึ่งต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่ไม่สม่ำเสมอและคงทน เนื้อผ้าไม่แน่นพอ ขาดความวามัน ผ้าเบื่อน้ำมัน ซึ่งในขณะนี้ระบบการควบคุมคุณภาพยังไม่แน่นอนสม่ำเสมอ ปัญหาทางด้านราคา คือต้นทุนการผลิตเส้นไหมยีนภายในประเทศค่อนข้างสูง เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตยังล้าสมัย และไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เป็นผลให้ราคาเส้นไหมยีนที่ผลิตได้ในประเทศค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับเส้นไหมยีนที่นำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของด้านการผลิตและคุณภาพมาตรฐานสินค้า ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนให้ความสนใจด้านนี้อย่างจริงจัง พร้อมทั้งร่วมมือกันพัฒนาด้านการผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพให้มากกว่าเดิม เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการใช้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

กรมส่งเสริมการส่งออก (2532) ได้ศึกษาถึงอนาคตของผ้าไหมไทยในตลาดภายในและภายนอกประเทศ สรุปได้ว่า ธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย จะยังคงความสดใสทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี 2532 ทำรายได้ให้ประเทศทั้งในรูปของการส่งออกและการขายภายในประเทศเป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีมูลค่ากว่า 2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยขณะนี้ มีมากกว่า 50 ประเทศ ทั้งทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา และ โอเชียเนีย โดยมีตลาดสำคัญๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ในปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตเส้นไหมดิบได้ อันดับที่ 7 ของโลก หรือเป็นอันดับ 5 ของเอเชีย รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ โดยแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญจะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและ ภาคเหนือ ซึ่งผลิตไหมดิบเป็นไหมพุ่งร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือจะเป็นไหมยืนมีไม่ถึงร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตทั้งหมด อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมของไทยในปัจจุบันยังมีปัญหาอยู่มากคือ ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการในการผลิต ส่วนใหญ่ยังคงเป็นการผลิตในครัวเรือนเป็นอาชีพเสริมจึงทำให้ปริมาณการผลิตไม่แน่นอน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ก็ยังคงไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ขวัญจิตร คงสมใจ (2534) ได้วิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์ไหมในระดับครัวเรือนเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการสำรวจจากครัวเรือนเกษตร ทั้งสิ้น 116 ครัวเรือนใน 4 จังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์และกาฬสินธุ์ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการใช้ผลิตภัณฑ์ไหมก็คือ ราคาผลิตภัณฑ์ไหมและรายได้ของครัวเรือน ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานเพื่อการทำนายผลิตภัณฑ์ไหมคือ ราคาผลิตภัณฑ์ไหมและจำนวนแรงงานที่ใช้ในกิจกรรมไหม นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ไหมในเขตเมืองทำให้ตลาดในเขตเมืองมีศักยภาพที่จะขยายตัวรองรับผลิตภัณฑ์ไหม ได้มากกว่าเขตชนบท ขณะเดียวกันการขยายตัวทางด้านอุปทานนั้น เขตชนบทมีศักยภาพสูงกว่า ดังนั้นในด้านนโยบายแล้ว อุตสาหกรรมหม่อนไหมสามารถส่งเสริมให้เป็นกิจกรรมที่เพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือนเกษตรกรได้ ซึ่งในที่สุดแล้วรายได้ที่เพิ่มขึ้นนี้จะนำไปสู่ความต้องการผ้าไหมและ ผลิตภัณฑ์ไหมในท้องถิ่นมากขึ้น

ชัยรัตน์ โมโนยพงศ์ (2533) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเลี้ยงไหมให้ประสบความสำเร็จ พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเหมาะสมที่จะส่งเสริมให้มีการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม เพราะว่าเกษตรกรมีประสบการณ์อยู่แล้ว ทั้งยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เอื้ออำนวย

เช่น พื้นที่ปลูกหม่อน แรงงาน สภาพภูมิอากาศ แต่การพัฒนาเป็นไปได้ช้า เพราะเกษตรกรยังใช้วิธีเลี้ยงไหมแบบเก่าๆ ที่เคยปฏิบัติมาแม้จะได้รับการอบรมแล้ว และยังคงมีทัศนคติว่ารายได้จากการเลี้ยงไหมเป็นเพียงอาชีพเสริมที่ทำในยามว่างเท่านั้น ปัญหาที่สำคัญอีกประการคือ การไม่ร่วมมือของหัวหน้าครอบครัว ส่วนใหญ่ยังมีความคิดว่าการเลี้ยงไหมเป็นงานของแม่บ้านและคนชรา จึงทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า สำหรับปัจจัยที่สำคัญที่สนับสนุนการเลี้ยงไหมให้ประสบความสำเร็จมีดังนี้ ต้องเป็นความต้องการของเกษตรกร มีพื้นที่ปลูกหม่อนเพียงพอ พ่อบ้านมีส่วนร่วมความสะอาดในการเลี้ยงไหม ไม่เลี้ยงไหมวัยอ่อนกับไหมวัยแก่ในโรงเรือนเดียวกัน การจ้างแรงงานเพิ่มเป็นครั้งคราว ควรอยู่ใกล้แหล่งผลิตไหมซึ่งมีคุณภาพ และงดการเลี้ยงไหมเหลื่อมรุ่นในอาคารเลี้ยงไหมเดียวกัน

ดร.วรณ สุวรรณวงศ์ (2534) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย โดยนำแบบจำลองทางเศรษฐมิติมาใช้ ในการกะประมาณสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา พบว่า ราคาส่งออกผ้าไหมของประเทศคู่แข่งชันและรายได้เฉลี่ยของประชากรในประเทศลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย

กรมส่งเสริมการส่งออก (2532) ในวารสารผู้ส่งออกได้รายงานเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยได้รับความสนใจ และการยอมรับจากชาวญี่ปุ่นทั้งในด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ดังนั้นปริมาณการจำหน่ายจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2531 ยอดขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยสูงถึง 130 ล้านดอลลาร์ และเฉพาะอย่างยิ่งใน 6 เดือนแรกของปี 2532 ยอดขายได้มากกว่า 100 ล้านดอลลาร์ จึงเป็นที่คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นอีกในช่วงปลายปี เพราะได้มีการเพิ่มชนิดของสินค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น ดังนั้นผ้าไหมไทยจึงมีโอกาสที่จะขยายตัวในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอีก หากมีการปรับปรุงคุณภาพผ้าไหมให้มีเนื้อนุ่มขึ้น สำหรับใช้เป็นชุดแต่งกายในชีวิตประจำวันได้นอกจากนี้ตลาดเริ่มให้ความสนใจที่จะใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบในการผลิตชุดชั้นใน และชุดนอนทั้ง

สำหรับสุขภาพบุรุษและสุขภาพสตรีมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผ้าไหมไทยจะมีลักษณะเฉพาะคือ เนื้อผ้า
ค่อนข้างแข็งและสีเป็นประกาย ทำให้การใช้มีโอกาสค่อนข้างจำกัด

กรมส่งเสริมการส่งออก (2533) จากบทความเรื่อง ชี้อาไหมไทยอนาคตแจ่มใส
ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ ในวารสารผู้ส่งออก สรุปได้ว่าธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์
ไหมของไทยยังคงความสดใสทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีที่ผ่านมาทำรายได้ให้
กับประเทศทั้งในรูปแบบของการส่งออกและการขายภายในประเทศ เป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยม
นิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีมูลค่ากว่า 2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดส่งออก
ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ขณะนี้มีมากกว่า 50 ประเทศ ทั้งทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา-
เหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา และโอเชียเนีย โดยที่มีตลาดสำคัญ ๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา
เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมยุโรป
ปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตเส้นไหมดิบได้ เป็นอันดับที่ 7 ของโลกหรือเป็นอันดับที่ 5 ของ
เอเชีย รองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ โดยแหล่งผลิต
ผ้าไหมที่สำคัญของไทยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งผลิตไหมดิบส่วนใหญ่
เป็นไหมพุ่งร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นไหมยืนมีไม่ถึงร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตทั้งหมด
อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมของไทยในปัจจุบันยังมีปัญหาอยู่มาก คือ ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้
ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ เพราะการผลิตส่วนใหญ่ยังคงเป็นการผลิตแบบใน
ครัวเรือน เป็นอาชีพเสริมปริมาณการผลิตจึงไม่แน่นอน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ไหมก็ยังไม่เป็น
มาตรฐานเดียวกัน การพัฒนาและการคิดค้นแปลงผ้าไหมไปประดิษฐ์เป็นสินค้าสำเร็จรูปยังมีน้อย

ของเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกไหมไทย ได้แก่
การศึกษาถึง ปัญหาทางด้านการผลิต การตลาด และการส่งออก โดยศึกษาข้อมูลจากบริษัท
เอกชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกไหมไทย เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (JIM THOMSON) บริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด ห้างหุ้นส่วน
จำกัด ทงเซ่ง บริษัทนารายณ์ จำกัด เป็นต้น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ
และเอกชน

นิยามศัพท์

กระสวย	หมายถึง	เครื่องบรรจุด้ายสำหรับทอหรือเย็บผ้า
กี่	หมายถึง	เครื่องทอผ้า
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	หมายถึง	สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหมเป็นสำคัญ เช่น เลื้อผ้า ผ้าเช็ดหน้า เนคไท ผ้าพันคอ เป็นต้น
ผ้าไหม	หมายถึง	ผ้าที่ทอในประเทศไทยด้วยไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไป ของน้ำหนักทั้งหมด ไม่ว่าจะทอด้วยมือหรือเครื่องจักร
ผ้าไหมไทย	หมายถึง	ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นเป็นส่วนประกอบ เพื่อการตกแต่งหรือไม่
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ไหม	หมายถึง	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่กำหนดขึ้นตามประกาศของ กระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งแบ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็น 14 ชนิด คือ เลื้อ กางเกง กระโปรง ชิน หรือโสร่ง เนคไท หรือโบว์ไท ผ้าพันคอ ผ้าคลุมผม ผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอนหรือปลอกเบาะ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดปาก ผ้ารองภาชนะที่มีขนาดกว้างตั้งแต่ 250 ม.ม. ขึ้นไป และผ้าม่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานผ้าไหม	หมายถึง	มาตรฐานผ้าไหมที่กำหนดขึ้นตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยให้แบ่งผ้าไหมไทยออกเป็น 8 ชนิด คือ ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก พิเศษ ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก ผ้าไหมไทยชนิดบาง ผ้าไหมไทยชนิดหนา ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก ผ้าไหมไทยชนิดหนาพิเศษ ผ้าไหมไทยชนิดหนามากพิเศษ และผ้าไหมไทยชนิดที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง
หม่อน	หมายถึง	ชื่อต้นไม้ชนิดหนึ่ง ใช้สำหรับเลี้ยงตัวไหม
หัตถกรรม	หมายถึง	กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ
ไหม	หมายถึง	สัตว์ชนิดหนึ่งในจำพวกผีเสื้อกลางคืน มีใยใช้ทอผ้า ซึ่งใยของสัตว์ชนิดนี้ เรียกว่า ไหม
อุตสาหกรรม	หมายถึง	การทำสิ่งของเพื่อให้เป็นสินค้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล		วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษานี้ มาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการที่ประเภทนี้มากที่สุด จำนวน 6 แห่ง มีรายชื่อดังต่อไปนี้

- 1.1 บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน)
- 1.2 บริษัทนารายณ์ จำกัด
- 1.3 บริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด
- 1.4 บริษัทวิคตอเรียไหม บุติก จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ท่างหุ้นส่วนจำกัด จรุงไทย

1.6 ท่างหุ้นส่วนจำกัด ทงเซ่ง

สำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่เลือกทำการสัมภาษณ์ในที่มีทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยที่การสัมภาษณ์ใช้คำถามที่มีการเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นคำถามที่เน้นให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาการประกอบธุรกิจและการส่งออกที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ประกอบธุรกิจแต่ละราย เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่างๆ รายงานการศึกษา บทความ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน เช่น กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก สมาคมใหม่ไทย เป็นต้น ได้เก็บรวบรวมสถิติข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลแบบอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออก ปริมาณการนำเข้าแยกรายประเทศของประเทศคู่ค้า เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิที่สามารถเก็บรวบรวมได้นั้น มาใช้ประกอบการอธิบายถึงปัจจัยที่เป็นปัญหาต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

บทที่ 2

สภาพทั่วไปของธุรกิจไหมไทย

ประเทศจีนเป็นประเทศแรกที่มีการใช้ "ผ้าไหม" มาเป็นเวลานานประมาณ 5,500 ปีมาแล้ว ต่อมาได้มีชาวจีนที่ลี้ภัยอพยพไปอาศัยในประเทศเกาหลี ทำให้ชาวเกาหลีเริ่มรู้จักและเลี้ยงไหม จากนั้นจึงมีการแพร่หลายไปยังประเทศญี่ปุ่น และทวีปยุโรปเรื่อยมา สำหรับประเทศไทยเริ่มเลี้ยงไหมในสมัยใดไม่ปรากฏ แต่จากหลักฐานที่ค้นพบสมัยกรุงสุโขทัย และกรุงศรีอยุธยา มีเรื่องราวเกี่ยวกับผ้าไหมรวมอยู่ด้วย การส่งเสริมการเลี้ยงไหมเริ่มต้นในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อปี 2444 ซึ่งตรงกับรัชกาลที่ 5 โดยมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นมาสำรวจและแนะนำการเลี้ยงไหม มีการเปิดโรงเรียนการทอผ้าไหม และในราวปี 2453 ไทยเริ่มส่งไหมดิบเป็นสินค้าออกแต่ยังมีปริมาณไม่มากนัก ต่อมารัฐบาลได้ยกเลิกการสนับสนุนการเลี้ยงไหม โดยสนับสนุนอาชีพอื่นแทน เนื่องจากตัวหนอนไหมเป็นโรค ทำให้เกิดภาวะขาดทุนมากเป็นเหตุให้ไม่มีการส่งออก

ในราวปี 2479 รัฐบาลได้เริ่มสนใจการเลี้ยงไหมและเริ่มต้นส่งเสริมอีก แต่ยังเป็นการทำ-หยุด-ทำ อยู่ตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงของภาวะทางการเมือง และเงินงบประมาณ รัฐบาลได้เริ่มทำกิจกรรมหลายอย่าง แต่ต้องประสบความล้มเหลวอยู่เสมอ เช่น ตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สั่งเครื่องสาวไหมจากประเทศอิตาลี แนะนำให้ชาวบ้านเลี้ยงไหม และส่งรังไหมมาจำหน่ายให้กับโรงงานสาวไหม ปรากฏว่าชาวบ้านไม่นิยมนำรังไหมมาขายให้กับโรงงาน เพราะชาวบ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันเฉพาะในครัวเรือน เพื่อนำมาทอผ้าขึ้นใช้เองตามประเพณีดั้งเดิม และไม่ประสงค์ที่จะเลี้ยงไหมเป็นอาชีพ อีกทั้งรังไหมที่โรงงานซื้อมีคุณภาพไม่ดีพอ ใช้สาวโยกกับเครื่องจักรไม่ได้ และไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ การจัดตั้งโรงงานสาวไหมของรัฐบาลจึงประสบความล้มเหลว แต่หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีผู้สนใจผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้น รัฐบาลจึงเพิ่มงบประมาณสำหรับทดลองเลี้ยงไหมให้กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทุกปี จนกระทั่งปัจจุบัน แผนการทดลองหลายแผนได้ปฏิบัติสำเร็จ โดยที่การทดลองจะเริ่มตั้งแต่การปรับปรุงวิธีปลูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นหม่อน การเก็บใบหม่อน วิธีการเลี้ยงหนอนไหม และการทอผ้าไหม ทำให้ในระยะเวลาต่อมาไทยสามารถส่งออกผ้าไหมได้มากกว่าใยไหมดิบ จนกระทั่งในปัจจุบันการทอผ้าไหมของไทยมีอยู่ทั่วไปทั้งในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่แหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทย คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีวัฒนธรรมที่เก่าแก่ตั้งแต่สมัยขอมโบราณ งานด้านหัตถกรรมซึ่งแต่เดิมเป็นการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ และเครื่องนุ่งห่มในครัวเรือน นับเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดมาแต่โบราณ ในปัจจุบันแม้ว่าวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้นมาจนทำให้สินค้าอุตสาหกรรมได้เข้ามาทดแทนเครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตขึ้นใช้เองในครัวเรือน ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ละทิ้งงานหัตถกรรมและนิยมใช้สินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีชาวบ้านอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่ละทิ้งงานหัตถกรรม ยังคงประดิษฐ์เครื่อง-หัตถกรรมอยู่อีกหลายประเภท เพียงแต่วัตถุประสงค์ในการผลิตได้เปลี่ยนไป คือแทนที่จะผลิตขึ้นเพื่อใช้เองกลับเปลี่ยนไปเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย สำหรับเป็นรายได้ที่นำมาจุนเจือครอบครัว ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมเหล่านี้ งานด้านหัตถกรรมถือเป็นอาชีพรองที่ทำรายได้เสริมให้กับครอบครัว นอกเหนือไปจากรายได้จากอาชีพหลัก คือ การเกษตร

เนื่องจากฝีมืองานด้านหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นมรดกอันล้ำค่าที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษยังคงมีอยู่เป็นจำนวนมาก และนับว่าควรค่าแก่การส่งเสริมพัฒนาขึ้นเป็นอย่างยิ่ง นอกจากกลุ่มชาวบ้านในชนบทจะทำงานหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมแล้ว ในพื้นที่ที่มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมกันอย่างแน่นหนา บางแห่งได้มีการผลิตกันอย่างจริงจังจนจัดตั้งขึ้นในรูปของธุรกิจ และอุตสาหกรรมอีกด้วย ปัจจุบันสินค้าหัตถกรรมที่มีการผลิตกันอย่าง เป็นลำเป็นสัน และมีปริมาณมากพอที่นำจะส่งเสริมได้ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม อุตสาหกรรมผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้าย และอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตลอดจนอุตสาหกรรมเครื่องประดับจากเงิน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ไหมนับเป็นสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญที่สุดชนิดหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภาคที่เป็นแหล่งปลูกหม่อน เลี้ยงไหม สาวไหม และทอผ้าไหมที่สำคัญที่สุดของประเทศ มีจำนวนครัวเรือนที่ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และผลิตเส้นไหมคิดเป็นร้อยละ 98 และ 94 ของจำนวนครัวเรือนเลี้ยงไหมและผลิตเส้นไหมรวมของประเทศ ผลิตภัณฑ์ไหมที่มีการผลิตได้แก่ รังไหม เส้นไหม และผ้าไหม เป็นต้น ลักษณะการประกอบการส่วนใหญ่เป็นการประกอบการ โดยลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน และกระจายกันอยู่เกือบทุกจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนในภาคอื่น เช่น ภาคเหนือมีการผลิตแต่เพียงส่วนน้อยเท่านั้น การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการสาวไหม จะนิยมทำกันในช่วงฤดูฝน เนื่องจากเป็นช่วงที่ต้นหม่อนเจริญเติบโตและสามารถให้ผลผลิตมาเลี้ยงตัวไหมได้อย่างเพียงพอ ในขณะที่การทอผ้าไหมมักนิยมทอกันในช่วงฤดูแล้ง ที่ว่างเว้นจากการประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร ส่วนการประกอบการในลักษณะอุตสาหกรรมโรงงานเริ่มจะมีการตื่นตัว และได้รับความสนใจจากนักลงทุนเพียงในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมาเท่านั้น การทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปัจจุบันมีการดำเนินการในรูปแบบที่แบ่งแยกออกจากกันอย่างเห็นได้ชัด 3 ประเภท คือ การดำเนินงานในลักษณะเป็นธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขนาดกลาง การดำเนินงานในลักษณะเป็นโรงงานขนาดเล็ก และเป็นร้านจำหน่าย และการดำเนินการผลิตในลักษณะเป็นการผลิตของชาวบ้านในครัวเรือน ซึ่งรายละเอียดของแต่ละแบบ มีดังนี้

กลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง

การผลิตผลิตภัณฑ์ไหมที่ดำเนินการในรูปของธุรกิจโรงงานขนาดใหญ่ และขนาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันมี 2 บริษัท คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) และบริษัทอินเตอร์ไกร จำกัด

บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) มีโรงงานตั้งอยู่ที่ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นกิจการขนาดใหญ่ที่มีการพัฒนามาแล้วกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

30 ปี มีการลงทุนกว่าพันล้านบาท มีการดำเนินงานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหมไปจนกระทั่งการทอผ้าไหม และการจัดจำหน่ายซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งไปจำหน่าย ยังต่างประเทศ บริษัทมีสำนักงานสาขา และเอเจนต์จำหน่ายในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ ๑ ด้วย แต่เดิมกิจการของบริษัทจะเน้นด้านการตลาด ส่วนการผลิตได้ใช้วิธีแบ่งงานออกไปให้ ชาวบ้านผลิต ต่อมาเนื่องจากประสบปัญหาด้านการควบคุมการผลิต และการควบคุมคุณภาพ บริษัทจึงพัฒนาการผลิตขึ้นเอง จนกระทั่งในปัจจุบันการผลิตส่วนใหญ่ได้พึ่งพาผลผลิตจาก โรงงานของบริษัทเอง มีการรับซื้อจากชาวบ้านในสัดส่วนที่น้อยลง

บริษัทอินเตอร์ไกร จำกัด มีโรงงานตั้งอยู่ที่ หมู่ 1 ตำบลเมืงเยเพีย อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เป็นกิจการขนาดกลางมีเงินลงทุนประมาณ 10 ล้านบาท ผลิตและส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ไหม และพรมทอมือ โดยผลิตเองในโรงงานส่วนหนึ่งและแจกจ่ายให้ ชาวบ้านผลิตในครัวเรือน ภายใต้การควบคุมการผลิตและควบคุมคุณภาพของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจเยี่ยมชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของโรงงานเป็นประจำ บริษัทฯ จัดตั้งระบบการผลิตโดยวิธีว่าจ้างชาวบ้านโดยร่วมมือกับหน่วยงานพัฒนาชุมชนของรัฐ ในการจัดตั้งกลุ่มชาวบ้าน จัดการฝึกอบรมทั้งทางด้านเทคนิค ความเข้าใจในการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และชักชวนความเข้าใจในด้านกฎเกณฑ์ของการผลิตเพื่อป้อนโรงงาน ในการนี้ บริษัทฯ ได้ช่วยเหลือให้ชาวบ้านกว่า 200 ครอบครัว ให้มีรายได้เพิ่มเติมและมีงานทำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายพัฒนาชุมชนของรัฐบาลด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตประมาณ 6,000 ตารางเมตรต่อปี แต่เดิมบริษัทฯ ผลิตสินค้าส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออก ในกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากเห็นว่าควรจะมีกิจกรรมทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการผลิต บริษัทฯ จึงปรับเปลี่ยนมาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ ใกล้เคียงกับตลาดมากที่สุด และสามารถศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดต่างประเทศ ชัดเจน ในปัจจุบันแม้ว่าบริษัทฯ จะสามารถติดต่อหาตลาดส่งออกได้เอง แต่การตลาดของ บริษัทฯ ยังค่อนข้างแคบอยู่ สมควรที่จะมีการพัฒนาด้านการตลาดควบคู่ไปกับการผลิตเพื่อให้มี ตลาดที่กว้างขวางและมั่นคงยิ่งขึ้น อนึ่งในการดำเนินการดังกล่าวบริษัทฯ ยังขาดข้อมูลข่าวสาร และคำแนะนำเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศของสินค้าหัตถกรรมอยู่มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กและเป็นร้านจำหน่าย

ในกลุ่มนี้มีการดำเนินงานในรูปแบบเป็นร้านค้า และโรงงานทอผ้าไหมขนาดเล็ก กิจการในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มต้นการทอผ้าไหมในครัวเรือนมาช้านาน จนได้รับความนิยม และกิจการได้มีการขยายตัวขึ้นจนเป็นการประกอบธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามมีกิจการเพียงจำนวนน้อยที่ดำเนินงานในเชิงอุตสาหกรรม และจดทะเบียนเป็นโรงงาน อุตสาหกรรม ส่วนใหญ่จะจัดตั้งเป็นร้านค้าในรูปแบบห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของธุรกิจกลุ่มนี้ ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าไหมพื้น กำลังการผลิตของแต่ละร้าน ขึ้นอยู่กับจำนวนกี่ของร้านหรือโรงงาน ซึ่งค่อนข้างจะยืดหยุ่น และไม่แน่นอน โดยปกติ การผลิตต่อ 1 กี่ โดยคนทำงานวันละ 8-10 ชั่วโมง จะสามารถทอผ้าขนาดความยาวผืนละ ประมาณ 20 เมตรได้ประมาณ 10-15 ผืนต่อเดือน การผลิตของร้านหรือโรงงานขนาดเล็กเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะทอเองภายในร้านหรือโรงงาน และหากกำลังการผลิตไม่เพียงพอก็จะ แจกจ่ายให้กับชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงทอด้วย นอกจากนี้คนงานของร้านบางคนที่ทำงานมานานจนเป็นที่ไว้วางใจ ทางร้านอาจมอบกักระตุกให้คนงานนั้น ๆ ไปทำงานในครัวเรือน ของตนในลักษณะรับจ้างทออีกด้วย ดังนั้นกำลังการผลิตของร้านหรือโรงงานในกลุ่มนี้จึงกล่าว ได้ว่าค่อนข้างจะยืดหยุ่นได้มาก สินค้าที่ผลิตในกลุ่มธุรกิจประเภทนี้ ส่วนหนึ่งจะเป็นการผลิต เพื่อวางขายหน้าร้าน ซึ่งรูปแบบจะเป็นผลิตภัณฑ์พื้น ๆ ทำอยู่เป็นประจำ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็น การผลิตตามคำสั่งของผู้ซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร โดยที่ผู้ผลิตเหล่านี้จะไม่ มีกิจกรรมทางด้านการตลาดเลยในการขายสินค้านั้น ถึงแม้ว่าสินค้าจำนวนมากจะไปสิ้นสุดยัง ตลาดต่างประเทศก็ตาม ผู้ผลิตสินค้าเหล่านี้แทบจะไม่เคยติดต่อ หรือรับข้อมูลเกี่ยวกับความ ต้องการของตลาดต่างประเทศ ร้านจะเพียงทำการค้ากับผู้ที่มาสั่งซื้อเท่านั้น

ภาวะของกิจการอุตสาหกรรมไหมขนาดเล็กเหล่านี้ ในปัจจุบันค่อนข้างจะมีความ คงตัวและมีความเจริญเติบโตค่อนข้างช้า แม้ว่าภาวะด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่โดยรวม โดยเฉพาะตลาดส่งออกจะดีมากก็ตาม การผลิตโดยเฉพาะทอผ้าไหมค่อนข้างจะมีจำกัด

เนื่องจากอุปสรรคทางการเงินหมุนเวียน การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะในฤดู เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพาะปลูกและเก็บเกี่ยว และการขาดแคลนเส้นไหมในบางครั้ง ประกอบกับราคาที่ได้รับจากผู้ซื้อในกรุงเทพมหานครไม่มีใครจะเป็นที่ดึงดูดใจเท่าใดนัก อุปสรรคเหล่านี้ทำให้การรับคำสั่งซื้อเป็นไปอย่างค่อนข้างจำกัด ร้านหรือโรงงานไม่มีใครจะเต็มใจรับคำสั่งซื้อหรือรับปากสัญญา ด้านกำหนดระยะเวลาเท่าใดนัก เป็นผลให้สภาพการดำเนินธุรกิจเหล่านี้ไม่คงที่แน่นอน และมักไม่มีการพัฒนาหรือขยายตัวเท่าใดนัก หากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไข สภาพะการดำเนินธุรกิจคงจะต้องเป็นเช่นเดิมต่อไป ซึ่งตลาดอาจให้ความสนใจกับสินค้าอื่นๆ แทน เนื่องจากไม่สามารถได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร

กลุ่มธุรกิจระดับชาวบ้าน

หมายถึงกลุ่มที่มีการทอผ้าไหมเฉพาะในครัวเรือน ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในหมู่บ้านต่าง ๆ ที่มีการทอผ้าไหมอย่างเป็นลำเป็นสัน และมีชื่อเสียงพอสมควร การทอผ้าไหมในระดับชาวบ้านเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มในแต่ละหมู่บ้าน โดยที่ชาวบ้านจะซื้อเส้นไหมมาทอกันในครัวเรือน เมื่อทอเสร็จแล้วก็รวบรวมกันมาไว้ที่หัวหน้ากลุ่ม ซึ่งจะจำหน่ายให้กับผู้ที่มาขอซื้อหรือทางกลุ่มจะนำไปจำหน่ายในงานต่างๆ เป็นครั้งคราว มีบางกลุ่มที่เริ่มจะรับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อที่ไปจากกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากปัญหาอุปสรรคและความไม่เข้าใจกันและกัน ทำให้การผลิตตามคำสั่งซื้อดังกล่าว ยังไม่มีใครจะได้รับความนิยมและแพร่หลายเท่าที่ควร ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียนเพื่อนำไปซื้อเส้นไหม จากเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ ชาวบ้านขาดความจริงจังในการผลิตเนื่องจากทำเป็นเพียงอาชีพรองจากการเกษตร ชาวบ้านต่างทอผ้าตามรูปแบบที่ตนคิดขึ้นเอง หรือตามใจตนเองไม่มีการประสานงานกับกลุ่ม การดำเนินการจึงเป็นไปแบบตามมีตามเกิด ตามแต่คำสั่งและแรงจูงใจของชาวบ้านแต่ละครอบครัวในแต่ละหมู่บ้านเท่านั้น

ในภาพรวมอุตสาหกรรมผลิตเส้นไหม น่าจะเป็นอุตสาหกรรมที่จัดว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม และความต้องการในตลาดส่งออกมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ การดำเนินงานในอุตสาหกรรมนี้มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในภาคนี้อย่างกว้างขวาง ซึ่งหากมีการพัฒนาให้อุตสาหกรรมนี้เจริญเติบโตขึ้น การพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมากของภาค โดยที่ศักยภาพทางด้านการพัฒนาการผลิตมีความเป็นไปได้สูง ดังนั้นอุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จึงจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญชนิดหนึ่ง และน่าจะเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาการส่งออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



บทที่ 3

ภาวะการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

สถานการณ์ทั่วไปในการผลิต

ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมประเภทหนึ่งที่ทำขึ้นจากใยของตัวไหม และนำมาทอเป็นผ้าไหม ด้วยเครื่องมือที่ทำด้วยไม้ และเป็นการทอด้วยมือ อุตสาหกรรมไหมไทยจึงเป็นงานฝีมือที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย จนเป็นที่รู้จักและชื่นชมของผู้พบเห็นทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างประเทศ ผ้าไหมไทยรวมทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จึงเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง ที่สามารถส่งออกนํารายได้เข้าสู่ประเทศ โดยสังเกตได้จากมูลค่าส่งออก 365.9 ล้านบาท ในปี 2529 เพิ่มขึ้นเป็น 795.0 ล้านบาท ในปี 2533 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 117.27 นอกจากนั้นยังเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้าไหมมากกว่า 400,000 ครัวเรือน โดยเฉพาะประชากรทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนมาก ได้มีอาชีพทางด้านนี้ ดังนั้นจึงนับว่าไหมไทยมีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก

การทอผ้าไหมของไทย ส่วนใหญ่ทำกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปริมาณผลผลิตผ้าไหมไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานซึ่งมีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล รวมทั้งปริมาณเส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้า ซึ่งในการทอผ้าไหมต้องประกอบด้วยเส้นไหม 2 ชนิด ได้แก่ เส้นไหมยืน ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นเล็ก เหนียว และยาว และเส้นไหมพุ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นโต หยาบและสั้น ซึ่งเส้นไหมพุ่งที่ผลิตได้ในประเทศ มีลักษณะเป็นปุ่มปม เมื่อนำไปทอผ้าแล้ว ทำให้ผ้าไหมของไทย มีลักษณะสวยงามกว่าผ้าไหมของประเทศอื่นๆ จากคุณสมบัตินี้ ทำให้ชาวต่างประเทศ เปลี่ยนมานิยมใช้ผ้าไหมไทยมากขึ้น

ปัจจุบันเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมพุ่งหรือพันธุ์พื้นเมืองมีประมาณ 400,000 ครัวเรือน ร้อยละ 80 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัด ขอนแก่น อุบลราชธานี หนองคาย นครราชสีมา ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ และอื่นๆ ทั้งนี้การผลิตไหมพุ่งของเกษตรกรปกติจะมีประมาณ 900-1,050 เมตรกตันต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับเส้นไหมยืน ปริมาณการผลิตยังมีน้อยมาก ปัจจุบันมีผู้ผลิตเพียง 4 ราย ได้แก่ บริษัทจุลไหมไทย จำกัด บริษัทชยาธุรกิจ จำกัด บริษัทบุญมาเกษตรกรรมไหมไทย และศูนย์วิจัยและอบรมหม่อนไหม จังหวัดนครราชสีมา ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในปี 2534 ผลิตเส้นไหมพุ่ง มีปริมาณประมาณ 81.2 เมตริกตัน

ประเภทการผลิตของผ้าไหม

ผ้าไหมมีหลายประเภทแตกต่างกันไปในแต่ละแหล่งผลิต กรรมวิธีการผลิตก็จะแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปผ้าไหมที่ผลิตได้ในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ผ้าไหมไทย (Thai silk) คือผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่าจะมียี่สิบอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่ก็ตาม
2. ผ้าไหมจური (Thai Juri) คือผ้าไหมที่มีไหมแท้ปนอยู่ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด

แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตผ้าไหมไทยมากกว่าผ้าไหมจური เพราะเป็นที่นิยมของตลาด การผลิตผ้าไหมในปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยราชการหลายหน่วยงาน เช่น กรมประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้มูลนิธิศิลาปาศีในพระบรมราชินูปถัมภ์ ได้มีส่วนช่วยส่งเสริมการผลิตและเผยแพร่การใช้ผ้าไหมให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยได้จัดโครงการรวบรวมกลุ่มผู้ผลิตไหม และจัดวิทยากรให้คำแนะนำแก่ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม บั้นด้าย รวมไปถึงผู้ทอผ้าไหม โดยแนะนำการออกแบบลวดลายให้สวยงาม ซึ่งแตกต่างจากผ้าไหมที่ผลิตจากแหล่งอื่นๆ ของโลก แนะนำวิธีการผลิตที่ทันสมัยมาเผยแพร่ เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาดโลก

สำหรับผ้าไหมไทยนั้น ยังแยกออกได้เป็น ผ้าไหมพื้นเรียบ และผ้าที่มีลวดลายซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า ผ้าไหมมัดหมี่

ผ้าไหมพื้นเรียบ คือผ้าไหมที่มีสีสรรธรรมดาและผ้าไหมพิมพ์ลายเป็นลายไทย หรือลวดลายประดิษฐ์อื่นๆ โดยทอเป็นผืนยาวอยู่ในรูปพับ เพื่อให้สะดวกในการนำไปตัดเย็บใช้ประโยชน์ตามต้องการ ซึ่งมักมีทั้งผ้าเนื้อบางสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้าและผ้าเนื้อหนา สำหรับตกแต่งเครื่องเรือน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก

ผ้าไหมมัดหมี่ คือผ้าที่มีลวดลายต่างๆ โดยการมัดข้อมเส้นไหมให้มีสีสรรและลวดลายตามที่ต้องการก่อนจะนำไปทอเป็นผืนผ้า การมัดหมี่นี้มี 3 ชนิด คือ มัดหมี่เส้นพุ่ง มัดหมี่เส้นยืน มัดหมี่เส้นพุ่งและเส้นยืน สำหรับของไทยนั้น ส่วนใหญ่จะทอเฉพาะผ้าไหมมัดหมี่เส้นพุ่ง การทอผ้าไหมมัดหมี่โดยทั่วไปแล้วยังอยู่ในลักษณะหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทอกันตามชนบทโดยนิยมทอเป็นผืนผ้า มีความยาวไม่เกิน 2 หลา ซึ่งเหมาะสำหรับทำผ้าถุง ขนาดของผ้าไหมชนิดนี้จึงค่อนข้างแคบ นิยมใช้ภายในประเทศเฉพาะในโอกาสที่ไปงานพิธีสำคัญต่าง ๆ และซื้อให้เป็นของขวัญเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันมีโรงงานทอผ้าไหมหลายแห่งที่ทอผ้าไหมมัดหมี่ในรูปผ้าผืนเป็นพับให้เหมาะกับการใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าตามสมัยนิยม

อย่างไรก็ตาม ผ้าไหมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ปัจจุบันยังสามารถแยกได้กว้าง ๆ เป็น 6 ชนิด คือ

1. ผ้าไหมเนื้อบาง ผ้าไหมจำพวกนี้จะมีน้ำหนักเบา มีน้ำหนักไม่เกิน หลาละ 80 กรัม เหมาะสำหรับทำผ้าพันคอ ผ้าคลุมผมและเสื้อผ้าเนื้อละเอียดบางเบา
2. ผ้าไหมเนื้อปานกลาง มีน้ำหนักไม่เกินหลาละ 100 กรัม เป็นผ้าไหมในวงการเครื่องนุ่งห่มเพราะไทยมีไหมพิมพ์ดอกงดงาม เป็นที่นิยมแพร่หลายและเป็นผ้าไหมเนื้อละเอียดเรียบ
3. ผ้าไหมเนื้อหนานปานกลาง น้ำหนักไม่เกินหลาละ 150 กรัม เหมาะสำหรับตัดเสื้อผ้าเมืองหนาว เพราะเป็นผ้าไหมเนื้อหนาเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอย่างยิ่ง
4. ผ้าไหมเนื้อแน่นหนา เหมาะสำหรับตัดเสื้อกางเกงผู้ชายหรือผู้หญิงในต่างประเทศ น้ำหนักไม่เกินหลาละ 200 กรัม
5. ผ้าไหมเนื้อหนา สำหรับทำมาน หรือเครื่องประดับบ้าน ผ้าไหมไทยจำพวกนี้มีน้ำหนักไม่เกินหลาละ 230 กรัม ผ้าไหมที่คุณภาพได้มาตรฐานจะต้องมีสีสรรแสงด้วย

6. ผ้าไหมเนื้อหนาหยาบ ซึ่งใช้กันมากในวงการเครื่องเรือนและเฟอร์นิเจอร์ เพราะทนทานและคงงามมาก มีน้ำหนักต่อหลามากกว่า 230 กรัม เนื้อผ้าไหมอาจจะแตกต่างกัน ตามแต่ความพอใจของผู้ใช้ เป็นผ้าไหมที่ทอยากและเสียเวลามากจึงมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่นๆ

ธุรกิจการผลิตผ้าไหม

ปัจจุบันธุรกิจการผลิตผ้าไหมโดยทั่วไป จะมีการผลิตอยู่ 3 ประเภทคือ

1. ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน และแจกตามประเพณีนิยม
2. การผลิตเชิงพาณิชย์เพื่อการขายปลีกและขายส่ง
3. การผลิตเพื่อการขายส่ง รวมถึงการส่งออกด้วย

ธุรกิจการผลิตผ้าไหมทั้ง 3 ประเภท สามารถแยกเป็นขนาดการประกอบการได้ดังนี้

การประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 1-20 เครื่อง (กึ่งทอมือ) คือการดำเนินกิจการ ที่ได้ผลดีในปัจจุบัน ต้นทุนการผลิตจะต่ำ สามารถควบคุมได้ทั่วถึง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการไม่ สูงมาก ผลผลิตผ้าไหมจะอยู่ในราวเดือนละ 2,000 - 3,000 หลา แล้วใช้วัตถุดิบประมาณ 3-4 ตัน/ปี

การประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 20-100 เครื่อง จะได้ผลผลิตผ้าไหมประมาณ เดือนละ 10,000-12,000 หลา ค่าใช้จ่ายในการควบคุมดูแลจะสูงขึ้น เนื่องจากจะต้องมีหน่วย จัดการเตรียมการผลิตที่ใหญ่ขึ้น การใช้วัตถุดิบจะใช้ประมาณปีละ 12-20 ตัน การพอกข้อมจะ ต้องทำวันละ 40-60 กิโลกรัม ปริมาณงานจะเกินกว่าความสามารถของระบบครอบครัวเดียวจะ ควบคุมได้ แต่ถ้าเป็นครอบครัวใหญ่มีกำลังคนมากพอก็จะดำเนินงานได้ ผลตอบแทนถ้าคิดเฉลี่ย/คน จะต่ำกว่าการประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 1-20 เครื่อง

การประกอบกิจการทอผ้าไหมตั้งแต่ 100 เครื่องขึ้นไป คือประกอบอุตสาหกรรมกึ่ง
หัตถกรรม การลงทุนจะสูงมาก เนื่องจากจะต้องมีการใช้เครื่องจักร เช่น เครื่องย้อม เครื่อง
สร้างไอน้ำ Steam เพื่อเป็นแหล่งกำเนิดพลังงาน จะต้องมีการว่าจ้างแรงงานฝ่ายควบคุมและ
วางแผนการผลิต

ผลตอบแทนที่ธุรกิจผ้าไหมจะได้รับจากการประกอบกิจการ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลตอบแทนผ้าไหมกับน้ำหนักรายตารางเมตร

น้ำหนักผ้าตารางเมตร	ราคาผ้า/1 เมตร/บาท
75	187
70	174
68	169
65	161
60	149
55	136
50	124

ที่มา : (เศรษฐ, 2533)

ถ้าพิจารณาราคาข้างต้น จะเห็นว่าผลตอบแทนที่โรงงานได้รับในการประกอบกิจการ
ผ้าไหม ซึ่งจะสนับสนุนข้อความข้างต้นที่ว่า โรงงานขนาดเล็กจะให้ผลตอบแทนสูงสุด เนื่องจากมี
ต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด เช่นในกรณีที่ราคาตลาดสูงขึ้นก็จะได้รับกำไรสูงสุด และเช่นกันในกรณีที่
ราคาของตลาดต่ำลงก็จะขาดทุนไม่มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตฟ้าไหม

การปลูกหม่อน หม่อนเป็นพืชยืนต้นขนาดปานกลาง ลำต้นมีลักษณะกลม ผิวเรียบไม่มีหนาม ใบใช้เป็นอาหารของตัวไหม เป็นพืชที่สามารถปลูกได้ในดินทุกชนิด ชอบดินร่วนปนทราย เพราะดูดซึมและระบายน้ำได้ดี การปลูกหม่อนจะอยู่ในระหว่างเดือนพฤษภาคม-กันยายน และเริ่มเก็บใบหม่อนไปเลี้ยงตัวไหมได้เมื่อต้นหม่อนอายุ 8 เดือนขึ้นไป

1. พันธุ์หม่อน พันธุ์หม่อนมีทั้งพันธุ์พื้นเมือง เช่น หม่อนมี หม่อนใบโพธิ์ หม่อนสา เป็นต้น และพันธุ์ต่างประเทศ เช่น หม่อนน้อย หม่อนตาดำ และหม่อนทองถิ่น เป็นต้น แต่หม่อนที่ทางราชการส่งเสริมมีอยู่ 2 พันธุ์ คือ หม่อนน้อย และหม่อนตาดำ เพราะเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง และมีอาหารธาตุสูงกว่าหม่อนชนิดอื่น

2. โรคและศัตรูของหม่อน โรคและศัตรูของหม่อนที่สำคัญ คือ

2.1 ตั๊กแตนยาว หรือหนอนเจาะลำต้น ทำอันตรายหม่อนโดยการแทะเปลือกของลำต้นและวางไข่ เมื่อไข่ฟักออกมาเป็นตัวหนอนก็จะเจาะเข้าไปในลำต้น กัดกินแกนกลางของต้นหม่อนเป็นอาหาร ทำให้ต้นหม่อนตาย การกำจัดต้องทำในระยะเป็นไข่จึงจะได้ผล โดยใช้ยาดีลตริน 0.05 เปอร์เซ็นต์ บำปตามรอยแผลที่ด้วงวางไข่ทุกวันครบ 7 วัน ไข่ก็จะฟ่อและแห้งไป

2.2 โรครากเน่า เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย โรคนี้จะเกิดเมื่อปลูกหม่อนไปได้ 1 ปี โดยรากจะเน่า ใบเหี่ยว และแห้งไปในที่สุด เป็นโรคที่ทำอันตรายร้ายแรงแก่สวนหม่อนเพราะไม่มีวิธีรักษา มีแต่วิธีป้องกันโดยปลูกหม่อนในที่ซึ่งน้ำไม่ขัง สำหรับสวนหม่อนที่เป็นโรครากเน่าควรไถทิ้ง และปลูกพืชหมุนเวียนสักระยะหนึ่งแล้วจึงปลูกใหม่

3. บริเวณที่ปลูกหม่อน การปลูกหม่อนควรปลูกใกล้บริเวณที่เลี้ยงไหม เพื่อสะดวกในการเก็บใบหม่อนสดมาเลี้ยงไหม บริเวณที่ปลูกหม่อนไม่ควรอยู่ใกล้กับโรงงานอุตสาหกรรม ไร่ยาสูบ และสวนผลไม้ต่างๆ เพราะพิษที่เกิดจากของเสียจากโรงงาน หรือพิษของนิโคตินจากใบยาสูบ หรือพิษของยามาแมลงจะปลิวติดสะสมและดูดซึมเข้าไปอยู่ในใบหม่อน เมื่อนำใบหม่อนไปเลี้ยงไหมจะเป็นอันตรายแก่ตัวไหมได้

การเลี้ยงไหม

1. พันธุ์ไหม พันธุ์ไหมที่เกษตรกรเลี้ยงในปัจจุบันมี 3 พันธุ์คือ

1.1 พันธุ์ไทยโดยแท้ เป็นพันธุ์พื้นเมืองที่เลี้ยงง่ายมีความต้านทานโรคดี สามารถพักเลี้ยงได้ตลอดปี (polyvoltine) เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมสามารถผลิตไข่ไหมได้ด้วยการวิธีง่ายๆ ไหมพันธุ์นี้จะให้รังไหมที่มีทั้งสีขาวและสีเหลือง ขนาดรังเล็กและบาง จึงให้ผลผลิตเส้นใยต่ำ จะเป็นไข่ไหมหรือบุยไหม (Floss) เสียมาก จำนวนรังไหมประมาณ 20,000 รังจะสาวไหมได้เส้นไหมหนักประมาณ 1 กิโลกรัมประมาณว่าเกษตรกรที่เลี้ยงไหมพันธุ์ไทยแท้มีจำนวนร้อยละ 20-30 ของเกษตรกรผู้เลี้ยงทั้งหมด

1.2 พันธุ์ไทยคัด เป็นพันธุ์ต่างประเทศ ซึ่งทางกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการคัดเลือกพันธุ์เพื่อแจกจ่ายให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงต่อไป เป็นพันธุ์ที่สามารถพักเลี้ยงได้ตลอดปี (Polyvoltine) เกษตรกรสามารถนำพันธุ์ไหมที่ได้รับมาผสมพันธุ์และขยายพันธุ์เองได้ มีเกษตรกรประมาณร้อยละ 60-75 ที่เลี้ยงไหมพันธุ์นี้ จำนวนรังไหมประมาณ 10,000 รัง จะได้เส้นไหมประมาณ 1 กิโลกรัม

1.3 พันธุ์ลูกผสม สำหรับการเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ ซึ่งเป็นพันธุ์ดีและนำมาผลิตเป็นเส้นไหมยี่ไนใช้ในการทอผ้านั้น แม้ว่าจะมีการเลี้ยงไหมในประเทศไทยมานานเกือบ 20 ปีแล้ว แต่เกษตรกรเริ่มจะนิยมเลี้ยงในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมาเอง เนื่องจากเกษตรกรเห็นว่าการเลี้ยงไหมพันธุ์นี้ได้ผลดี จึงสนใจเลี้ยงกันมากขึ้น พันธุ์ลูกผสม เป็นพันธุ์ไหมลูกผสมโดยใช้สายพันธุ์ทั้งพ่อและแม่จากต่างประเทศ ซึ่งทางศูนย์วิจัยและอบรมไหมนครราชสีมา กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการผสมข้ามพันธุ์ เลี้ยงทดสอบศึกษาพันธุ์และขยายพันธุ์เพื่อแจกจ่ายเกษตรกรนำไปเลี้ยงต่อไป ไหมพันธุ์นี้ให้รังหนา และได้เปอร์เซ็นต์เส้นใยไหมขึ้นดีสูง แต่เลี้ยงยากเพราะความต้านทานโรคน้อย ไหมพันธุ์ลูกผสมที่นิยมเลี้ยงกันในปัจจุบันเป็นการผสมพันธุ์ระหว่างพันธุ์สายเลือดจีนกับพันธุ์สายเลือดญี่ปุ่น และต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตไข่ไหมที่ยุ่งยากและซับซ้อน ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมไม่สามารถผลิตขึ้นใช้เองได้ จึงมี

เกษตรกรเลี้ยงไหมพันธุ์นี้เพียงร้อยละ 2-3 ซึ่งจะต้องผ่านการฝึกอบรมก่อนที่จะเลี้ยงพันธุ์ลูกผสมนี้ จะใช้รังไหมประมาณ 5,000 รัง จึงจะได้เส้นไหมหนักประมาณ 1 กิโลกรัม

ไหมพันธุ์ลูกผสม มีลักษณะรังสีขาว ทรงกลมรูปไข่ เปอร์เซ็นต์เปลือกรังสูงความยาว เส้นไหมประมาณ 1,000-2,000 เมตร ไข่ไหมมีลักษณะฟักเองตามธรรมชาติ ได้เพียงปีละ 1-2 ครั้ง แต่ก็สามารถบังคับให้ฟักตลอดปีเมื่อมีการนำไข่ไหมผ่านความเย็นที่อุณหภูมิต่างๆ แล้วทำการ ฟักเทียมด้วยกรดเกลือ

การเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ จะแตกต่างจากไหมพันธุ์ไทยเพราะต้องใช้ เทคนิคและวิชาการสมัยใหม่รวมทั้งเงินลงทุนค่อนข้างสูง เนื่องจากการใช้พันธุ์ต้องเป็นพันธุ์ใหม่ ลูกผสมที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตไข่ไหมเท่านั้น ซึ่งไหมพันธุ์ลูกผสมนี้ ไม่ใช่พันธุ์ดั้งเดิมของไทย ต้องนำ มาจากต่างประเทศถึงประมาณร้อยละ 60-70 โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญคือสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี ไต้หวัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

การเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ เกษตรกรต้องซื้อไข่ไหมจากผู้จำหน่ายไข่ไหม ไปเลี้ยง เกษตรกรไม่สามารถผลิตไข่ไหมได้เอง ในปัจจุบันกรมวิชาการเกษตร เป็นหน่วยงาน หลักที่ผลิตไข่ไหมและจำหน่ายให้แก่เกษตรกร นอกจากนี้ยังมีบริษัทเอกชน เช่น บริษัทจุลไหมไทย จำกัด จังหวัดเพชรบูรณ์ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด และบริษัทไทยซิลด์ โปรดักส์ จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้มีการนำเข้าไข่ไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้เกษตรกร ที่ร่วมโครงการกับบริษัทและเมื่อเกษตรกรผลิตรังไหมได้แล้ว จะนำมาขายให้กับบริษัท จากนั้น บริษัทจะนำมาสาวเป็นเส้นไหมจำหน่าย

การผลิตไข่ไหม

การผลิตไข่ไหมพันธุ์ไทยคัดและพันธุ์ลูกผสม เป็นเรื่องยุ่งยากและต้องใช้ทุนการผลิตสูง ทั้งนี้เพราะระยะเวลาเลี้ยงไหมสั้น ผู้เลี้ยงต้องเอาใจใส่เป็นอย่างดีรวมทั้งต้องคอยควบคุมอุณหภูมิ และสิ่งแวดล้อมตลอดระยะเวลาที่ทำการเลี้ยงไหม การผลิตไข่ไหมจึงจะได้ผล คือมีเปอร์เซ็นต์ การฟักไข่สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ทางราชการกองการไหม กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงรับหน้าที่ผลิตไหมพันธุ์ไทยคัดและพันธุ์ลูกผสม ดังกล่าว สำหรับแจกจ่ายให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงโดยมีสถานีผลิตไหมพันธุ์ไทยคัด 8 แห่ง ดังนี้ สถานีทดลองไหมบุรีรัมย์ สถานีทดลองไหมพุกไทสง สถานีทดลองไหมสุรินทร์ สถานีทดลองไหมหนองคาย สถานีทดลองไหมสกลนคร สถานีทดลองไหมร้อยเอ็ด สถานีทดลองไหมศรีสะเกษ และสถานีทดลองไหมชัยภูมิ

การผลิตรังไหม

การเลี้ยงไหมเพื่อเอาเส้นใยจะสิ้นสุดลงที่การทำรังของตัวหนอนไหม โดยปกติเมื่อการชักใยสิ้นสุดลง ผู้เลี้ยงไหมจะนำรังไหมไปมาตัวดักด้ก่อน เพื่อไม่ให้เจาะรังออกมา มิฉะนั้นจะเจาะรังเป็นช่วงๆ โดยปกติเส้นใยจะมีความยาวประมาณ 300-900. หลังจากนั้นจะนำไปสาวรังไหมโดยทั่วไปจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นตัวดักด้ประมาณ 80% และส่วนที่เป็นชั้นใยไหมประมาณ 20% ส่วนที่เป็นชั้นใยแบ่งได้เป็น 3 ชั้น คือ

1. ชั้นนอกเป็นบุยุ (Floss) ที่หุ้มส่วนเป็นรังไหมโดยรอบ มีลักษณะเป็นเส้นใยฟู มีสีเหลืองหรือขาวตามแต่พันธุ์ของไหม
2. ชั้นที่ 2 คือส่วนที่เป็นเปลือกรังไหม (Cocoon Layer หรือ Shell of cocoon) หรือส่วนที่ซึ่งมีใยไหมแท้ เรียงตัวเกาะกันแน่น หุ้มตัวดักด้อยู่ภายในกับส่วนที่เป็นเยื่อบางถัดจากชั้นเปลือกนอกซึ่งห่อหุ้มตัวดักด้อยู่
3. ชั้นในสุด เป็นตัวดักด้ที่พักตัวรอเวลาสำหรับกลายเป็นตัวผีเสื้อ

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะของรังไหมพันธุ์ต่างๆ

รังไหม	สี	ลักษณะภายนอก	%ของปุ๋ย	%ของเส้นไหมใหม่ในเปลือกรัง	ความยาวของเส้นไหมโดยเฉลี่ย
พันธุ์พื้นเมือง	เหลือง อมแดง	รูปไข่รียาว ปลายค่อนข้างแหลม	10-15%	8-13%	180-400 เมตร
พันธุ์ผสม	ขาว	รูปไข่ป้อม ปลายบาน	2-3%	13-17%	600-800 เมตร
พันธุ์ต่างประเทศ	ขาว	รูปไข่ป้อม ปลายบาน	1-2%	17-22%	800-1200 เมตร

ที่มา : (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2532)

การผลิตเส้นไหม

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการทอผ้าไหมคือเส้นไหม เส้นไหมนั้นต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตหลายขั้นตอน เริ่มจากการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหม และนำรังไหมที่ได้มาสาวเอาเส้นใยออกมา เส้นไหมที่สาวได้นี้แบ่งตามกรรมวิธีทอผ้าได้เป็น 2 ชนิด คือ เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน เส้นไหมทั้ง 2 ชนิดนี้ ต่างก็มีลักษณะและกรรมวิธีการสาวที่แตกต่างกัน

1. เส้นไหมพุ่งหรือเส้นไหมพื้นเมือง (Weft) เป็นเส้นไหมที่นอนขวางไปตามด้านกว้างของผืนผ้า มีลักษณะเส้นใหญ่หยาบ มีปุ่มบวมและไม่ค่อยแน่นเพราะสาวด้วยมือ การผลิตเส้นไหมพุ่งนี้ เป็นการสาวด้วยมือและใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิมโดยนำรังไหมพื้นเมือง (รังสีเหลือง) มาต้มแล้วสาวเส้นไหมออกมา เส้นไหมที่ได้จะเป็นเส้นไหมสีเหลืองต้องใช้เวลาในการสาวมาก

ซึ่งต่อมาทางราชการได้พัฒนาเครื่องสาวไหมพุ่งเพื่อให้สาวได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือเรียบและสม่ำเสมอขึ้น การสาวไหมพื้นเมืองนี้มีวิธีการสาว 2 แบบ คือ การสาวแบบ 2 ครั้ง และการสาวครั้งเดียว

1.1 การสาว 2 ครั้ง เป็นการสาวโดยแยกเส้นใยชั้นในกับเส้นใยชั้นนอก โดยการสาวครั้งแรกเป็นการสาวเส้นใยที่เป็นปุยนอก มีอยู่ประมาณร้อยละ 20-30 ของ ปริมาณเส้นใยทั้งรัง เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นใหญ่ หย่าและมีปมมาก ขนาดของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ชาวบ้านเรียกว่า ไหมสิบ หรือไหมสาม การสาวครั้งที่ 2 เป็นการสาวเส้นใยส่วนในของรังซึ่งเป็นใยไหมแท้ๆ เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นเล็กละเอียดและเรียบ ขนาดของเส้นไหมสม่ำเสมอ จัดเป็นเส้นไหมคุณภาพชั้นหนึ่งสามารถใช้ทำเป็นเส้นไหมย้อมได้ เรียกว่าไหมน้อยหรือไหมยอด โดยทั่วไปเรียกว่า ไหมหนึ่ง

1.2 การสาวครั้งเดียว เป็นการสาวรวมทั้งเส้นใยรอบนอกและเส้นใยชั้นในของตัวไหมไปพร้อมกัน เส้นไหมที่ได้มีขนาดใกล้เคียงกับไหมหนึ่งแต่มีลักษณะหย่าและมีปมปมคุณภาพจัดอยู่อันดับรองจากไหมหนึ่ง เรียกว่า ไหมสาวเลย หรือไหมสอง เส้นไหมที่สาวได้นี้ เป็นไหมดิบซึ่งต้องนำไปฟอกแช่น้ำด่างแล้วนำไปต้มเพื่อเอาทอไหมออก เส้นไหมที่ได้จะมีสีขาวนวล จากนั้นจึงนำไปย้อมสีและกรอเข้าหลอดเพื่อเตรียมทอผ้าต่อไป

ปัจจุบันนี้มีเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมเพื่อสาวเป็นเส้นไหมพุ่งอยู่ประมาณ 400,000 ครัว-เรือน แต่ทำในลักษณะอาชีพรองเพื่อไว้ทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว หรือทอขาย ส่วนเส้นไหมที่เหลือใช้ก็จะขายให้โรงงานทอผ้า จึงทำกันในปริมาณไม่มากนักประกอบกับเป็นการสาวด้วยมือซึ่งขึ้นกับฝีมือการสาวของแต่ละคน ผลผลิตเส้นไหมพุ่งที่ได้จึงมีลักษณะไม่แน่นอน คุณภาพเส้นไหมไม่สม่ำเสมอผู้ทอผ้าบางรายจึงนิยมใช้เส้นไหมของต่างประเทศ สำหรับเส้นไหมพุ่งที่นำเข้ามาปัจจุบันมี 2 ชนิด คือ ไหมดูเบียน (Doupion Silk) และไหมเนทีฟ (Native Silk)

ไหมดูเบียน เป็นเส้นไหมที่สาวจากรังชนิดแฝดหรือรังไม่ปกติ ซึ่งไม่สามารถนำไปสาวเป็นเส้นย้อมได้ เส้นไหมชนิดนี้มีลักษณะหย่า มีปมปม และเส้นใหญ่คล้ายไหมพื้นเมืองชนิดไหมหนึ่งและไหมสอง

ไหมเนทท์ เป็นเส้นไหมที่มีลักษณะเรียบ มีขนาดสม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีปุ่มบม เทียบได้กับเส้นไหมหนึ่ง ผู้ทอนิยมใช้เพราะมีคุณภาพแน่นอน สะดวกในการทอ

2. เส้นไหมย่น (Warp) เป็นเส้นไหมที่นอนไปตามความยาวของผืนผ้ามีลักษณะเป็นเส้นเล็กละเอียด เรียบสม่ำเสมอ และเหนียวกว่าเส้นไหมพุ่ง การผลิตเส้นไหมย่นนี้ เป็นการสาวด้วยเครื่องจักร ซึ่งต้องใช้ต้นทุนสูงจะทำในรูปโรงงาน มีการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอน รังไหมที่ใช้ในการสาวเส้นไหมย่นนี้จะต้องเป็นรังไหมที่มีคุณภาพ คือ

2.1 เป็นรังที่สาวเส้นใยออกได้ง่าย ไม่ขาดบ่อย มีเศษไหมน้อยและให้ปริมาณเส้นใยสูง

2.2 ความหนา-บางของรังไหม สม่ำเสมอตลอดกันทั้งรัง

2.3 เป็นรังซึ่งให้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ มีความเรียบเหนียว การยึดตัวและขนาดของเส้นไหมที่สาวได้ต้องสม่ำเสมอ

ในการผลิตเส้นไหมย่นต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์หลายชนิด เช่น เครื่องอบแห้ง หม้อต้มรังไหม เครื่องสาวไหม เครื่องกรอเส้นไหม เครื่องเข้าหลอด เครื่องตีเกลียวรวมทั้งเครื่องตรวจสอบคุณภาพเส้นไหม สำหรับเครื่องจักรสาวไหมนั้นสามารถแยกตามระบบการทำงานได้เป็น 3 แบบ คือ Common Relling Machine, Multi-ends Relling Machine และ Automatic Relling Machine

ส่วนที่นิยมใช้กันคือ การสาวแบบ Multi-ends และแบบ Automatic สำหรับแบบ Multi-ends นั้นใช้คนคุมคอยป้องกันรังไหม ซึ่งแบบนี้เหมาะกับรังไหมคุณภาพไม่ค่อยดี ส่วนแบบ Automatic นั้น เครื่องจักรจะหารังไหมเข้าไปป้อนเอง ถึงแม้ว่าจะใช้เครื่องจักรในการผลิต แต่แรงงานที่มีความชำนาญก็ยังจำเป็นในการคุมการทำงานของเครื่องในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพและในปริมาณมาก

การสาวไหมด้วยเครื่องจักรนี้ ต้องระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของรังไหมมาก เพื่อไม่ให้ติดขัดในระหว่างสาวซึ่งจะทำให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพต่ำ เส้นไหมที่สาวได้นี้เป็นเส้นไหมดิบซึ่งต้องนำไปควบ โดยนำเส้นไหมตั้งแต่สองเส้นขึ้นไปมารวมกันตามขนาดที่ต้องการและนำไปตีเกลียว

เพื่อให้เส้นไหมรัดกันแน่นเป็นเส้นกลมเรียบและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เรียกว่า เส้นไหมสำเร็จรูป ซึ่งต้องนำไปฟอกและย้อมสีเพื่อนำไปทอผ้าต่อไป (ภาพที่ 1)

สำหรับเส้นไหมยีนที่ชาวบ้านใช้ในการทอผ้าในสมัยก่อนนั้น คือเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือซึ่งมีเส้นเรียบสม่ำเสมอ เรียกว่า ไหมหนึ่ง แต่เมื่อการทอผ้าไหมขยายตัวออกไปในรูปการค้า ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ไม่พอกับความต้องการของโรงงานทอผ้า จึงต้องสั่งเส้นไหมยีนจากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งก็ต้องประสบปัญหาขาดแคลนเส้นไหมและราคาเส้นไหมสูงมากในบางช่วง จึงได้เริ่มมีการผลิตเส้นไหมขึ้นในประเทศเมื่อปี 2512 โดยบริษัทจุลไหมไทย จำกัด ต่อมาได้มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นอีกหลายรายและต่างก็ประสบกับปัญหาต่างๆ จนบางรายต้องเลิกกิจการไป ในปัจจุบันมีเอกชนผู้ผลิตเส้นไหมยีนในประเทศเหลืออยู่เพียง 3 ราย คือ บริษัท จุลไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดเพชรบูรณ์, บริษัท ชยาธุรกิจและการเกษตร จำกัด ที่จังหวัดชุมพร และบริษัท บุญมาเกษตรกรรมไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดอุดรธานี นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยและอบรมไหมของกรมวิชาการเกษตร จังหวัดนครราชสีมาอีกแห่งหนึ่งที่ทำการผลิตเส้นไหมยีน

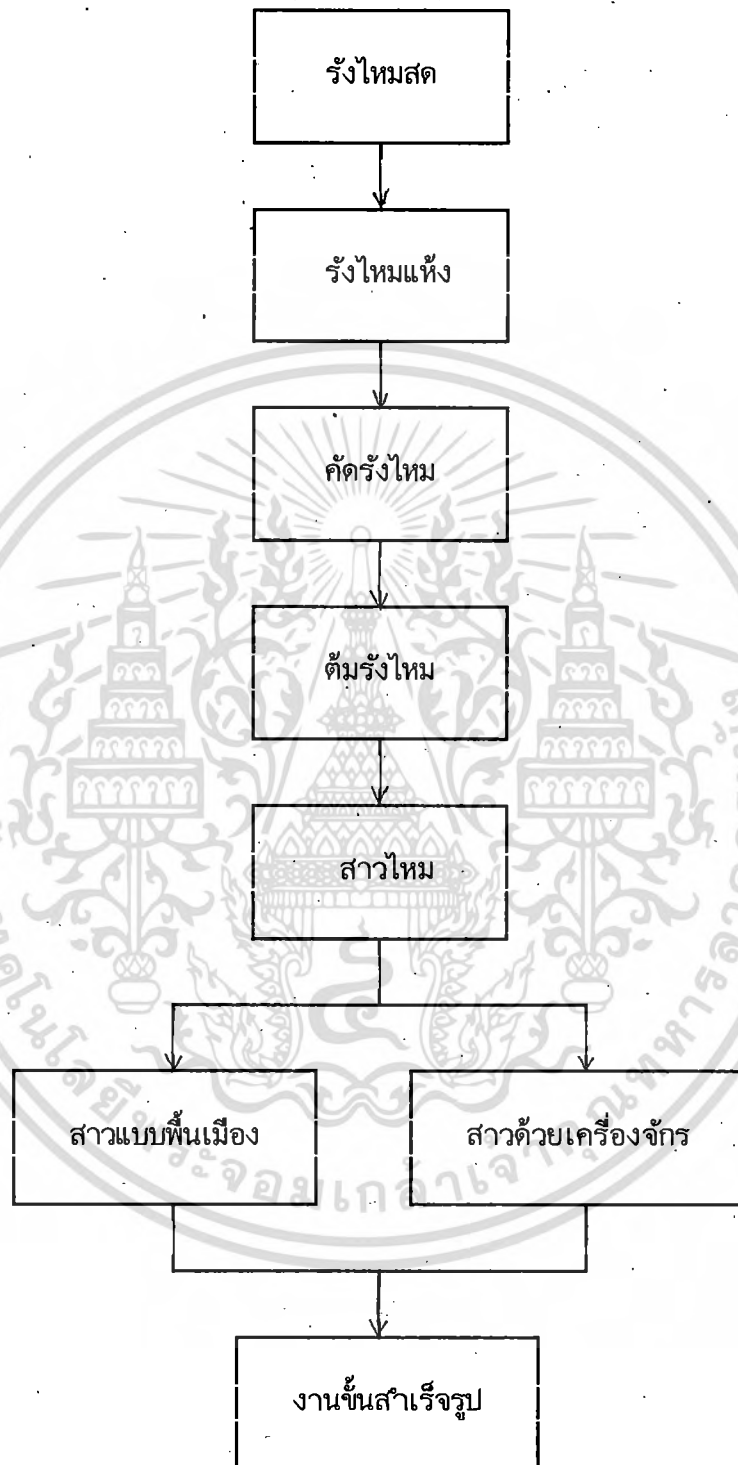
แหล่งผลิตรังไหมสำหรับสาวเส้นไหมยีนนั้น ส่วนใหญ่คือเกษตรกรในนิคมสร้างตนเองของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 15 แห่ง ตั้งอยู่ใน 10 จังหวัด ของภาคตะวันออก เฉียงเหนือ นอกจากนี้ก็มีโครงการหม่อนไหมสมเด็จพระเจ้าที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วิทยาลัยเกษตรกรรมปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และเกษตรกรรายย่อยอื่นๆ

พันธุ์ไหมที่ใช้เลี้ยงเพื่อนำรังไปสาวเป็นไหมยีนนี้ เป็นพันธุ์ต่างประเทศซึ่งจะให้เส้นใยปริมาณมากและมีคุณภาพดีเหมาะสำหรับใช้เป็นเส้นไหมยีนในการทอผ้า ส่วนใหญ่แล้วจะใช้ไหมที่สั่งจากประเทศญี่ปุ่น โดยทางบริษัทจุลไหมไทยเป็นตัวแทนในการสั่งซื้อเข้ามา นอกจากนี้ยังมีไหมพันธุ์ต่างประเทศผสมซึ่งทางศูนย์วิจัยและอบรมไหม นครราชสีมา ได้ค้นคว้าโดยนำพันธุ์ต่างประเทศสายญี่ปุ่นและสายจีนมาผสมกัน และขยายพันธุ์ออกเผยแพร่ ซึ่งแม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าไหมของญี่ปุ่นมาก แต่ก็ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก เพราะมีเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอดค่อนข้างต่ำ

เส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีปริมาณน้อยและมีปัญหาด้านคุณภาพผู้ผลิตจึงนิยมใช้เส้นไหมยี่ห้อจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าและมีคุณภาพดีกว่าเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตในประเทศ โดยเฉพาะในปี 2518 มีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากเพราะมีราคาถูก ทำให้ผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศต้องประสบปัญหาขายสินค้าไม่ได้และถูกกดราคารับซื้อ จึงทำเรื่องร้องเรียนมายังหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ทางกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าต่างประเทศ และกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้พิจารณาเห็นควรที่จะให้ความคุ้มครองและความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมเส้นไหมยี่ห้อในประเทศ โดยให้มาตรการควบคุมการนำเข้าเส้นไหมและมาตรการประกันราคาเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศ

อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมชนิดเซบและราคาเส้นไหมยี่ห้อในประเทศนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะการค้าผ้าไหมและภาวะการผลิตเส้นไหม โดยคณะกรรมการจัดซื้อและขายเส้นไหมยี่ห้อ ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่งตั้งขึ้นมาเป็นผู้พิจารณาอัตราส่วนที่ใช้ปัจจุบันคือ ร้อยละ 20 หรือคิดเป็นอัตราส่วนเส้นไหมยี่ห้อในประเทศต่อเส้นไหมนำเข้าเท่ากับ 1:10 ในราคาก็โลกรัมละ 1,250, 1,100 และ 900 บาท สำหรับเส้นไหมคุณภาพ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ

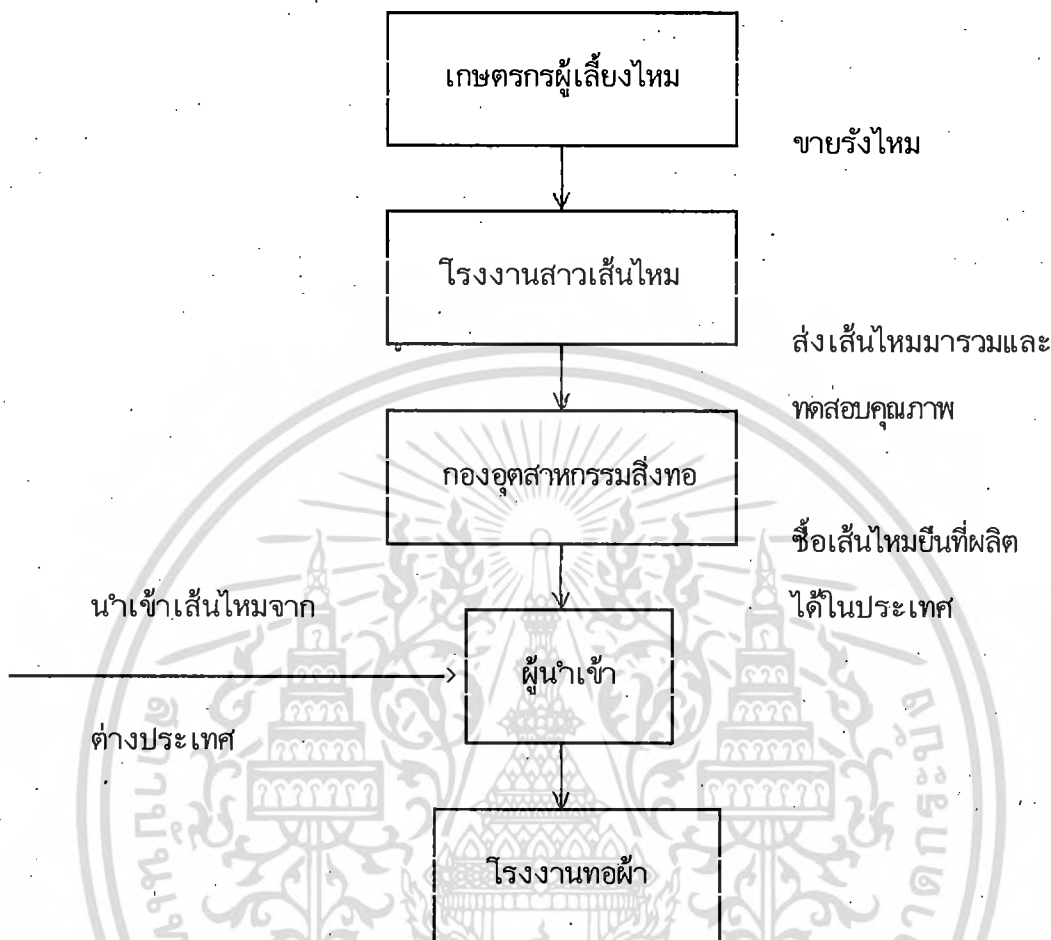
สำหรับขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศนั้น ทางผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศจะส่งมอบเส้นไหมที่ผลิตได้มารวมไว้ที่กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อทำการทดสอบกำหนดชั้นคุณภาพและราคาของเส้นไหม และรอจำหน่ายแก่ผู้นำเข้าเส้นไหมต่อไป ทางด้านผู้นำเข้าเส้นไหมนั้นจะต้องซื้อเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตในประเทศ จากกองอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในราคาที่กำหนดจากนั้นจึงนำหลักฐานการซื้อเส้นไหมยี่ห้อในประเทศไปยื่นต่อกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อขออนุญาตนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต่อไป (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม

ที่มา : (คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมขึ้น
ที่มา : (คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 25)

แม้ว่าจะมีการผลิตเส้นไหมได้ในประเทศ ทั้งเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมขึ้นแต่เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการของผู้ทอผ้าไหมในประเทศไทย โดยเฉพาะเส้นไหมขึ้นที่ต้องซื้อในราคาประกันที่สูงกว่าราคาเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก จึงยังมีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศสนับสนุนอีกทาง โดยนำเข้าในรูปเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับทำเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมขึ้น ปริมาณการนำเข้าเส้นไหมในแต่ละปีนั้นไม่แน่นอน ขึ้นกับราคาเส้นไหมในต่างประเทศและภาวะการค้าของผ้าไหม

เส้นไหมยี่ห้อจำหน่ายในท้องตลาดจึงมีทั้งที่ผลิตในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมของต่างประเทศทำให้มีปัญหาในการทอ และยังมีราคาสูงกว่าเส้นไหมจากต่างประเทศมาก จึงไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ผลิตผ้าไหมเท่าที่ควร ผู้นำเข้าเส้นไหมจึงต้องลดราคาเส้นไหมในประเทศลงมา และชดเชยส่วนที่ขาดทุนโดยเพิ่มราคาขายสำหรับเส้นไหมในต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตผ้าไหมต้องรับภาระโดยซื้อเส้นไหมต่างประเทศในราคาที่สูงกว่าปกติ

การทอผ้าไหม

การทอผ้าไหมของไทยโดยทั่วไปยังคงดำเนินการอยู่ในรูปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งทำกันในครัวเรือนเป็นอาชีพรองจากการเพาะปลูกโดยเกษตรกร จะทำการผลิตเองในทุกขั้นตอน นับแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และการสาวไหม เกษตรกรมักเก็บเส้นไหมส่วนใหญ่ที่สาวได้คือประมาณ ร้อยละ 60 ไว้สำหรับทอผ้าเอง ส่วนที่เหลือจำหน่ายแก่โรงงานทอผ้า การทอผ้าในลักษณะนี้ทำกันในแทบทุกครัวเรือนแห่งละไม่เกิน 4 กี่ สำหรับที่ทอเป็นอุตสาหกรรมในโรงงานนั้น มักอยู่ในรูปโรงงานขนาดย่อม ซึ่งมีกี่ทอผ้าเฉลี่ยประมาณ 30 กี่ ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และกระจัดกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่มีการเลี้ยงไหม เช่น ที่นครราชสีมา ขอนแก่น ชัยภูมิและสุรินทร์ เป็นต้น ส่วนโรงงานทอผ้าไหมขนาดใหญ่มีไม่กี่แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศมาช้านานแล้วก็คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด หรือที่นิยมเรียกว่าจิมทอมป์สัน ซึ่งได้พัฒนาระบบการผลิตไปในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรมมีการจัดขบวนการผลิตเป็นขั้นตอน เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ประโยชน์ในการประหยัดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

แม้ว่าจะมีการนำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอน แต่การผลิตผ้าไหมของไทยก็ยังคงต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในขั้นตอนของการทอผ้าด้วยมือ และขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ทอที่จะทำให้ผ้าที่ทอได้มีเนื้อแน่นสม่ำเสมอ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการทอนั้นเดิมเป็นที่ทอผ้าแบบพื้นเมือง (พุ่งกระสวยด้วยมือ) ซึ่งทอได้ช้า ต่อมาได้พัฒนามาใช้กี่กระตุก ซึ่งสามารถทอได้เร็วกว่าและมีประสิทธิภาพสูงกว่า จากการใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือนี้เองทำให้ผ้าไหมไทยมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะสวยงามเป็นพิเศษ ต่างจากผ้าไหมของต่างประเทศที่ทอด้วยเครื่องจักรและเป็นข้อได้เปรียบในการขายแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

วิธีการทอผ้าไหม

การทอเป็นวิธีการผลิตผ้าไหม โดยใช้เส้นไหมตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปนำมาขัดกันเป็นมุมฉาก เส้นไหมที่วิ่งในเครื่องทอตามแนวยืนเรียกว่าไหมยืน เส้นไหมที่ตั้งฉากกับด้านยืนเรียกว่าไหมพุ่ง การทอคือการนำไหมพุ่งไปขัดกับไหมยืน เรียกกันว่าการทอลายขัดหรือการทอธรรมดา

การทอผ้าไหมอาจทอได้หลายวิธี เช่นเดียวกับการทอผ้ามาตรฐานทั่วไป ได้แก่การทอลายขัดหรือการทอแบบธรรมดา (Plain Weave) การทอลายสอง (Twill Weave) การทอตัวน (Satin Weave) นอกจากนี้ยังมีการทอแบบตกแต่งหรือทอให้เป็นลวดลาย ได้แก่การทอแบบยกดอกเล็กๆ หรือ Dobby Weave การทอแบบยกดอกขนาดใหญ่ หรือ Jacquard design

วิธีการทอผ้าไหมที่นิยมในปัจจุบันคือ การทอแบบธรรมดาหรือการทอลายขัดเป็นการทอที่ง่ายที่สุด ผ้าที่ทอแบบลายขัดมีลักษณะเรียบเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน ความเรียบเสมอกของผ้าทอแบบลายขัดทำให้เหมาะที่จะใช้เป็นผ้าพิมพ์ ดังจะเห็นได้จากผ้าไหมพิมพ์ที่เป็นที่นิยมและมีการจำหน่ายกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

คุณสมบัติของผ้าไหมในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผ้าไหมที่ทอแบบลายขัดเกือบ 99% จะมีคุณสมบัติแตกต่างกันก็เฉพาะโครงสร้างของผ้าไหมเท่านั้น

ภาวะการผลิตไหมของโลก

การผลิต

ในช่วงปี 2526-2530 การผลิตไหมดิบของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ปี 2526 ผลิตมีประมาณ 51,701 เมตริกตัน เพิ่มขึ้นเป็น 63,419 เมตริกตันในปี 2530 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศผู้ผลิตไหมดิบรายใหญ่ของโลกจะอยู่ในทวีเอเชีย ที่สำคัญได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และญี่ปุ่น โดยในปี 2530 มีผลผลิตไหมดิบรวมกันประมาณร้อยละ 85.4 ของผลผลิตไหมดิบรวมของโลก ทั้งนี้จะเป็นผลผลิตของสาธารณรัฐประชาชนจีนร้อยละ 58 อินเดียร้อยละ 15 และญี่ปุ่นร้อยละ 12.4

สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดียมีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเคยเป็นประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลกกลับมีแนวโน้มผลผลิตลดลง ทั้งนี้เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดียต่างก็ให้ความสำคัญอย่างมากกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไหม ส่วนประเทศญี่ปุ่นประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงเมื่อเปรียบเทียบกับราคาซื้อขายในตลาดโลก ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมลดจำนวนลง ส่งผลให้ผลผลิตเส้นไหมลดลงในอัตราที่สูง สำหรับประเทศไทยยังเป็นประเทศผู้ผลิตรายเล็กอยู่ในอันดับ 7 ของโลก ผลผลิตเส้นไหมดิบมีเพียงประมาณร้อยละ 1.6 ของผลผลิตเส้นไหมดิบรวมของโลกปี 2530

ประเทศผู้ผลิตที่สำคัญ

1. ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน การเลี้ยงไหมในสาธารณรัฐประชาชนจีนเกิดขึ้นกว่า 1,000 ปีมาแล้ว ปัจจุบันเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ประมาณ 20 ล้านคน มีโรงงานสาวไหมและทอผ้าไหมรวม 820 แห่ง จำนวนแรงงานประมาณ 600,000 คน มีเครื่องสาวไหม 1.4 ล้านเครื่อง และเครื่องทอผ้าไหมใช้มือ 150,000 เครื่อง

สาธารณรัฐประชาชนจีนนับว่าเป็นประเทศผู้ผลิตรังไหมและเส้นไหมรายใหญ่ที่สุดของโลกปี 2532 สามารถผลิตรังไหมได้ถึง 420,000 เมตริกตัน คิดเป็นร้อยละ 60 ของผลผลิตในตลาดโลกและส่งออกมีส่วนแบ่งในตลาดส่งออกของโลกถึงร้อยละ 90

เท่าที่ผ่านมา การพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของสาธารณรัฐประชาชนจีน ต้องประสบปัญหาอยู่มากเพราะการซื้อขายกระทำโดยรัฐ ผ่านระบบสหกรณ์ รัฐเป็นผู้กำหนดราคารับซื้อ ทำให้ราคาการรับซื้อไหมของเกษตรกรค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเส้นไหมในตลาดโลก รวมทั้งราคาไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดภายนอกประเทศ อย่างไรก็ดี ในระยะ 4-5 ปี

ที่ผ่านมา สาธารณรัฐประชาชนจีนได้เปลี่ยนนโยบายจากการส่งออกแร่ใหม่และเส้นไหมเป็นส่งออก
ในรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก รวมทั้งมีการพัฒนาด้านอุปกรณ์และ
เทคโนโลยีในด้านการทอ พิมพ์และการย้อมสีไหม เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออกสู่ตลาดโลก
ในปี 2534 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีนโยบายส่งสินค้าไหมออกนอกประเทศ โดยกำหนด
เป็นเส้นไหมร้อยละ 25 ผ้าไหมร้อยละ 35 และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 40

2. ประเทศอินเดีย โดยทั่วไปการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของอินเดียยังไม่ได้รับการ
พัฒนาอย่างทั่วถึงทั่วประเทศ เพราะประชากรมีเป็นจำนวนมากและกระจุกกระจาย ทำให้การ
พัฒนาต้องใช้เวลาพอสมควร

ปัจจุบันอินเดียสามารถผลิตไหมได้ปีละ 9,489 เมตริกตันต่อปี และส่งออกจำหน่าย
ต่างประเทศปีละประมาณ 5,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ตลาดไหมภายในประเทศกว้างขวาง
มาก ประชาชนนิยมนำไปทำผ้าสำหรับ และยังมีความจำเป็นต้องสั่งเส้นไหมเข้าจากสาธารณรัฐ
ประชาชนจีนปีละประมาณ 2,000 เมตริกตัน

ขณะนี้อินเดียมีโครงการกู้เงินจากต่างประเทศ มาพัฒนาอุตสาหกรรมหม่อนไหมประมาณ
1,000 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายในระยะ 12 ปีข้างหน้า จะผลิตเส้นไหมให้ได้ 2.4 เท่าของ
ของกำลังการผลิตในปัจจุบัน หรือเท่ากับประมาณ 20,000 เมตริกตันต่อปี

3. ประเทศญี่ปุ่น ในอดีตญี่ปุ่นรุ่งเรืองมาก ด้านการการค้าไหมและไหมเป็นสินค้าที่
นำรายได้เข้าประเทศมากกว่าสินค้าชนิดอื่น และถือเป็นสินค้าที่ช่วยเสริมเศรษฐกิจของชาติให้เข้ม
แข็ง และมีเงินตราต่างประเทศเพื่อใช้ซื้ออาวุธสงครามเสริมกำลังของประเทศ ต่อมาเศรษฐกิจ
เฟื่องฟูขึ้นมาก อัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตไหมซึ่งต้องใช้แรงงานมากสูงขึ้น
ตาม รัฐบาลต้องเข้าช่วยเหลืออุตสาหกรรมไหมโดยจ่ายเงินอุดหนุนมาตลอด เพราะเห็นว่า
ประเทศได้เคยเป็นหนี้บุญคุณไหมเป็นอย่างมากในอดีตที่ช่วยนำรายได้พัฒนาประเทศ ต่อมารัฐบาล
เห็นว่าควรยุติการจ่ายเงินอุดหนุน เพราะต้นทุนการผลิตสูงกว่าราคาสินค้าในตลาดโลกมากกว่า
1 เท่าตัว กิจกรรมหม่อนไหมในญี่ปุ่นจึงยุติลง

ปัจจุบัน ญีปุ่นมีเกษตรกรเลี้ยงไหมประมาณ 74,400 คน ผลิตเส้นไหมได้ปีละประมาณ 7,000 เมตริกตัน และนำเข้าไหมประมาณปีละ 11,000 เมตริกตัน ซึ่งส่วนใหญ่จะนำเข้าจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี 2534 ญีปุ่นมีนโยบายลดการผลิตเส้นไหมเหลือเพียง 1,000 เมตริกตันต่อปี และในอนาคตญีปุ่นไม่มีนโยบายผลิตไหมเป็นสินค้าหลักอีกต่อไป เพราะต้นทุนผลิต จากค่าแรงงานสูงมาก ฉะนั้น อุตสาหกรรมไหมในญีปุ่นจะลดความสำคัญลงมากในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า

4. ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ในระยะ 12-13 ปีที่ผ่านมา สาธารณรัฐเกาหลี สามารถผลิตเส้นไหมได้สูงมาก กล่าวคือในปี 2519 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมในประเทศมีประมาณไม่ เกิน 500,000 คน ผลิตรังไหมได้ประมาณ 41,700 เมตริกตัน (แปรรูปเป็นเส้นไหมดิบได้ ประมาณ 7,000 เมตริกตัน) แต่ปัญหาค่าแรงงานที่สูงขึ้นทำให้สาธารณรัฐเกาหลีต้องลดกิจกรรม การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เช่นเดียวกับญีปุ่น ประกอบกับในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ราคาไหมในตลาด โลกค่อนข้างต่ำ เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมลดลงเหลือเพียง 61,000 คน และผลิตเส้นไหมได้เพียง 1,170 เมตริกตัน

เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีมีอุตสาหกรรมทอผ้าไหมอยู่มาก จึงต้องสั่งเส้นไหมดิบจาก สาธารณรัฐประชาชนจีนปีละจำนวนมาก อย่างไรก็ตามในอนาคตสาธารณรัฐเกาหลีอาจประสบกับ ปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบเช่นเดียวกับญีปุ่น เพราะสาธารณรัฐประชาชนจีนจะลดการจำหน่ายเส้นไหม เป็นสินค้าออก ทำให้ประเทศผู้ผลิตผ้าไหมเกิดความเดือดร้อน

ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีจึงหันมาส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพิ่มขึ้นอีก การเพิ่มการผลิตของสาธารณรัฐเกาหลีคงจะเป็นไปได้โดยง่าย เพราะมีเทคโนโลยี พร้อมอยู่แล้วทุกด้าน สาธารณรัฐเกาหลีตั้งเป้าหมายว่าปี 2534 จะผลิตเส้นไหมเพิ่มขึ้นให้ได้ 19,000 เมตริกตันต่อปี และขณะนี้ได้ขยายพื้นที่ปลูกหม่อนแล้วเพื่อสนองนโยบายดังกล่าว

ปัญหาการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อการส่งออก

แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีความสวยงามเฉพาะตัวเพราะทอด้วยมือ ทำให้ได้รับความนิยม จากชาวต่างประเทศมาก แต่การส่งออกผ้าไหมของไทยในช่วงที่ผ่านมา ก็ขยายตัวไปในอัตราที่ไม่

สูงเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการทอผ้าไหมของไทยต้องประสบปัญหาหลายประการ ในด้านการผลิตดังนี้

1. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ในการจะทอผ้าไหมให้มีคุณภาพดีนั้น นอกจากจะขึ้นกับความชำนาญ และความประณีตของผู้ทอแล้วคุณภาพของวัตถุดิบคือเส้นไหมที่ใช้ทอก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะเส้นไหมฟองนั้นแม้ว่าจะผลิตกันมาช้านานแล้ว แต่เนื่องจากเกษตรกรทำการผลิตในลักษณะอาชีพรอง จึงไม่ได้ทำกันอย่างจริงจังและละเอียดที่จะปรับปรุงคุณภาพของผลผลิต อาทิ มีการปลูกต้นหม่อนตามบริเวณรอบที่อยู่อาศัยในเนื้อที่ไม่มากนัก และขาดการบำรุงดูแลเท่าที่ควร ขณะที่ใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ปลูกข้าวหรือพืชไร่ซึ่งทำเป็นอาชีพหลัก ทำให้ขาดแคลนใบหม่อนซึ่งเป็นอาหารสำคัญของตัวไหม นอกจากนี้การสาวไหมฟองยังเป็นการสาวด้วยมือและเป็นการผลิตกระจายไปตามครัวเรือนเกษตรกรเป็นจำนวนมาก ซึ่งยากแก่การควบคุมคุณภาพ ทำให้เส้นไหมที่สาวได้มีปริมาณไม่แน่นอนและมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผู้ทอผ้าจะต้องคัดเลือกเส้นไหมก่อนนำไปทอซึ่งมักจะใช้ได้เพียงร้อยละ 70-80 จึงมีผู้ทอผ้าบางรายเริ่มใช้เส้นไหมฟองจากต่างประเทศที่มีคุณภาพดีกว่ากันมากขึ้น เพราะทอสะดวกกว่า ซึ่งจะทำให้ผ้าไหมไทยมีความงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นเส้นฟองนั้น นับวันจะค่อยๆ สูญหายไปมากที่สุด และเกษตรกรอีกจำนวนไม่น้อยที่จะต้องขาดรายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมไป

ปัญหาดังกล่าวนี้ควรจะได้เร่งดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่องทั้งนี้เพื่อรักษาเอกลักษณ์ผ้าไหมไทยที่สืบทอดกันมาช้านานให้แพร่หลายต่อไป และก่อให้เกิดการจ้างงานในแถบชนบทเป็นจำนวนมาก สำหรับการปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมฟองนี้ควรเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากทางราชการ โดยการค้นคว้าหาทั้งพันธุ์หม่อนและพันธุ์ไหมที่มีความทนทานและให้ผลผลิตสูง ตลอดจนพัฒนาเทคนิคในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสมัยใหม่ และแนะนำให้เกษตรกรนำไปใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อให้ได้รังไหมที่มีคุณภาพดีเหมาะแก่การสาวไหม ขณะเดียวกันก็ควรมีการพัฒนาในด้านการสาวไหมควบคู่ไปด้วย โดยแนะนำให้เกษตรกรนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อช่วยให้สามารถสาวไหมได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอขึ้น

ดังนั้นแม้ว่าในระยะแรกนี้มาตรการคุ้มครองดังกล่าว ยังคงต้องดำรงต่อไปเพื่อที่จะให้อุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมยีนในประเทศ ที่ได้รับการส่งเสริมมาตั้งแต่แรกสามารถอยู่รอดและขยายต่อไป แต่ในขณะเดียวกันทางราชการและผู้ผลิตเส้นไหมยีนในประเทศควรจะร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในอันที่จะเร่งปรับปรุงการผลิตเส้นไหมยีนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับต่างประเทศ และสามารถลดต้นทุนการผลิตลง เมื่อถึงเวลานั้นมาตรการคุ้มครองดังกล่าวก็คงไม่มีความจำเป็นต่อไป และผู้ทอผ้าก็ไม่ต้องรับภาระต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดผ้าไหมไทยในต่างประเทศอีกต่อไป

2. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากการผลิตเส้นไหม ซึ่งต้องสาวด้วยเครื่องจักร นั้นยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทยอยู่หลายประการ โดยเฉพาะการขาดแคลนรังไหมที่มีคุณภาพดี ตลอดจนช่างที่มีความชำนาญ และเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้เส้นไหมยีนที่ผลิตในประเทศยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมกับต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้ทอ ทางภาครัฐบาลจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือเพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศโดยผู้นำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต้องซื้อเส้นไหมในประเทศชดเชยในราคาประกันที่กำหนดไว้ ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าของต่างประเทศ ทำให้ผู้ทอผ้าต้องรับภาระในการซื้อเส้นไหมคุณภาพดีที่นำเข้าจากต่างประเทศด้วยราคาที่สูงกว่าปกติ ต้นทุนของผ้าไหมที่ทอได้จึงสูงตามไปด้วยอันเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของผ้าไหมไทย สาเหตุที่ต้นทุนการผลิตเส้นไหมยีนของไทยค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี และญี่ปุ่น เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจาก :

2.1 ยังเป็นระยะเริ่มต้นของการดำเนินกิจการ ความชำนาญของแรงงานในการสาวไหมด้วยเครื่องจักร ความสามารถในการเลี้ยงไหมพันธุ์ผสมให้มีเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอด ยังไม่ดีพอจึงมีส่วนสูญเสียอยู่มาก

2.2 การผลิตของแต่ละโรงงานยังไม่เต็มกำลังการผลิตของเครื่องจักรเพราะขาดเงินทุนหมุนเวียน และขาดแคลนวัตถุดิบ คือ รังไหมคุณภาพดีสำหรับป้อนโรงงาน

2.3 เครื่องจักรของไทยยังล้าสมัยกว่าของต่างประเทศ ดังนั้น ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพจึงด้อยกว่า

2.4 ยังไม่มีการใช้ประโยชน์จากส่วนที่เสียไปตามขบวนการผลิตให้เกิดประโยชน์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ขาดการปรับปรุงระบบบริหารในด้านแรงงาน ทำให้ปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศขาดแคลน จึงมีการนำเส้นไหม Dupion เข้ามาใช้ ทำให้คุณภาพผ้าไหมไทยลดลง ผู้ผลิตบางรายลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผ้าไหมที่ออกมามีคุณภาพต่ำ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมนี้ เริ่มจากความคุมตั้งแต่การผลิตและใช้วัตถุดิบคือการคัดเลือกเส้นไหม การฟอก ย้อม ทอ และตกแต่งให้เหมาะสมกับสมัยนิยม แม้ว่าจะเป็นที่นิยมแล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่สม่ำเสมอและคงทนความแน่นของเนื้อผ้า ความวามันของผ้าไหม

4. ปัญหาเส้นไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบของการทอผ้าไหมต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก เส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศมากกว่าร้อยละ 90 เป็นเส้นไหมพื้นเมือง และเป็นผลผลิตที่กระจุกกระจาย กล่าวคือปัจจุบันเกษตรกรประมาณ 4 แสนครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 17 จังหวัด ทำการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมควบคู่กับการทำนา และมีพื้นที่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมประมาณ 3 แสนไร่ สามารถผลิตเส้นไหมได้ประมาณ 1,100 ตัน ดังนั้น ผลผลิตของแต่ละครัวเรือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 กิโลกรัม จึงทำให้มีปัญหาเรื่องการรวบรวมผลผลิต และปัญหาความสม่ำเสมอของคุณภาพเส้นไหม ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำเส้นไหมไปใช้ทอผ้าในอุตสาหกรรม ทำให้ต้องมีการนำเข้าเส้นไหมพุ่งในปี 2531 เป็นจำนวนประมาณ 1,100 ตัน สำหรับเส้นไหมลูกผสมต่างประเทศ การสาวไหมได้ดำเนินการในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรม จึงไม่มีปัญหาด้านความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพเส้นไหมแต่เนื่องจากการเลี้ยงไหมลูกผสมต่างประเทศต้องอาศัยเทคนิควิชาการสูงและต้องทำเป็นกิจกรรมอาชีพหลักเกษตรกรต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้การขยายผลผลิตเป็นไปอย่างช้าๆ

5. ปัญหาการทอผ้าไหม ผู้ประกอบการจะต้องลงทุนสูงกว่าการทอผ้าชนิดอื่นๆ และผ้าไหมเป็นผ้าทอมือ ต้องอาศัยแรงงานและความชำนาญของผู้ทอ ดังนั้นผู้ประกอบการมักจะประสบปัญหาเรื่องแรงงานในฤดูกาลทำนา และเสียเวลาการฝึกผู้ชำนาญการทอผ้าไหม

6. ปัญหาผลผลิตผ้าไหม ผลผลิตผ้าไหมขึ้นกับปริมาณเส้นไหมและแรงงานเป็นสำคัญ ทำให้ไม่สามารถทราบผลผลิตผ้าไหมที่แน่ชัดได้ ทั้งนี้เพราะ

6.1 ปริมาณผ้าไหม (เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน) ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการปลูกหม่อน ขึ้นอยู่กับราคาพืชไรชนิดอื่นที่ชักจูงใจของเกษตรกร และขึ้นอยู่กับปริมาณการเก็บเส้นไหมของเกษตรกรว่าจะเก็บไว้ทอผ้าเองในอัตรามากน้อยเพียงใด ปริมาณเส้นไหมที่หมุนเวียนในท้องตลาดจึงไม่แน่นอน

6.2 จำนวนแรงงาน แรงงานสำหรับผลิตผ้าไหมมักขาดแคลนในฤดูทำนา และเก็บเกี่ยว ตลอดจนระยะเวลาที่มีเทศกาลต่างๆ ระยะเวลาจำนวนแรงงานมีมากผลผลิตผ้าไหมจะมีปริมาณมากขึ้น และระยะใดที่แรงงานขาดแคลนผลผลิตผ้าไหมย่อมลดลง



บทที่ 4

ภาวะการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย เป็นสินค้าหัตถกรรมที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศ ขณะที่ความนิยมในหมู่คนไทยยังอยู่ในวงแคบ คือจำกัดอยู่ในเฉพาะผู้มีรายได้สูง นิยมใช้เฉพาะในงานพิธีสำคัญต่าง ๆ ที่จะใช้สวมใส่เป็นประจำนั้นมีน้อย หรือให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไหมมีราคาแพง และต้องระมัดระวังในการเก็บรักษาและทำความสะอาด ปัจจุบันมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมประมาณร้อยละ 40 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 60 เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งมีตลาดรองรับหลายประเภท คือ ตลาดระดับท้องถิ่น ตลาดในเมือง และตลาดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา ในแต่ละปีสามารถจำหน่ายสินค้าให้ชาวต่างประเทศได้ประมาณร้อยละ 15 ของรายจ่ายเพื่อการซื้อของทั้งหมดของนักท่องเที่ยว หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท

ตลาดภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้น สามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยในท้องถิ่น เป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัด และยากแก่การขยายตัว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ ผ้าไหมมัดหมี่ ที่ทอโดยเกษตรกรในชนบท ซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมเอง มักทอเป็นผ้าผืนขนาดชิ้นละไม่เกิน 2 หลา เหมาะสำหรับทำเป็นผ้าถุง ผู้ซื้อในตลาดนี้คือ ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรือคนไทยที่ยังนิยมนุ่งห่มผ้าตามประเพณีโบราณ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าไปว่าจ้างให้ชาวบ้านทอเพื่อนำไปขายในชุมชนอื่นต่อไป การซื้อขายในตลาดนี้จึงมีปริมาณไม่มากนักและอยู่ในวงแคบ

2. ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยในกรุงเทพมหานคร และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้เป็นพวกผ้าไหมสีพื้น หรือพิมพ์ลวดลายต่างๆ ลงไปด้วย รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งทอเป็นพับ เหมาะกับการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ไหมต่างๆ เช่น เนคไท ปลอกหมอนอิง กล่องอัญมณี เป็นต้น ผู้ซื้อในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มักจะซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากแก่เพื่อนฝูงญาติมิตรของตน สำหรับคนไทยนั้นก็มีบ้างแต่น้อย ในกรณีนี้ผู้จำหน่ายโดยทั่วไปเป็นร้านค้าขนาดเล็กซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ส่วนร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมักจะเป็นผู้ผลิตโดยมีโรงทอของตนเองทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ ดังนั้นตลาดแห่งนี้จึงขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและภาวะการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่การท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเป็นลำดับ ผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้

ขั้นตอนการตลาดไหมและผลิตภัณฑ์ไหมภายในประเทศ

ขั้นตอนการตลาดไหมและผลิตภัณฑ์ไหมนับแต่อยู่ในรูปของรังไหม จนแปรสภาพเป็นเส้นไหมและผ้าไหม มีขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมและเกษตรกรผู้สาวไหม ส่วนใหญ่มักเป็นรายเดียวกัน ทำการเลี้ยงไหม โดยส่วนหนึ่งจะได้รับบริการไข่ไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศจากหน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และบางส่วนจะใช้ไข่ไหมพันธุ์พื้นเมืองซึ่งผลิตได้เองในประเทศ รังไหมที่ได้จากการเลี้ยงไหมจะส่งตรงแก่โรงงานสาวไหมส่วนหนึ่ง ส่วนที่เหลือจะนำมาสาวเป็นเส้นไหมทั้งเพื่อจำหน่ายในรูปเส้นไหมแก่พ่อค้าคนกลางหรือโรงงานในท้องถิ่น และสำหรับทอผ้าไว้ใช้เอง

2. เกษตรกรผู้ทอผ้าไหม ปัจจุบันเกษตรกรผู้ทอผ้าไหมส่วนใหญ่จะเป็นการทอไว้เพื่อใช้เอง การทอเพื่อการค้าจะอยู่ในรูปการรวมกลุ่มทำการผลิต เพื่อจำหน่ายทั้งปลีกและส่งแก่ผู้บริโภคทั่วไปหรือแก่พ่อค้าคนกลางและร้านค้าในตัวเมือง

3. โรงงานสาวไหม โดยทั่วไปโรงงานสาวไหมจะมีการเลี้ยงไหมเองทั้งในรูปเลี้ยงเองโดยตรงและจำหน่ายพันธุ์ไข่ไหม ให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงเพื่อผลิตรังไหมมาจำหน่ายแก่โรงงาน โรงงานจะนำรังไหมที่ผลิตได้ทั้งหมดมาสาวเป็นเส้นไหม จำหน่ายแก่พ่อค้าคนกลาง และโรงงานทอผ้าทั้งในท้องถิ่นและในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การสาวไหมจะมีเศษไหมที่เหลือซึ่งโรงงานยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้ด้วย

4. โรงงานทอผ้าไหมในท้องถิ่น ในการทอผ้าไหมโรงงานจะรับซื้อเส้นไหมพุ่งจากโรงงานสาวไหมและพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น ส่วนเส้นไหมยืนจะนำเข้าจากต่างประเทศหรือสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง แต่ในบางครั้งจะใช้เส้นไหมหนึ่งเป็นเส้นยืน ผ้าไหมที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะส่งเข้ามาพอก ย้อมสี และแต่งสีในโรงงานในกรุงเทพมหานคร ก่อนส่งกลับไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีกและผู้ใช้ในท้องถิ่นนั้น ๆ

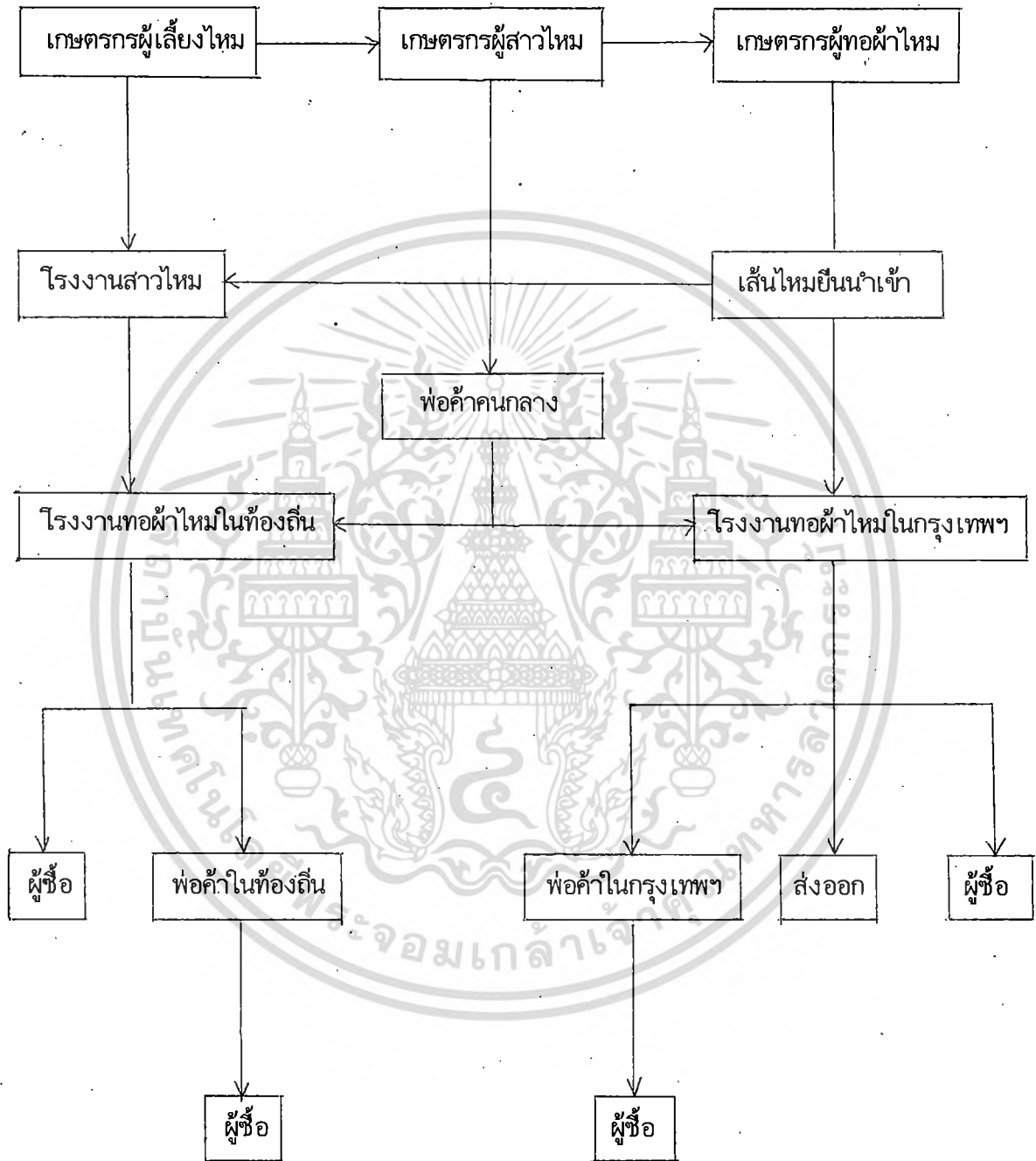
5. โรงงานทอผ้าไหมในกรุงเทพมหานคร การทอผ้าไหมจะใช้วัตถุดิบประเภทเส้นไหมยืน โดยซื้อจากพ่อค้าคนกลางหรือผู้นำเข้า ทั้งนี้จะมีบางโรงงานที่นำเข้าด้วยตนเอง ส่วนเส้นไหมพุ่งบางโรงงานจะตั้งหน่วยรับซื้อตามแหล่งผลิตเส้นไหมที่สำคัญ หรือรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางด้วย ผ้าไหมที่ผลิตได้โรงงานจะจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีกในกรุงเทพมหานครซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึกส่วนหนึ่ง ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศส่วนหนึ่ง ทั้งนี้จะมีบางโรงงานที่จำหน่ายผ้าไหมแก่ผู้ซื้อโดยตรง

โครงสร้างการค้าภายในประเทศ

การค้าไหมภายในประเทศแยกออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ การค้ารังไหม การค้าเส้นไหม และการค้าผ้าไหม

1. การค้ารังไหม รังไหมคือ เส้นใยที่ตัวไหมสาวรอกออกมาพันตัว เพื่อเป็นเกราะป้องกันตัวเองจากศัตรูก่อนที่ตัวหนอนไหมจะพัฒนาเป็นดักแด้ ขณะเดียวกันก็ช่วยป้องกันการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศด้วย รังไหมที่มีคุณภาพดีไม่จำเป็นต้องมีลักษณะใหญ่เสมอไปแต่จะต้องแข็งแรง แน่นและมีขนาดของรังเท่าๆ กัน มีเส้นใยมาก ฟูรังน้อยและสาวออกได้ง่าย รังไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการตลาดไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่เกษตรกรเลี้ยงเพื่อขาย รังจะต้องเป็นรังใหม่ที่ได้จากการเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมจากต่างประเทศ ทั้งนี้จะนำไปขายให้กับโรงงานสาวไหมซึ่งรับซื้อตามคุณภาพของรังไหมในราคาประกัน คุณภาพของรังไหมจะพิจารณาจากเปอร์เซ็นต์เปลือกรังและเปอร์เซ็นต์รังเสีย แล้วจะนำไปเทียบกับตารางราคามาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งจะมีราคาต่อกิโลกรัมของรังไหมที่เกษตรกรผลิตได้ จากนั้นโรงงานสาวไหมก็จะนำรังไหมไปสาวด้วยเครื่องจักรสาวไหมและผ่านขบวนการผลิตตามขั้นตอนต่าง ๆ จนเป็นเส้นไหมปั่นเพื่อขายให้แก่โรงงานทอผ้า

การรับซื้อรังไหมของโรงงานสาวไหม มักนิยมซื้อขายในลักษณะเป็นรังไหมสด เพราะให้ความเป็นธรรมในการซื้อขายมากกว่ารังไหมแห้ง ซึ่งรังไหมแห้งของเกษตรกรแต่ละรายอาจแห้งตัวไม่เท่ากัน เวลาสาวจะเสียเป็นเศษมาก โรงงานสาวไหมจึงนิยมนำไปอบแห้งเอง

2. การค้าเส้นไหม เส้นไหมหรือไหมดิบในเชิงการค้า หมายถึง เส้นไหมที่สาวจากรังของพันธุ์ไหมที่กินใบหม่อนโดยนำเส้นใยจากหลาย ๆ รังมาสาวเข้าด้วยกัน การสาวต้องอาศัยความรู้และความชำนาญหลายด้านประกอบกัน จึงจะได้เส้นใยไหมที่มีคุณภาพดีมีลักษณะเส้นที่มีขนาดสม่ำเสมอโดยตลอด แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของรังไหมเป็นสำคัญ

เกษตรกรเมื่อได้ผลผลิตรังไหมแล้ว จะทำการสาวไหมเองแล้วจึงขายเส้นไหมออกสู่ตลาด เส้นไหมที่เกษตรกรขายนี้ส่วนใหญ่จะได้จากพันธุ์ไหมไทยเพื่อนำไปใช้เป็นเส้นไหมพุ่งเพื่อการทอ เส้นไหมชนิดนี้จะมีลักษณะเป็นปมปมเพราะสาวด้วยมือ เมื่อนำไปทอเป็นผ้าไหมแล้วจะมีลักษณะเป็นมันวาวและมีลักษณะสวยงาม แตกต่างจากผ้าไหมจากประเทศอื่นๆ การซื้อขายเส้นไหมที่เกษตรกรสาวเองนี้ โรงงานทอผ้าจะรับซื้อตามคุณภาพของเส้นไหมซึ่งขึ้นอยู่กับความชำนาญของผู้สาวไหมแต่ละคน

สำหรับเส้นไหมพุ่ง จะมีการกำหนดคุณภาพของเส้นไหมพุ่งเป็น 3 ระดับคือ ไหมหนึ่ง ไหมสอง ไหมสาม ซึ่งยังมีราคาแพงหรือถูกกว่ากันลดหลั่นลงมาตามลำดับ

โรงงานทอผ้าไหมในกรุงเทพฯ มักตั้งสาขาสำหรับการจัดซื้อไหมพุ่งตามแหล่งผลิตที่สำคัญ ๆ ส่วนผู้ทอผ้าไหมโดยทั่วไปมักซื้อเส้นไหมพุ่งจากพ่อค้าคนกลาง

สำหรับเส้นไหมยืน ตามประกาศของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เส้นไหมยืนที่ผลิตในประเทศทั้งหมดต้องจำหน่ายผ่านร้านนารายณ์ ซึ่ง เป็นหน่วยงานดำเนินการจัดซื้อและจำหน่ายเส้นไหมยืนภายในประเทศ ทั้งนี้เพื่อสามารถควบคุมคุณภาพ ราคา และจัดระเบียบการจำหน่ายได้ ลักษณะเส้นไหมยืนที่มีลักษณะเส้นเล็ก เบา เรียบ เหนียวและมีขนาดสม่ำเสมอ เนื่องจากสาวด้วยเครื่องนั้นนั้น ปัจจุบันการผลิตในประเทศยังมีปริมาณไม่มากนัก ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการซึ่งขยายตัวมาก จึงต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสำคัญ มีผู้นำเข้ารายสำคัญ 2-3 ราย (ไม่ได้เป็นผู้ผลิตผ้าไหม) ทำการสั่งซื้อเส้นไหมยืนจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายให้แก่โรงงานทอผ้าไหมภายในประเทศ โดยให้เครดิตประมาณ 3-6 เดือน สำหรับโรงงานทอผ้าไหมที่สั่งซื้อเส้นไหมยืนจากต่างประเทศโดยตรงมีประมาณ 4-5 ราย และสั่งซื้อในปริมาณเล็กน้อยเท่านั้น

3. การค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ผ้าไหมที่ผลิตได้ส่วนใหญ่คือ ประมาณร้อยละ 60 จะจำหน่ายภายในประเทศ โดยพ่อค้าผ้าไหมจะจำแนกออกได้เป็น 2 ส่วนคือส่วนที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมพันธุ์ไทย ทำการสาวไหมเองและนำเส้นไหมที่ได้ไปทอเป็นผ้า แล้วจึงจำหน่ายในรูปของผ้าไหมออกสู่ตลาดหรือส่งให้โรงงานทอผ้าไหมเพื่อจำหน่ายโดยตรง หรือเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอื่น ๆ ราคาจำหน่ายผ้าไหมจะเป็นไปตามคุณภาพ ความยากง่ายในการผลิต การออกแบบ และความสวยงามของลวดลาย

ในส่วนของโรงงานทอผ้าไหมอันเป็นแหล่งอุปทานใหญ่ของตลาดผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ในประเทศนั้น จะทำการจำหน่ายผ้าไหมให้แก่ผู้ซื้อรายย่อยในประเทศทั่ว ๆ ไป โดยใช้ในการบริโภคโดยตรงส่วนหนึ่ง จำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางเพื่อจำหน่ายต่อในลักษณะร้านค้าของที่ระลึกส่วนหนึ่ง และนำส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศอีกส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการรับซื้อจากผู้ทอผ้าไหมรายย่อยในชนบทมาจำหน่ายด้วย

ระดับราคา

1. **ราคารังไหม** ในการกำหนดราคารังไหม กรมวิชาการเกษตรเป็นผู้กำหนด ภายใต้ขอเสนอแนะของคณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมปิ่น ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของราคาเส้นไหมคือ ถ้าราคาเส้นไหมเพิ่มขึ้นราคารังไหมก็จะเพิ่มตาม

ในอดีตรัฐบาลได้กำหนดราคาประกันการรับซื้อรังไหมลูกผสมต่างประเทศตามราคามาตรฐาน ซึ่งราคาขั้นต่ำสุดเท่ากับ 41.71 บาท/กิโลกรัม (เปอร์เซ็นต์เปลือกรัง = 17 และเปอร์เซ็นต์รังเสีย = 65) และราคาสูงสุดเท่ากับ 127.70 บาท/กิโลกรัม (เปอร์เซ็นต์เปลือกรัง = 25 และเปอร์เซ็นต์รังเสีย = 0) ปัจจุบันรัฐบาลปล่อยให้ราคาลอยตัว ไม่มีการประกันราคารังไหมในประเทศ แต่อย่างไรก็ได้กำหนดวิธีการคำนวณราคาซื้อรังไหม กล่าวคือ รังไหม 1 กิโลกรัม เกษตรกรควรจะได้รับส่วนแบ่ง 56 ส่วน โรงงานสาวไหมได้รับ 44 ส่วน

2. **ราคาเส้นไหมพุ่ง** ราคาเส้นไหมพุ่งในช่วงปี 2527-2531 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกคุณภาพ ทั้งไหม 1 ไหม 2 และไหม 3 เนื่องจากความต้องการของตลาดมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากคือมีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5.50, 6.00 และ 10.16 ตามลำดับ นอกจากนี้ราคาไหมพุ่งที่นำเข้าจากต่างประเทศก็มีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย คือมีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.12 กล่าวคือ ในปี 2531 ราคาไหมพุ่งชนิด 1, 2, 3 และไหมพุ่งนำเข้า เพิ่มขึ้นเป็น กิโลกรัมละ 670-720 บาท, 500-600 บาท, 450-500 บาท และ 700-2,250 บาท จากราคา 600-650 บาท, 420-450 บาท, 300-340 บาท และ 635 บาทในปี 2527 ส่วนในปี 2532 ระดับราคาไหมพุ่งทุกชนิดยังคงเพิ่มสูงขึ้นโดยลำดับ ทั้งนี้คาดว่าราคาไหม 1 จะสูงถึงเกือบกิโลกรัมละ 800 บาท และราคานำเข้าก็จะสูงเกือบถึงกิโลกรัมละ 1,500 บาท เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าสำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ปรับราคาเส้นไหมส่งออกสูงขึ้นเกือบร้อยละ 20

3. ราคาเส้นไหมยืน คณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมยืนเป็นผู้กำหนดราคาประกันเส้นไหมยืน โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับราคานำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศ ซึ่งในช่วงระหว่างปี 2527-2531 ราคาประกันเส้นไหมยืนในประเทศอยู่ในระดับคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง คือราคา 1,250 บาท ต่อกิโลกรัม ส่วนราคาซื้อขายเส้นไหมยืนในประเทศซึ่งไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนักในช่วงปี 2527-2530 กลับมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในปี 2531 คือจากกิโลกรัมละ 800-900 บาท ในปี 2530 เพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 900-1,400 บาท สำหรับราคานำเข้าจากต่างประเทศนั้น ราคาคุณภาพของเส้นไหมเกรด 2 เอ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 8.42 ต่อปี กล่าวคือ ราคาเพิ่มสูงขึ้นจากกิโลกรัมละ 920-1,080 บาท ในปี 2527 เป็น 1,100-1,500 บาท ในปี 2531 และตั้งแต่ 2532 ไม่มีการกำหนดราคาประกันเส้นไหมยืน โดยปล่อยให้ราคาลอยตัวตามกลไกของตลาด แต่ส่วนใหญ่จะซื้อขายกันตามราคาประกัน และระดับราคาเส้นไหมยืนก็สูงขึ้นกว่าปี 2531 ทั้งราคาซื้อขายในตลาดและราคานำเข้าจากต่างประเทศคือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10

4. ราคาผ้าไหม ราคาผ้าไหมในประเทศจะสูงในช่วงเดือน ตุลาคม - ธันวาคม ซึ่งเป็นระยะที่มีงานเทศกาลต่าง ๆ และชาวบ้านว่างจากการทำนา และราคาจะลดลงในช่วงเดือนมิถุนายน ถึงสิงหาคม เพราะเป็นช่วงทำนา อย่างไรก็ตามราคาเคลื่อนไหวไม่มากนัก เช่น ผ้าไหมชนิด 4 เส้น ในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม มีราคาฝืนละ 300-330 บาท ในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม ราคาฝืนละ 270-300 บาท

การค้าไหมของโลก

สินค้าไหมที่มีการค้าในตลาดโลก ปัจจุบันจำแนกออกได้เป็น 2 ตลาดคือ

1. ตลาดวัตถุดิบ ประกอบด้วยไหมดิบ เส้นด้ายไหมและเศษไหม ทั้งนี้สาธารณรัฐประชาชนจีนนับเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลก คือมีส่วนการตลาดถึงร้อยละ 90 รองมาได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี บราซิลและอินเดีย ทั้งนี้มีอิตาลี อินเดีย ชองกง ญี่ปุ่น สหภาพโซเวียต รัสเซียและไทย เป็นประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตลาดผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

ผ้าไหม ผ้าไหมที่นิยมซื้อขายในตลาดโลกแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิดคือ

- 1) ผ้าพื้นทั้งชนิดย้อมเส้นไหมก่อนนำไปทอและชนิดทอเป็นผืนแล้ว

ก่อนนำไปย้อม

- 2) ผ้าลายรวมทั้งการทอลายในตัวสีเดียวหรือหลายสี

- 3) ผ้าพิมพ์ที่พิมพ์มากกว่าหนึ่งสีขึ้นไป

ผลิตภัณฑ์ไหม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหม แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท

และชั้นใน)

- 1) เสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ เสื้อ กระโปรง กางเกง (ชั้นนอก

- 2) เคหะสิ่งทอ ได้แก่ ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้าคลุมม่าน ฯลฯ

ฯลฯ

- 3) เครื่องประกอบในการแต่งกาย ได้แก่ ผ้าพันคอ เนคไท ถุงน่อง

ประติษฐาน

- 4) ของเล่นและของตกแต่งอื่น ๆ ได้แก่ ตุ๊กตา กรอบรูป ดอกไม้

ประเทศผู้ส่งออกสินค้าไหมที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย
ฮ่องกง สาธารณรัฐเกาหลีและไทย ส่วนประเทศผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ ฮ่องกง ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐเกาหลีและสหราชอาณาจักร

การค้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของโลกในระยะที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น
โดยลำดับ เนื่องจากตลาดโลกมีการตื่นตัวและนิยมใช้ผ้าไหมกันมากขึ้น เพราะคุณสมบัติของไหม
สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล อีกทั้งเป็นสินค้าที่บ่งบอกรสนิยมของผู้ใช้ด้วย ถึงแม้ว่าผ้าไหมจะเป็น
สินค้าที่มีราคาแพงเพราะทำจากใยธรรมชาติ ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ต้องอาศัยความชำนาญและ
ผ่านการผลิตหลายขั้นตอน แต่จากภาวะเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยในระยะหลายปีที่ผ่านมา ทำให้
ความต้องการของคนระดับชนชั้นกลางทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนาเพิ่มสูงขึ้น
โดยตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และส่งออกไหมรายสำคัญของโลกได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีนมีนโยบายลดการส่งออกเส้นไหม เป็นวัตถุดิบและเร่งผลิตสินค้าสำเร็จรูปส่งออกแทน ส่วนญี่ปุ่นมีนโยบายเลิกผลิตรังไหมและเส้นไหมเพื่อการส่งออก เพราะต้นทุนการผลิตสูง และที่สำคัญคือ ตลาดนำเข้ารายใหญ่ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศของตนใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมกันมากขึ้น ความต้องการจึงเพิ่มสูงขึ้น จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย เพราะผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดดังกล่าว ส่งผลให้การส่งออกของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี

โครงสร้างการส่งออก

อุตสาหกรรมการผลิตผ้าไหมของไทย ได้พัฒนาการผลิตจากในครัวเรือนมาเป็นการผลิตในโรงงาน มีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเข้าช่วยในการผลิตบางขั้นตอน เพื่อขยายกำลังการผลิต มุ่งจำหน่ายทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีแหล่งผลิตกระจุกกระจายทั่วประเทศ แต่แหล่งผลิตที่ใหญ่และสำคัญที่สุด ได้แก่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ มีทั้งโรงงานขนาดเล็กและใหญ่ จำนวนหลายพันราย แต่ปัจจุบันมีโรงงานขนาดใหญ่ผลิตเพื่อส่งออกประมาณ 7 ราย โดยทำธุรกิจแบบครบวงจร ตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การทอผ้าไหม จนกระทั่งถึงการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมต่าง ๆ

ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไปประเทศต่าง ๆ ในโลกกว่า 50 ประเทศ ทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกาและโอเชียเนีย (ทวีปออสเตรเลียและหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิก) การส่งออกเท่าที่ผ่านมามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยลำดับ เนื่องจากสินค้าไหมที่ทอด้วยมือมีความงดงามที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จึงเป็นที่นิยมและเป็นที่ต้องการของตลาดโลก

สินค้าไหมที่ไทยส่งออกจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ที่กำหนดให้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเป็นสินค้ามาตรฐาน ประเภทแรกได้แก่ ผ้าไหมไทย อันเป็นผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ ๆ ทั้งหมด ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่ก็ตาม อีกประเภทหนึ่งเป็นผ้าไหมจู้รี ซึ่งมีไหมแท้ปนตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด ผ้าไหมที่ส่งออกดังกล่าวมีทั้งที่ทอด้วยมือและทอด้วยเครื่องจักร และมีบางส่วนเป็นผ้าที่ทอจากเศษไหมและขี้ไหม

ตั้งแต่ ปี 2532 เป็นต้นมา การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก มีอัตราการเพิ่มจากปี 2531 ถึงร้อยละ 61.33 ทั้งนี้ผ้าไหมไทยและผ้าไหมจู้รีเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุด คือประมาณร้อยละ 52.08 รองมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 36.13 เส้นไหมสำเร็จรูปร้อยละ 5.76 รังไหมร้อยละ 3.33 และเส้นไหมดิบร้อยละ 2.71

ญี่ปุ่นเป็นตลาดสินค้าไหมที่สำคัญที่สุดของไทยในปัจจุบันคือมีส่วนการตลาดประมาณร้อยละ 35.95 รองมาได้แก่ สหรัฐอเมริการ้อยละ 15.51 สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันร้อยละ 9.23 เบลเยียมร้อยละ 3.36 สหราชอาณาจักรร้อยละ 4.82 และออสเตรเลียร้อยละ 3.43

ประเภทสินค้าที่ส่งออก

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่ผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่

1. ผ้าไหม ผ้าไหมที่ส่งออก สามารถแยกตามลักษณะการทอได้ดังนี้

1.1 ผ้าไหมทอด้วยเครื่องจักร เป็นผ้าที่มีลักษณะเนื้อนุ่ม แต่มีความละเอียดประณีตสวยงามไม่มากนัก โดยทั่วไปนิยมนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าชนิดนี้มีหลายประเภท ทั้งผ้าที่ย้อมเส้นไหมก่อนทอ ทอแล้วย้อมสีทั้งผืน ทอแล้วพิมพ์ลายและทอยกดอก เป็นต้น ผ้าชนิดนี้เป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศ และนิยมนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพราะนอกจากจะทอได้ทุกขนาดความยาวและเฉดสีแล้ว ปริมาณการส่งมอบสินค้ามีความแน่นอน สามารถผลิตป้อนโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าได้ ทันทุกฤดูกาลที่สวมใส่ ทั้งนี้ สาธารณรัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนจีนเป็นแหล่งส่งออกสำคัญของโลกคือ มีส่วนถือครองตลาดประมาณร้อยละ 90 รองลงมาได้แก่ ไทย อินเดียและบราซิล

1.2 ผ้าไหมทอมือ มีลักษณะเป็นงานฝีมือที่ทอด้วยมือเกือบ 100% เนื้อผ้าค่อนข้างหนาแต่มีความละเอียดอ่อน สวยงามประณีต ราคาค่อนข้างสูง ตลาดผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงเป็นตลาดระดับสูงและมีกำลังซื้อค่อนข้างดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่นอกจากนิยมนำมาตัดเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ไหมแล้ว ยังนิยมนำไปใช้ประดับและตกแต่งภายในบ้านและอาคารอีกด้วย ประเทศผู้ผลิตสำคัญมี 2 ประเทศคือ ไทยและอินเดีย แต่เนื่องจากผ้าไหมที่ประเทศไทยผลิตได้มีข้อได้เปรียบอินเดียตรงที่ใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือ ทำให้มีลักษณะเป็นปุ่มปม มีความแวววาวในตัวเอง นอกจากนี้ยังมีสีสันทนโดดเด่นเป็นพิเศษแตกต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น ๆ ทำให้ไทยสามารถครองตลาดผ้าไหมชนิดนี้ในตลาดต่างประเทศได้

สำหรับประเทศผู้นำเข้าผ้าไหมที่สำคัญของโลก ปัจจุบันได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐเกาหลีและสหราชอาณาจักร ปี 2532 ไทยส่งออกผ้าไหมไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นปริมาณ 1.68 ล้านตารางหลา มูลค่า 516 ล้านบาท การส่งออกคิดเป็นร้อยละ 52.08 ของมูลค่าสินค้าไหมส่งออกของไทย ปริมาณและมูลค่าเพิ่มจากปี 2531 ร้อยละ 4.35 และ 42.96 ตามลำดับ ส่วนในปี 2533 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมไปต่างประเทศได้ลดลงเหลือเพียง 506 ล้านบาท แต่จะมีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นในส่วนของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำด้วยผ้าไหม แนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคนิยมการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าไหมมากขึ้น ผ้าไหมที่ส่งออกมีทั้งผ้าไหมสีพื้นหรือพิมพ์ลวดลายลงไป รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งทอเป็นผ้าถุงหรือทอเป็นพับเหมาะกับการนำไปใช้ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้านุ่งห่มตามสมัยนิยม หรือของตกแต่งบ้านเรือนประเภทผ้าคลุมเตียง ผ้าห่มเบาะเฟอร์นิเจอร์ ผ้าม่าน และผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น ทั้งนี้ ตลาดผ้าไหมที่สำคัญของไทยประกอบด้วย ญี่ปุ่น ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 31.89 สหรัฐอเมริการ้อยละ 27.26 เบลเยียมร้อยละ 6.46 สหราชอาณาจักรร้อยละ 5.83 ออสเตรเลียร้อยละ 5.12 สิงคโปร์ร้อยละ 3.67 และฮ่องกงร้อยละ 3.12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. **ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม** ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือผ้าไหมซึ่งได้พัฒนาและตัดแปลงมาเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปและของใช้ตกแต่งบ้านเรือนหลายหลากชนิด เช่น เนคไท ผ้าพันคอ ผ้ายกคลุมผม ผ้ายกคลุมเตียง ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดปาก ผ้าม่านและผ้าม่านต่าง ๆ ปัจจุบันนับได้ว่าเป็นที่ต้องการของตลาดโลกอย่างมาก เนื่องจากในระยะหลายปีที่ผ่านมา มาตรฐานการครองชีพของคนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกสูงขึ้น มีรสนิยมดีขึ้น ทำให้แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงเพิ่มขึ้นตาม

ประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของโลก ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมาได้แก่ อินเดียและไทย ซึ่งจะส่งออกทั้งในรูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านทำจากไหม ขณะเดียวกันฮ่องกงและสาธารณรัฐเกาหลีก็เป็นผู้นำด้านการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไหมที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ทั้งนี้มีประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปและญี่ปุ่น เป็นประเทศผู้นำเข้าสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศมีทั้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับบุรุษ สตรีและเด็ก ของใช้ส่วนตัวทำด้วยไหม อาทิเช่น เนคไท ผ้าเช็ดหน้า ผ้ายกคลุมผม ผ้าพันคอ โบว์ผูกผม รวมทั้งของใช้ในบ้านเรือนทำด้วยไหม เช่น ผ้ายกคลุมเตียง ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าม่านและผ้าม่านต่าง ๆ ซึ่งมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในแต่ละปีมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วคือ มูลค่า 73.2 ล้านบาทในปี 2528 เพิ่มเป็นมูลค่า 138 ล้านบาทในปี 2532 หรือเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 2 เท่าตัว และเพิ่มเป็นมูลค่า 279 ล้านบาทในปี 2533

ตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 22.13 รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่นร้อยละ 21.37 ออสเตรเลียร้อยละ 6.65 เบลเยียมร้อยละ 4.89 ฝรั่งเศสร้อยละ 5.62 และเนเธอร์แลนด์ร้อยละ 4.99

3. **ไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป** การขยายตัวของการค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในตลาดโลกในระยะหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ความต้องการไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นมาก ขณะที่แหล่งผลิตหลายแห่งได้ลดการผลิตลงเนื่องจากปัญหาค่าจ้างแรงงาน และไม่สามารถเลี้ยงไหมคุณภาพดีได้ในปริมาณมากๆ จะมีก็เพียงสาธารณรัฐประชาชนจีนเพียงประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดียวที่ยังสามารถผลิตไหมคุณภาพดีได้มากที่สุดในปัจจุบัน และถือเป็นแหล่งส่งออกไหมดิบที่สำคัญของโลก คือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90 รองลงมาได้แก่ บราซิลและสาธารณรัฐเกาหลี ทั้งนี้ประเทศผู้นำเข้าสำคัญ ประกอบด้วย อิตาลี อินเดีย ชองกง ญี่ปุ่น สหภาพโซเวียตรัสเซียและไทย

ปัญหาการขาดแคลนเส้นไหมของโลกที่ค่อนข้างรุนแรงมากในช่วงปี 2531-32 ส่งผลให้เส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูปของไทยเป็นที่สนใจของตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นซึ่งเคยเป็นประเทศผู้ผลิตไหมที่สำคัญยิ่งของโลกประเทศหนึ่ง แต่ระยะหลัง ๆ ญี่ปุ่นมีปัญหาค่าจ้างแรงงานในประเทศสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตเส้นไหมสูงกว่าราคาในตลาดโลกกว่าเท่าตัว ญี่ปุ่นจึงมีนโยบายลดการผลิตไหมเพื่อส่งออกและเปลี่ยนนำเข้าจากต่างประเทศแทน แหล่งนำเข้าสำคัญที่สุดได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน แต่จากการที่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีนโยบายที่จะลดการส่งออกไหมดิบลงและส่งเสริมการส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์ไหมมากขึ้น ญี่ปุ่นจึงแสวงหาแหล่งอุปทานไหมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งได้แก่ บราซิล ไทย อินเดียและสาธารณรัฐเกาหลี เป็นต้น สาเหตุดังกล่าวทำให้ไทยสามารถส่งออกไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูปออกจำหน่ายต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นนับแต่ปี 2531 ทั้งนี้เป็นการส่งออกในรูปแบบเส้นไหมยืนที่ไทยสามารถเพิ่มการผลิตได้ และในปี 2532 การส่งออกได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก โดยส่งออกได้เป็นปริมาณ 163.2 เมตริกตัน มูลค่า 77.5 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าเพิ่มจากปี 2531 เกือบ 20 เท่าตัว ทั้งนี้เป็นการส่งออกในรูปแบบเส้นไหมสำเร็จรูปร้อยละ 68.00 และไหมดิบร้อยละ 32.00 โดยที่ญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่ที่สุด คือมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 98.71 รองลงมาได้แก่ ชองกงร้อยละ 0.90 และสวีตเซอร์แลนด์ร้อยละ 0.39

มูลค่าการส่งออก

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง มีตลาดต่างประเทศกว้างขวาง แม้บางตลาดมีมูลค่าส่งออกเพียงจำนวนเล็กน้อยก็ตาม แต่ก็เป็นที่รู้จักและนิยมมากในหมู่ผู้บริโภครชาวต่างประเทศ ประกอบกับตลาดใหญ่ ๆ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนของตนใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ความต้องการบริโภคจึงสูงขึ้น และนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มูลค่าส่งออกสินค้า ดังกล่าวเพิ่มขึ้นทุกปี เช่น ในปี 2531 มีมูลค่าส่งออกทั้งสิ้น 570 ล้านบาท ปี 2532 เพิ่มขึ้น เป็น 654 ล้านบาท และปี 2533 เพิ่มขึ้นเป็น 795 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ได้แก่ ผ้าไหมมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง ประมาณ ร้อยละ 63.6 ของมูลค่าส่งออกสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมรวมทั้งสิ้นในปี 2533 รอง ลงไปได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำด้วยผ้าไหม ร้อยละ 19.4 และส่วนที่เหลือร้อยละ 17 เป็น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมผม หูกระต่าย และเนคไท เป็นต้น (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย

รหัสสินค้า	ประเภทสินค้า	ปี พ.ศ.			
		2531	2532	2533	2534 (มค.-มิย.)
5007	ผ้าไหม	391	516	506	181
6204190-103	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	63	75	155	76
6204290	ทำด้วยผ้าไหม				
6204690-107					
6204490-109					
6204590-100	ผ้าเช็ดหน้า	116	63	134	75
6206100-006	ผ้าพันคอ				
6214100-001	ผ้าคลุมไหล่, คลุมผม				
6215100-007	เนคไท, หูกระต่าย				
รวม		570	654	795	332

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2534)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดส่งออกที่สำคัญและแนวโน้มการส่งออก

1. ฝ้าย ในอดีตฝ้ายเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกไหมที่สำคัญของโลก แต่จากการพัฒนาทางอุตสาหกรรมทำให้ความต้องการใช้ไหมในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะที่ปริมาณการผลิตได้ลดลงเนื่องจากนโยบายลดการผลิตไหมในประเทศ ฝ้ายจึงกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าไหมที่สำคัญของโลกประเทศหนึ่ง นับแต่ปี 2528 เป็นต้นมา ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของฝ้ายดีขึ้น ค่าแรงงานของชาวฝ้ายเพิ่มขึ้น อานาจักรซื้อของชาวฝ้ายจึงอยู่ในเกณฑ์ดี และมีความต้องการสินค้าใหม่ ๆ เพื่อใช้ในชีวิตรประจำวันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าไหมเพิ่มขึ้นตาม ทั้งนี้ในปี 2531 มีการนำเข้าเป็นมูลค่ารวม 6,916 ล้านบาท

สินค้าไหมที่ฝ้ายนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าจำพวกไหมดิบ เสื้อผ้าสำเร็จรูปและผ้าพันคอ แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี อิตาลี และสาธารณรัฐประชาชนจีน

การนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยนั้น ฝ้ายมีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันสินค้าของไทยมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ฝีมือประณีต คุณภาพพอใช้ได้ ราคาไม่สูงเกินไป โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะเป็นแบบที่เรียบง่าย ใส่ได้ทุกโอกาส มีสีเป็นที่นิยมของชาวฝ้าย คุณสมบัติต่าง ๆ ดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของชาวฝ้ายมาก ทำให้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าไหมของไทยไปฝ้ายได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก จนปัจจุบันฝ้ายกลายเป็นประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมูลค่าการนำเข้าในระยะหลังเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าฝ้าย เนื่องจากไทยได้ปรับราคาผ้าไหมให้สูงขึ้นตามราคาไหมดิบที่เพิ่มสูงขึ้นมากในตลาดโลก สหรัฐอเมริกาจึงชะลอการซื้อลง อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งการตลาดไหมในฝ้ายไม่มากนัก เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก เช่น สาธารณรัฐเกาหลี กล่าวคือ ไทยมีส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 1.3 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าผ้าไหมของฝ้าย ในปี 2531 แต่สาธารณรัฐเกาหลี มีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 41.69

สำหรับในปี 2532 การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยไปญี่ปุ่นขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก โดยมีมูลค่าสูงถึง 329.2 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2531 ถึงร้อยละ 168.30 และมี ส่วนแบ่งด้านการส่งออกรวมของไทย คิดเป็นร้อยละ 35.95 ทั้งนี้เป็นการส่งออกในรูปแบบผ้าไหม ร้อยละ 46.20 และส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภท เสื้อผ้าสำเร็จรูป เนคไท ผ้าพันคอ และผ้าเช็ดหน้า ร้อยละ 21.49 ที่เหลือเป็นการส่งออกในรูปแบบเส้นไหมสำเร็จรูป เส้นไหมดิบ และรังไหม สำหรับปี 2535 ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมไทยไปยังญี่ปุ่นมากเป็นอันดับสอง รองจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา คือมีมูลค่า 113.9 ล้านบาท

การนำเข้าไหมดิบและเส้นไหมของญี่ปุ่นถูกควบคุมโดยหน่วยงานหลัก 2 แห่ง คือ MAFF และ MITI การควบคุมนี้มีเป้าหมายเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคาและเป็นการควบคุม การนำเข้าจากต่างประเทศ ญี่ปุ่นนำเข้าเส้นไหมดิบถึงร้อยละ 70 ของปริมาณนำเข้าทั้งหมด จากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยส่วนที่เหลือนำเข้าจากเกาหลี และบราซิล ขณะเดียวกันการ นำเข้าเส้นไหมพุ่งของญี่ปุ่นมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2519

การนำเข้าเส้นไหมดิบ เส้นไหมพุ่ง และผ้าไหมจากจีนและเกาหลีใต้ ต้องผ่านการ พิจารณาจากที่ประชุมระดับรัฐบาลเป็นรายปี โดยจะมีการเจรจาต่อรองในเรื่องปริมาณและ ราคา บริษัทผู้นำเข้าและสมาคมของเขาจะนำเข้าในราคาที่ใกล้เคียงกับที่ได้ทำการตกลงกันได้ ซึ่งจะทำให้การเจรจาร่วมกัน 2 ฝ่าย ระหว่างบริษัทผู้นำเข้าญี่ปุ่น กับผู้ส่งออกโดยตรงอีกครั้งหนึ่ง ปริมาณที่นำเข้าโดยแต่ละบริษัทขึ้นอยู่กับปริมาณโควตาที่ได้รับการจัดสรร ทั้งจากสมาคมการค้า และสมาคมการทอ (The trading company and the weaving company) จะพิจารณา โดยใช้ปริมาณนำเข้าในปีก่อนหน้าเป็นหลัก ญี่ปุ่นกำลังพยายามที่จะลดการนำเข้าและเป็นส่วนหนึ่ง ที่ทำให้มีการเลื่อนการเจรจาทวิภาคีออกไป อย่างไรก็ตามการนำเข้าจากประเทศดังกล่าวจะ ยังคงเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นความพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์ทางการค้า และทางการเมืองกับ ประเทศผู้ผลิตเหล่านี้ และเพื่อจัดหารวัตถุดิบในราคาถูกให้แก่อุตสาหกรรมในประเทศด้วย

การนำเข้าผ้าไหมเพื่อนำไปแปรรูปอีกทอดหนึ่งถูกจำกัดโดยรัฐบาลญี่ปุ่น สาธารณรัฐ ประชาชนจีนและเกาหลีใต้เป็นผู้ส่งออกไปญี่ปุ่นรายใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณที่นำเข้า ทั้งหมด ขณะที่ไต้หวันเป็นอันดับสาม และทั้งเกาหลีใต้และไต้หวันส่งออกผ้าไหมไปญี่ปุ่นในขนาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความกว้าง 18 นิ้ว สำหรับใช้ทำกิโมโน ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนส่งออกผ้าไหมขนาดกว้าง 36 นิ้ว และประเทศอื่น ๆ รวมทั้งยุโรปตะวันตก ส่งออกผ้าขนาดต่าง ๆ และขนาดเล็กไปยัง ญี่ปุ่น ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นคือ ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มและการ re-export ผ้าไหมโดยเฉพาะไปยังตลาดตะวันออกกลาง โดยได้มีการนำเข้าผ้าไหมที่เหมาะสมแก่การทำกิโมโน และราคาถูกกว่าผ้าที่ผลิตในประเทศ ขณะที่ประเทศผู้ผลิตซึ่งส่งออกผ้าไหม เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีใต้ และได้หวัน ได้ปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิตผ้าไหม ซึ่งมีผลกดดันให้ญี่ปุ่นต้องนำเข้าผ้าไหมคุณภาพสูงขึ้น การควบคุมโควตาการนำเข้าผ้าไหมของญี่ปุ่นเป็นตารางเมตร ทำให้มีการนำเข้าผ้าไหมที่มีน้ำหนักมากกว่า การนำเข้าผ้าไหมเบา เช่นในอดีต

ในการขยายตลาดในประเทศญี่ปุ่นนั้น ผู้ส่งออกของไทยจะต้องมีความอดทนและพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นซึ่ง การเรียนรู้จากฝ่ายญี่ปุ่นจะช่วยให้เราสามารถพัฒนาคุณภาพได้เป็นอย่างดี

กรมพาณิชย์สัมพันธ์ด้วยความร่วมมือจาก ASEAN Center, JICA และ JETRO ได้พยายามที่จะขยายตลาดในญี่ปุ่นให้กว้างขวางขึ้น ทั้งนี้เพราะตระหนักดีว่า ในขณะนี้ญี่ปุ่นมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีมาก ประชาชนมีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะขยายตลาดญี่ปุ่น จากความร่วมมือของสององค์กรข้างต้น จึงได้รับความช่วยเหลือด้านผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาด้านเทคนิคการผลิต และรูปแบบสินค้าของผู้ผลิตไทย ในขณะเดียวกัน ได้พยายามสร้างภาพพจน์ของไทย โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศญี่ปุ่น และจัดคณะผู้แทนการค้าไปเสนอขายสินค้าในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

ปัจจุบันญี่ปุ่นเป็นตลาดที่น่าสนใจยิ่ง ที่ไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกสินค้าไหมและผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่มีการขยายตัวสูง มีอำนาจการซื้อที่มั่นคง กอปรกับ ผู้บริโภคมีรสนิยมและความต้องการแบบมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับการผลิตของไทย ทั้งนี้สินค้าไทยควรต้องมีการพัฒนาให้มีเนื้อนุ่ม มีประโยชน์สามารถใช้กับชีวิตประจำวันได้มากขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจจากชาวญี่ปุ่น และช่วยให้สินค้าไหมไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในตลาดนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ประเทศสหรัฐอเมริกา ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมจัดเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ส่วนใหญ่สหรัฐอเมริกาจะนำเข้าในรูปผ้าไหมที่มีราคาไม่สูงมากนัก จากสาธารณรัฐประชาชนจีน และนำเข้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของตกแต่งร่างกาย และของตกแต่งบ้าน จากอิตาลี ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเกาหลี และจากการที่สหรัฐอเมริกามีความนิยมเพิ่มขึ้นในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมประเภทต่าง ๆ รวมทั้งนิยมนำเอาผ้าไหมที่ทอจากไหมผสมกับเส้นใยอื่น ๆ ทั้งใยธรรมชาติและใยสังเคราะห์มาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทำให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าไหมของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในระยะหลังๆ โดยส่วนใหญ่จะนิยมนำเข้าจากประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งรวมถึงไทยด้วย

ปัจจุบันสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญประเทศหนึ่งของไทย เป็นตลาดที่มีลู่วางดี เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่ในการนำเข้าสินค้าไหมของโลก ความต้องการมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากสหรัฐอเมริกา โดยสามารถส่งเข้าได้ไม่จำกัดโควต้า จนถึงปี 2534 และตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปยังสหรัฐอเมริกาของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับในปี 2532 ส่งออกเป็นมูลค่า 142 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2531 ร้อยละ 33.08 และมีส่วนถือครองตลาดส่งออกของไทยร้อยละ 15.51 ทั้งนี้ผ้าไหมเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุดคือ ร้อยละ 91.55 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าไหมไปสหรัฐอเมริกา ที่เหลือเป็นการส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำพวก เนคไท สูท สเวตเตอร์ และที่กำลังมีอนาคตดีมากคือ ชุดแต่งงาน ในปี 2535 ประเทศไทยส่งออกเฉพาะผ้าไหมเป็นมูลค่าสูงมากถึง 144.3 ล้านบาท

อย่างไรก็ดี แม้ว่าไทยจะส่งออกผ้าไหมไปยังสหรัฐอเมริกา เป็นมูลค่าสูงแต่ก็เป็นเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศอื่น ๆ กล่าวคือ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดผ้าไหมในตลาดสหรัฐอเมริกา เพียงร้อยละ 1.73 ในขณะที่อิตาลีมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 52.71 ของมูลค่าผ้าไหมที่สหรัฐอเมริกานำเข้า ดังนั้น ประเทศไทยจึงน่าที่จะมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้

ปัจจุบันสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าไหมดิบและเส้นไหมลดลงในระยะหลัง เนื่องจากมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปในประเทศจำนวนไม่มาก แต่ผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้สหรัฐเป็นตลาดใหญ่ที่นำเข้าผ้าไหมและเสื้อผ้าไหมสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้สาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคที่เพิ่มขึ้นคือ การแข็งตัวของเงินดอลลาร์และความนิยมในสินค้าไหม ความได้เปรียบทางภาน้ำเข้าเมื่อเทียบกับเส้นใยชนิดอื่น ซึ่งภาษีศุลกากรสำหรับไหมหรือสิ่งทอผสมที่มีไหมมากกว่าเส้นใยอื่นจะไม่เสียภาษี ขณะที่สิ่งทอจากเส้นใยอื่นเสียภาษีสูง

สหรัฐนำเข้าผ้าไหมและผ้าไหมผสม (Pure and blended silk fabrics) จากสาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และอิตาลี เพิ่มขึ้นมากในเร็ว ๆ นี้ อินเดียได้เปรียบในสินค้าผ้าไหมที่ราคาต่ำ ขณะที่อิตาลีได้เปรียบในผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและมีการออกแบบที่ทันสมัย

ความต้องการของตลาดสหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นตลาดในลักษณะ high and designer market and the home sewing trade ทั้ง 2 ประเภทนี้ ต้องการผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง

สำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไหมส่วนใหญ่ที่สหรัฐอเมริกานำเข้าเป็นเสื้อผ้าสตรีที่สำคัญคือ เสื้อ blouses and dresses โดยนำเข้ามาจากฮ่องกงถึงร้อยละ 50-60 ของเสื้อผ้าไหมที่นำเข้าทั้งหมด รองลงมาคือ เกาหลีใต้ประมาณร้อยละ 20-25 ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนส่งออกผลิตภัณฑ์ไปตลาดสหรัฐในราคาต่ำประมาณร้อยละ 10 ประเทศฝรั่งเศสและสหราชอาณาจักรใกล้เคียงกันคือ ประมาณร้อยละ 5

3. ประเทศเยอรมัน จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอดในระยะหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากจากชาวเยอรมัน ซึ่งเป็นผู้ที่พิถีพิถันในเรื่องความสวยงาม และนิยมตกแต่งบ้านเรือนให้ทันสมัย ทั้งนี้สินค้าไหมที่มีจำหน่ายภายในประเทศส่วนใหญ่จะนำเข้าจากอิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และสาธารณรัฐเกาหลี ส่วนการนำเข้าจากไทย ในสินค้าผ้าไหม มีเพียงเล็กน้อย คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.41 ของมูลค่าผ้าไหมที่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันนำเข้า

อย่างไรก็ดี สหพันธ์紗ธารณรัฐเยอรมันก็นับเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยมี การสั่งซื้อผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภท ผ้าม่าน ผ้ามุขเตียง ปลอกหมอน เสื้อผ้า สำเร็จรูป และของตกแต่งบ้านอื่นๆ เพิ่มขึ้นเป็นประจำแทบทุกปี ยกเว้นปี 2532 ประเทศไทย ได้ปรับราคาสินค้าไหมให้สูงขึ้น ทำให้สินค้าไหมของไทยมีราคาแพงมากเมื่อเทียบกับสินค้าจาก สหพันธ์紗ธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย สหพันธ์紗ธารณรัฐเยอรมันจึงชะลอการซื้อจากไทยลงใน ช่วงครึ่งหลังของปี ทำให้การสั่งซื้อจากไทยลดลงจากปี 2531 ร้อยละ 4.30 โดยมีมูลค่ารวม 84.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.23 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทย ทั้งนี้เป็นการสั่ง ซื้อในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประมาณร้อยละ 86.63 และในรูปแบบผ้าไหม ประมาณร้อยละ 13.37 ส่วนในปี 2535 ประเทศไทยส่งออกเฉพาะผ้าไหมไปยังประเทศเยอรมันสูงถึง 11.8 ล้านบาท ซึ่งนับว่าสูงขึ้นมา

ในอนาคต โอกาสที่จะขยายการส่งออกในตลาดสหพันธ์紗ธารณรัฐเยอรมันยังมีอีก มาก เนื่องจากองค์การส่งเสริมการค้าของเยอรมัน หรือ GTZ ได้มีการส่งเสริมการนำเข้า สินค้าผ้าไหมจากประเทศไทย โดยกำหนดแผนการช่วยเหลือทั้งด้านการผลิตและการตลาดให้แก่ ประเทศไทย เป็นเวลา 3 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2532-2535 ซึ่งจะช่วยให้ไทยสามารถพัฒนาการผลิต สินค้าได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสหพันธ์紗ธารณรัฐเยอรมัน รวมทั้งสามารถเข้าถึง ตลาดได้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น

แนวทางการเจาะตลาดในประเทศเยอรมันนั้น กรมส่งเสริมการค้าส่งออกได้เข้าร่วม งานแสดงสินค้า Heimtextile ณ เมืองแฟรงเฟิร์ต ประเทศสหพันธ์紗ธารณรัฐเยอรมันทุกปี และในปี 2537 จะมียงานลักษณะเดียวกันนี้ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งไทยก็จะได้เข้าร่วมงานดังกล่าว หนึ่งเมื่อปี 1990 ไทยได้เข้าร่วมงาน ASIAN Silk Fair ณ เมืองมิวนิก และได้มีโครงการ ความช่วยเหลือในการพัฒนาตลาดประชาคมอย่างต่อเนื่องจากความช่วยเหลือของ UNDP ในการเข้าสำรวจตลาด พัฒนารูปแบบ เทคนิคการผลิต และจัดคณะผู้แทนการค้าเสนอขายในตลาด ดังกล่าว โดยเน้นตลาดเยอรมันตะวันตก อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ และฝรั่งเศส และการเตรียมการจัด Instore Promotion กับห้างสรรพสินค้าสำคัญในยุโรป เป็นต้น

4. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ผ้าไหมเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติมาเป็นเวลากว่าครึ่ง ศตวรรษ เพราะอดีตชาวต่างชาติจะทำการเดินเรือและค้าขายกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและ ประเทศต่างๆ ทั่วโลก ความนิยมได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทำให้เนเธอร์แลนด์ ซึ่งไม่สามารถผลิตผ้าไหมได้เองในประเทศ ต้องนำเข้าผ้าไหมเพื่อบริโภคในประเทศประมาณ สามในสี่ ที่เหลือส่งต่อไปยังเบลเยียม สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เป็นการนำเข้าจากอินเดีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส อิตาลี และไทย การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แต่รูปแบบการนำเข้าได้เปลี่ยนจากการนำ เข้าผ้าไหมเป็นนำเข้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เคหะสิ่งทอ เครื่อง ประกอบในการแต่งกาย และสิ่งทอเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยมีส่วนถือครองตลาดสินค้าผ้าไหมในเนเธอร์แลนด์ไม่มากนักคือ ร้อยละ 1.05 ของมูลค่าที่เนเธอร์แลนด์นำเข้าในปี 2531 อย่างไรก็ตามการส่งออกไปเนเธอร์แลนด์ ก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด ในปี 2532 การส่งออกมีมูลค่าทั้งสิ้น 17.8 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2531 ร้อยละ 21.09 สินค้าส่งออกสำคัญคือ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของขวัญของขวัญ ของเบ็ดเตล็ดและเคหะสิ่งทอจำพวกผ้าคลุม ปลอกหมอนและผ้าคลุมเตียง เป็นต้น โดยมีส่วนแบ่งการส่งออกสูงถึงร้อยละ 92.70 ขณะที่ ผ้าไหมการส่งออกได้ลดลง และมีส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 7.30 โดยในปี 2535 ประเทศไทย ส่งออกผ้าไหมไปเนเธอร์แลนด์มีมูลค่าเพียง 3.5 ล้านบาท เนื่องจากผ้าไหมของไทยยังใช้ กรรมวิธีการสาวไหมด้วยมือ ทำให้ไม่สามารถทอผ้าไหมได้ขนาดความยาวตามความต้องการ ของผู้ใช้ และไม่มีความเห็นเหมือนการสาวไหมด้วยเครื่องจักรแบบสาธารณรัฐประชาชนจีน กอปรกับผ้าไหมมีลักษณะเนื้อหนาไม่เหมาะสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่เหมาะที่จะใช้ใ นการทำเคหะสิ่งทอมากกว่า

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้าที่มีช่องทางขยายตัวได้เพิ่มขึ้นมากในตลาดเนเธอร์แลนด์ เพราะเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง อีกทั้งไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาษีนำเข้า และโควตานำเข้า เนื่องจากเป็นสินค้าที่เนเธอร์แลนด์ไม่สามารถผลิตได้เองในประเทศ ทั้งนี้

ช่องทางในการเข้าสู่ตลาดให้ได้ผลควรวีวิธีติดต่อกับผู้นำเข้าโดยตรง รวมทั้งศึกษาถึงฤดูกาลจำหน่ายและความต้องการของตลาดสินค้าแต่ละชนิดด้วย เพื่อสามารถนำเสนอสินค้าได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ

5. ประเทศแคนาดา แคนาดาเป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจของโลกประเทศหนึ่งในบรรดา 7 ประเทศมหาอำนาจ มีฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคง ประชากรมีอำนาจซื้อสูง รสนิยมในการบริโภค จึงเป็นสินค้าคุณภาพสูง โดยเฉพาะเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าไหม ปัจจุบันเป็นที่นิยมของชาวแคนาดามาก ทั้งนี้แคนาดาจะนำเข้าผ้าไหมจากแหล่งผลิตรายใหญ่ ๆ เช่น อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา อินเดีย และไทย เพื่อผลิตเสื้อผ้าไหมจำหน่ายในร้านค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปคุณภาพสูง ราคาค่อนข้างแพง แต่ก็สามารถจำหน่ายได้ดี นอกจากผ้าไหมที่แคนาดามีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอแล้ว ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทส่วนประกอบในการแต่งกาย ของใช้ตกแต่งบ้านเรือน กรอบรูปผ้าไหม ก็จัดเป็นสินค้าที่ชาวแคนาดามีความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การส่งออกสินค้าไหมของไทยไปแคนาดาเท่าที่ผ่านมา มีมูลค่าไม่มากนัก โดยมีส่วนถือครองตลาดแคนาดาเพียงร้อยละ 0.85 ในปี 2531 แต่การส่งออกก็มีแนวโน้มดีขึ้นทุกปี เนื่องจากความสัมพันธ์อันดีทางการเมืองระหว่างกันและการส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐบาล ทำให้สินค้าไทยเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในแคนาดาโดยเฉพาะในปี 2532 การส่งออกได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก คือเพิ่มจากปี 2531 ถึงร้อยละ 91.53 หรือส่งออกเป็นมูลค่า 17.2 ล้านบาท ทั้งนี้สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีอัตราการเพิ่มสูงมาก โดยเพิ่มจากมูลค่า 3.1 ล้านบาท เป็น 11.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่าตัว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.44 ของการส่งออกสินค้าไหมของไทย ขณะเดียวกันการส่งออกผ้าไหมก็ขยายตัวเพิ่มจาก 2.8 ล้านบาท เป็น 5.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2 เท่าตัว ในปี 2535

ผ้าไหมไทยยังมีช่องทางขยายตลาดในแคนาดาได้เพิ่มขึ้นมาก หากมีการเผยแพร่และส่งเสริมการขายไปยังผู้นำเข้าในแคนาดามากขึ้น ทั้งนี้นอกจากจะเสนอขายในรูปแบบผ้าไหมให้แก่ผู้นำเข้าและโรงงานเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแคนาดาโดยตรงแล้ว ควรหาทางผลิตและจำหน่ายใน

รูปเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้มากขึ้น เพราะประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า แคนาดา โดยควรจะขอผลิตภายใต้ตราที่ถือเป็นที่ยอมรับในแคนาดา เพื่อให้การขยายตลาดเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดอื่นๆ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจและช่วยในการขยายตลาดได้อีกทางหนึ่ง

6. ประเทศอื่น ๆ ที่สำคัญได้แก่ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เช่น สวีเดน เป็นต้น แนวโน้มการขยายตัวด้านการส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ คาดว่ายังสามารถเพิ่มได้อีกเป็นอันมาก เนื่องจากตลาดเปิดกว้าง ไม่มีข้อจำกัดหรือกีดกันการนำเข้า ดังนั้นควรมีการพัฒนาคุณภาพสินค้า และพยายามลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงจะได้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น อันจะส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้มากขึ้น

คู่แข่ง

สำหรับคู่แข่งในตลาดต่างประเทศที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย ซึ่งการผลิตผ้าไหมของทั้งสองประเทศนี้ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของไทยมาก ทำให้สามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ตามผ้าไหมไทยก็มีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น และผ้าไหมไทยยังได้สิทธิพิเศษภาษีศุลกากร โดยยกเว้นภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ในขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว ดังนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยยังมีช่องทางที่จะขยายตัวต่อไปได้อีก โดยเฉพาะในประเทศออสเตรเลียและบางประเทศในทวีปยุโรป เช่น เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอังกฤษ ซึ่งจะเป็นตลาดที่สำคัญในอนาคต

ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยเป็นรายประเทศ ปี 2535

หน่วย ปริมาณ : ตารางเมตร

มูลค่า : บาท

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
บรูไน	760.87	233,153
สาธารณรัฐประชาชนจีน	298.26	106,004
ฮ่องกง	33,025.84	13,928,199
ญี่ปุ่น	387,983.99	113,890,525
จอร์แดน	410.40	253,368
คูเวต	114.14	92,081
เลบานอน	8,332.58	3,875,145
โอมาน	175.60	131,554
ซาอุดีอาระเบีย	4,624.66	2,569,419
ไต้หวัน	8,000.19	1,908,464
สหรัฐอาหรับเอมิเรต	613.20	474,345
อินโดนีเซีย	85.32	49,361
มาเลเซีย	810.77	210,490
ฟิลิปปินส์	15,503.79	3,216,498
สิงคโปร์	48,554.61	12,044,121
ตุรกี	3,245.11	1,824,100
ออสเตรเลีย	5,050.20	1,324,868
เชโกสโลวาเกีย	231.19	76,654
ฟินแลนด์	2,483.95	1,075,413

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

หน่วย ปริมาณ : ตารางเมตร

มูลค่า : บาท

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
ไอร์แลนด์	2,922.00	647,003
นอร์เว	802.55	201,589
สวีเดน	4,149.00	1,125,280
สวิสเซอร์แลนด์	1,389.25	549,193
สโลวาเนีย	1,774.81	609,482
เบลเยียม	211,025.69	44,285,285
เดนมาร์ก	5,691.42	1,120,119
ฝรั่งเศส	14,893.97	7,228,126
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	24,910.98	11,841,156
กรีซ	6,799.65	2,662,565
อิตาลี	19,731.36	9,745,321
เนเธอร์แลนด์	13,804.22	3,477,204
โปรตุเกส	10,242.78	5,141,918
สเปน	30,396.64	9,818,437
สหราชอาณาจักร	120,420.30	30,129,537
แคนาดา	15,302.91	5,637,131
สหรัฐอเมริกา	352,479.85	144,353,916
อาร์เจนตินา	2,470.19	1,165,775
บราซิล	87.65	38,162

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

หน่วย ปริมาณ : ตารางเมตร

มูลค่า : บาท

ประเทศ	ปริมาณ	มูลค่า
ชิลี	2,611.78	1,335,348
เนเธอร์แลนด์	1,877.45	589,759
โบเนโตสวานา	1,033.99	597,147
ไมรอกโค	1,570.16	802,960
แอฟริกาใต้	5,409.25	1,763,078
ออสเตรเลีย	68,694.20	20,648,549
นิวซีแลนด์	3,694.60	1,045,371

ที่มา : (สมาคมไหมไทย, 2536)

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

1. สาธารณรัฐประชาชนจีน

การผลิตและการตลาด ในปี 2533 จีนสามารถผลิตไหมดิบได้ประมาณ 50,000 ตัน โดยแยกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ MULBERRY SILK ประมาณ 35,000 ตัน

SPONGE SILK ประมาณ 10,000 ตัน

TUSSAH SILK ประมาณ 5,000 ตัน

จำนวนเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไหม 20 ล้านครัวเรือน

มีโรงงานสาวไหม 820 แห่ง

เครื่องมือสาวไหม 1.4 ล้านเครื่อง

เครื่องทอผ้าไหมใช้มือ 150,000 เครื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออก ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ช่องกม กลุ่มประชาคมยุโรป ญี่ปุ่น และ
ไทย ในปี 2533 สาธารณรัฐประชาชนจีนส่งออกสินค้าไหมที่สำคัญ ดังนี้

ชนิดสินค้า	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้าน (US\$))
1. Native Silk	218.32	6.88
2. Doupion Silk	428.11	12.04
3. Tussah Silk	251.27	7.27
4. Raw Silk	88.53	2.77
5. Silk Worm Cocoons- suitable for reeling	1,163.02	19.00
6. Silk Wadding	712.40	10.50
7. Silk Tops	406.04	11.31
8. Silk Noils	1,105.39	4.14
9. Silk Waste	1,920.15	16.50
10. White Steam Filature	7,582.70	361.96
11. Silk Fabric Woven	171,729.32	769.77
Total	185,605.27	1,222.14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเข้า

ตลาดนำเข้าผ้าไหมที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น รัสเซีย สหรัฐอเมริกาและ
สิงคโปร์

นโยบาย

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเปลี่ยนนโยบายจากการส่งออกไหมและ
เส้นไหมเป็นส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก พัฒนาด้าน
อุปกรณ์และเทคโนโลยีการทอ พิมพ์และย้อมสีไหม เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จะออกสู่ตลาดโลก
โดยกำหนดส่งออกเส้นไหมร้อยละ 25 ผ้าไหมร้อยละ 35 และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 40 (ญี่ปุ่นเป็น
ตลาดประจำที่มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า)

ปัญหา

การซื้อขายกระทำโดยรัฐ ผ่านระบบสหกรณ์ รัฐเป็นผู้กำหนดราคาซื้อ ทำให้
ราคารับซื้อไหมของเกษตรกรค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเส้นไหมในตลาดโลก อีกทั้ง
ราคาไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดภายในประเทศ ดังนั้น ทำให้การพัฒนาการปลูกหม่อน
เลี้ยงไหมกระทำได้อย่าง

2. อินเดีย

การผลิต ผลิตไหมได้ปีละประมาณ 9,489 ตัน มีแรงงานเกี่ยวข้องกับ
อุตสาหกรรมไหมประมาณ 6 ล้านคน ประชาชนชาวอินเดียนิยมนำผ้าไหมมาทำสำหรับ

การส่งออก

อินเดียส่งออกไหมและผลิตภัณฑ์ปีละประมาณ 5,000 ล้านบาท

การนำเข้า

อินเดียนำเข้าเส้นไหมจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนปีละประมาณ

2,000 ตัน

นโยบาย

ปัจจุบันอินเดียมีโครงการกู้เงินจากต่างประเทศ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมหม่อนไหมประมาณ 1,000 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายในระยะ 12 ปีข้างหน้า จะผลิตเส้นไหมให้ได้ 2.4 เท่าของกำลังการผลิตในปัจจุบัน หรือเท่ากับปริมาณ 20,000 ตันต่อปีโดยเฉลี่ย

ปัญหา

การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของอินเดีย ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงทั้งประเทศ เนื่องจากประชากรมีเป็นจำนวนมากและกระจัดกระจาย ทำให้การพัฒนาต้องใช้เวลา นานพอสมควร

3. เวียดนาม

การผลิต

เวียดนามสามารถผลิตเส้นไหมได้ทั่วประเทศประมาณ 500-600 ตัน ผลผลิตมีมากใน 3 ภาค คือ

ภาคเหนือ ที่แขวงฮาเซิม เอง, ฮาบัก, หาน่าบิง, ไทบิง (ใกล้ชายพอง) ฮายเฮา (ใกล้ฮานอย)

ภาคกลาง แขวงกวางน้ำดำนัง

ภาคใต้ แขวงลัมต้อง

โดยผลผลิตในภาคใต้ภาคเดียว จะเท่ากับการผลิตในภาคเหนือทั้งหมด มีศูนย์กลางการผลิตและจำหน่ายที่ สหบริษัทไหมหม่อนเวียดนาม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมเบา เวียดนาม และผลผลิต 1 ใน 3 ใช้สำหรับทอผ้าไหมส่งขายต่างประเทศ 2 ใน 3 เป็นเส้นไหมส่งออกต่างประเทศ

การผลิตมี 2 ลักษณะ คือ

ก. ใช้เครื่องจักร มีโรงงานที่ใช้เครื่องจักร 3 แห่ง คือ แขวงไทบิง, กวางน้ำดำนัง และลัมต้อง ซึ่งเป็นโรงงานที่ใช้เครื่องจักรจากจีน ได้ทัว้น และขณะนี้ผู้ปูนกำลังตั้งโรงงานเพื่อผลิตผ้าไหม

ข. ผลิตโดยชาวบ้าน เป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญ

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2531	2532	2533	2534 (มค.-มิย.)
สหรัฐอเมริกา	116.0	166.0	195.0	66.3
ญี่ปุ่น	120.0	196.5	142.2	43.9
สหราชอาณาจักร	62.0	40.5	76.7	46.0
เบลเยียม	36.0	40.0	64.0	26.0
เยอรมัน	0.33	25.5	39.3	17.3
สิงคโปร์	21.0	22.0	29.6	18.0
ออสเตรเลีย	23.0	33.3	25.8	9.3
แคนาดา	4.3	7.6	24.5	8.5
สหรัฐอเมริกาฮาวาย	16.0	16.4	21.0	4.0
อิตาลี	9.0	8.4	19.4	6.2
ฝรั่งเศส	17.0	16.0	19.2	12.0
ฮ่องกง	10.0	16.0	19.0	4.3
นิวซีแลนด์	7.0	2.2	16.6	0.6
สเปน	1.3	6.0	13.0	18.4
สวีตเซอร์แลนด์	5.0	7.0	9.0	1.3
โปรตุเกส	5.0	4.0	7.8	3.0
สวีเดน	11.0	14.3	6.6	3.7
เดนมาร์ก	0.6	0.4	6.2	0.4
อื่น ๆ	105.5	31.9	60.1	43.7
รวม	570.0	654.0	795.0	332.0

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2535)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ตลวดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทำด้วยผ้าไหม

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2531	2532	2533	2534 (มค.-มิย.)
สหรัฐอเมริกา	8.5	3.0	27.0	11.0
แคนาดา	1.3	2.0	19.0	6.5
เนเธอร์แลนด์	5.3	8.0	17.6	5.0
เบลเยียม	3.0	4.5	17.0	6.0
สหราชอาณาจักร	3.3	6.8	12.4	8.0
เยอรมัน	11.3	8.0	12.3	5.6
ญี่ปุ่น	12.0	24.0	10.2	2.4
อิตาลี	1.2	1.6	7.0	3+0X.2
ฝรั่งเศส	3.0	3.6	5.6	3.6
สวีตเซอร์แลนด์	0.6	2.2	5.0	0.9
ออสเตรเลีย	3.3	3.3	4.8	1.3
สเปน	-	0.7	3.0	13.0
สวีเดน	4.6	2.0	2.2	0.7
สิงคโปร์	0.6	0.2	2.0	0.3
ฮ่องกง	2.3	0.6	1.2	0.6
เดนมาร์ก	1.6	0.5	0.6	0.3
นิวซีแลนด์	0.6	0.4	0.3	0.4
อื่น ๆ	0.5	3.6	7.8	7.2
รวม	63.0	75.0	155.0	76.0

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2535)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ตลาดส่งออกผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมผม หูกระต่ายและเนคไท
หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	ปี พ.ศ.			
	2531	2532	2533	2534 (มค.-มิย.)
สหราชอาณาจักร	26.6	2.7	34.0	24.0
สหรัฐอเมริกา	16.0	16.4	20.5	3.8
เยอรมัน	8.6	4.0	12.0	7.0
ฝรั่งเศส	7.7	6.0	8.6	5.3
สิงคโปร์	4.0	1.5	5.6	11.2
ญี่ปุ่น	6.6	15.5	5.5	3.4
สวีเดน	6.0	7.3	4.0	3.0
เบลเยียม	3.9	3.0	4.0	-
อิตาลี	2.0	0.3	4.0	0.3
สหรัฐอเมริกา	3.0	3.3	3.3	1.3
บังคลาเทศ	-	1.2	0.6	-
อื่น ๆ	31.6	1.8	0.6	-
รวม	116.0	63.0	134.0	75.0

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2535)

ราคาและคุณภาพ แบ่งได้ 3 ระดับ

ก. a1 เป็นเส้นละเอียด ทำด้วยเครื่องจักร ผลิตปีละประมาณ 100 ตัน
ราคา F.O.B 35 เหรียญสหรัฐฯ ต่อกิโลกรัม

ข. t2 เป็นเส้นขนาดกลาง ทำด้วยเครื่องจักร ผลิตปีละประมาณ 100 ตัน
ราคา F.O.B 20.25 เหรียญสหรัฐฯ ต่อกิโลกรัม

การส่งออก

เวียดนาม ผลิตเส้นไหมและผ้าไหมส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ไต้หวันฮ่องกง สิงคโปร์ และจีน ส่วนการส่งออกมายังประเทศไทย ผ่านทางชาวบ้านที่อยู่ตามแนวชายแดน เวียดนาม-ลาว ผ่านภาคเหนือของเวียดนามเข้าสู่แขวงไซยะบุรีของลาวและเข้าสู่ประเทศไทย ทางภาคเหนือ

ในปี 2530 เวียดนามส่งออก Raw Silk 80 ตัน และ Silk Fabric 350,000 เมตร ปริมาณดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2532 คือ Raw Silk 240 ตัน และ Silk Fabric 800,000 เมตร

ระเบียบการอนุญาตให้นำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร

ในอดีตตั้งแต่ปี 2519 กระทรวงพาณิชย์ได้เคยพิจารณาเรื่องการนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร และกำหนดห้ามมิให้นำเส้นไหมดิบที่ยังมีได้ตีเกลียว และเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับใช้ทอผ้าไหมเข้ามาในราชอาณาจักร เว้นแต่จะได้รับหนังสืออนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์นั้น

ต่อมาเมื่อมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2535 อนุมัติให้ดำเนินการตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอ โดยมีนโยบายและมาตรการดังนี้

นโยบาย

1. ให้เปลี่ยนแปลงเป็นมาตรการโควตานำเข้าเส้นไหมแทนการใช้สัดส่วน โดยให้กรมการค้าต่างประเทศพิจารณาจัดระบบโควตานำเข้าเส้นไหม ให้สอดคล้องกับการผลิตและความต้องการใช้ และให้ข้อสังเกตว่า การควบคุมนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศควรมีกำหนด เช่น 1 ปี แล้วต่อเวลาเป็นช่วง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตการค้าเส้นไหม
2. ให้ใช้มาตรการนี้ในช่วงแผนพัฒนาใหม่ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2535-พ.ศ.2537)
3. ให้ดำเนินการตามมาตรการรับจรรยาบรรณใหม่พันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ ตามข้อเสนอของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

มาตรการ

1. มาตรการทางการค้า
 - 1.1 ส่งออก เสรี
 - 1.2 นำเข้า ควบคุมการนำเข้าโดยจะอนุญาตให้นำเข้าเส้นไหมดิบที่ยังมีดีทีเกลียวและเส้นไหมสำเร็จรูปเข้ามาในราชอาณาจักรในแต่ละปีการผลิต (พฤษภาคม-เมษายน) ทั้งนี้ให้เป็นไปตามที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด ตามความเห็นชอบของคณะกรรมการจัดสรรปริมาณนำเข้าเส้นไหม
 2. มาตรการทางภาษี
 - 2.1 ขาเข้า รังไหมที่เหมาะสมสำหรับการสาวไหม ร้อยละ 10 (ตามราคา)
เส้นไหมที่ยังมีดีทีเกลียว ร้อยละ 10 (ตามราคา)
เส้นไหมสำเร็จรูป ร้อยละ 10 (ตามราคา)
 - 2.2 ขาออก การส่งออกเส้นไหมและรังไหมได้รับยกเว้นภาษีส่งออก
- จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2536 กระทรวงพาณิชย์ได้ทบทวนการนำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักรโดยพิจารณาความเหมาะสมกับภาวะการผลิตและการค้าเส้นไหมในปัจจุบัน จึงได้ออกระเบียบว่าด้วยการอนุญาตให้นำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 1) ลงวันที่ 7 กรกฎาคม 2536 ระบุว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. "เส้นไหม" หมายความว่า เส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียวตามพิกัด อัตราอากรขาเข้าประเภท 50.02 และด้ายไหมสำหรับใช้ทอผ้าตามพิกัดอัตราอากรขาเข้าประเภท 50.04
2. ผู้ประสงค์จะขอนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศเข้ามาในราชอาณาจักรจะต้องมีภาระรับซื้อเส้นไหมที่ผลิตในประเทศ 1 ส่วน ต่อการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้าจากต่างประเทศ 1.5 ส่วน
3. โรงงานสาวไหมที่จะขายเส้นไหมให้แก่ผู้นำเข้า ต้องจดทะเบียนเป็นโรงงานสาวไหมจดทะเบียน กับกรมการค้าต่างประเทศ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กรมการค้าต่างประเทศประกาศและกำหนดขึ้น
4. หลักเกณฑ์และวิธีการขออนุญาตนำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร ให้เป็นไปตามที่กรมการค้าต่างประเทศประกาศกำหนด
5. โรงงานสาวไหมที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมการค้าต่างประเทศ จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กรมการค้าต่างประเทศออกตามระเบียบนี้ ผู้ไม่ปฏิบัติตามระเบียบหรือประกาศ หรือนำเส้นไหมที่ไม่ได้ผลิตเองมาขายให้แก่ผู้นำเข้า หรือไม่มีการขายเส้นไหมจริง แต่ออกไปแสวงหารายเพื่อใช้ในการขออนุญาตนำเข้า ให้กรมการค้าต่างประเทศสั่งพัก ระวัง หรือเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นโรงงานสาวไหมรับอนุญาตของรายนั้น ๆ แล้วรายงานให้กระทรวงพาณิชย์ทราบ

หลังจากการประกาศใช้ ได้มีกลุ่มอุตสาหกรรมผ้าไหมก๊มิโนเพื่อการส่งออก เข้าร้องเรียนต่อนายอุทัย พิมพ์ใจชน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เพื่อขอผ่อนผันการเพิ่มสัดส่วนการนำเข้าเส้นไหมคุณภาพสูง เพราะเส้นไหมในประเทศมีคุณภาพต่ำ ไม่สามารถนำไปผลิตสินค้าผ้าไหมคุณภาพสูงสำหรับการส่งออกได้ ซึ่งหากกระทรวงพาณิชย์ไม่พิจารณาคำเนินการ จะทำให้บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมต้องปิดกิจการลง เนื่องจากไม่สามารถสู้คู่แข่งได้ ดังนั้นทางกระทรวงพาณิชย์จึงได้สั่งการให้กรมการค้าต่างประเทศพิจารณาแก้ไขระเบียบการนำเข้าเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร โดยผ่อนผันให้กับผู้ส่งออกที่ต้องการนำเข้าเส้นไหมคุณภาพสูงเพื่อการผลิตเป็นผ้าไหมส่งออก ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะทำให้เกษตรกรและผู้นำเข้าเส้นไหมพอใจ อีกทั้งผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมยังอยู่รอดได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าต่างประเทศ จึงได้แก้ไขระเบียบการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้ามาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 5 สิงหาคม 2536 ระบุว่า

1. "เส้นไหม" หมายความว่า เส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียว ตามพิกัดอัตราอากรขาเข้าประเภท 50.2 และด้ายไหมสำหรับใช้ทอผ้า ตามพิกัดอัตราอากรขาเข้าประเภท 50.04

2. การอนุญาตให้นำเส้นไหมจากต่างประเทศเข้ามาในราชอาณาจักร

2.1 กรณีการนำเข้าเป็นการทั่วไป ผู้ประสงค์จะนำเข้าจะต้องมีภาระรับซื้อเส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศ 1 ส่วนต่อการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้าจากต่างประเทศ 1.5 ส่วน

2.2 กรณีการนำเข้าเส้นไหมคุณภาพดีเกรดตั้งแต่ 3 A. ขึ้นไปเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกทั้งหมด ผู้ประสงค์จะนำเข้าจะต้องมีภาระรับซื้อเส้นไหมที่ผลิตในประเทศ 1 ส่วนต่อการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้าจากต่างประเทศ 30 ส่วน

3. โรงงานสาวไหมที่จะขายเส้นไหมให้แก่ผู้นำเข้า ต้องจดทะเบียนเป็นโรงงานสาวไหมจดทะเบียนกับกรมการค้าต่างประเทศ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กรมการค้าต่างประเทศประกาศกำหนด

4. โรงงานสาวไหมที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมการค้าต่างประเทศ จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กรมการค้าต่างประเทศกำหนด ผู้ไม่ปฏิบัติตามระเบียบหรือนำเข้าเส้นไหมที่ไม่ได้ผลิตเองมาขายให้แก่ผู้นำเข้าหรือไม่มีการขายเส้นไหมจริง แต่ออกใบเสร็จการขายเพื่อใช้ในการขออนุญาตนำเข้าให้กรมการค้าต่างประเทศสั่งพัก ระงับ หรือเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นโรงงานสาวไหมรับอนุญาตจากรายนั้น ๆ แล้วรายงานให้กระทรวงพาณิชย์ทราบ

5. เมื่อมีการนำเข้าเส้นไหมตามข้อ 2.2 ให้กรมศุลกากรตรวจสอบคุณภาพให้เป็นไปตามตัวอย่างที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดทำและมอบให้กรมศุลกากรไว้

6. ให้คณะกรรมการกำหนดสัดส่วนการนำเข้าและการซื้อเส้นไหมในประเทศแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคณะหนึ่ง เพื่อตรวจสอบข้อมูลการนำเข้าและสต็อกเส้นไหมคงเหลือของผู้นำเข้าตามข้อ 2.2 ทุกภายในทุกๆ 3 เดือน แล้วรายงานผลการตรวจสอบทุกครั้งให้คณะกรรมการฯ และกระทรวงพาณิชย์ทราบภายใน 15 วัน

การควบคุมมาตรฐานสินค้าผ้าไหม

ความจำเป็นในการควบคุมมาตรฐานสินค้าผ้าไหม

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ชาวไทยได้ผลิตขึ้นมานานแล้วนับแต่โบราณกาลซึ่งได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทยเป็นอย่างมาก ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยนั้น นอกจากจะชื่นชมต่อศิลปวัฒนธรรมไทยในด้านต่าง ๆ แล้ว ยังนิยมชมชอบและหาซื้อผ้าไหมไทยกลับไป ทั้งเพื่อนำไปใช้เองและเป็นของฝากหรือของกำนัลแก่ญาติ และมิตรสหายของตนเอง จนต่อมาเมื่อผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักกันทั่วไปแล้ว ความต้องการผ้าไหมไทยก็มีมากขึ้นมีการส่งออกผ้าไหมไทยเพื่อการค้ามากขึ้น จนทำให้ผ้าไหมไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก

เมื่อมีการส่งออกผ้าไหมไทยมากขึ้นตามลำดับ ก็เริ่มมีปัญหาที่กระทบกระเทือนต่อชื่อเสียงของผ้าไหมไทยเกิดขึ้น ได้แก่ มีบางประเทศได้ผลิตผ้าไหมเลียนแบบผ้าไหมไทยออกจำหน่ายโดยใช้ชื่อผ้าไหมไทย ส่วนในประเทศไทยเองก็ได้มีผู้ผลิตผ้าด้วยเส้นใยชนิดอื่น หรือใช้เส้นใยอื่นปนกับไหมแท้พอ แล้วส่งไปจำหน่ายต่างประเทศในชื่อผ้าไหมไทย ทำให้ผู้ซื้อไปใช้ได้รับความเสียหาย และเกิดความไม่เชื่อมั่นต่อคุณภาพของผ้าไหมไทย ซึ่งนอกจากจะเกิดความเสียหายต่อผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ที่ส่งโดยสุจริตแล้ว ยังก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงแก่ชื่อเสียงของผ้าไหมไทย

ผู้ซื้อชาวต่างประเทศหลายราย ได้ร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าผ้าไหมไทยมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าไหมไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าออกและสมาคมไหมไทย ได้พิจารณาในเรื่องนี้และขอความร่วมมือยังกระทรวงพาณิชย์ให้รีบดำเนินการควบคุมคุณภาพผ้าไหมเพื่อการส่งออกโดยเร็ว โดยการกำหนดให้เป็นสินค้ามาตรฐาน และมาตรฐานที่กำหนดขึ้นนี้ ร่วมกันพิจารณาโดยคณะกรรมการมาตรฐานสินค้า ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ ทั้งจากภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้าไหม เช่น กรมวิทยาศาสตร์ กรมศุลกากร กระทรวงอุตสาหกรรม สมาคมไหมไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยยึดหลักเกณฑ์กำหนดมาตรฐานดังนี้คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. มาตรฐานต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการค้า
2. มีข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของสินค้าผ้าไหมเฉพาะที่จำเป็น ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งผู้ผลิตสามารถที่จะปฏิบัติตามได้
3. ระบุข้อกำหนดนั้นให้ชัดเจน ตลอดจนวิธีปฏิบัติต้องได้รับความร่วมมือและเป็นที่ยอมรับของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หลักเกณฑ์ดังกล่าว คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต่างเห็นชอบและยอมรับแล้ว จึงมีการกำหนดให้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้ามาตรฐาน เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2511 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2511 ซึ่งสำนักงานมาตรฐานสินค้าเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบและออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าตั้งแต่ พ.ศ.2511 จนถึงปัจจุบันนี้ นับเป็นสินค้าที่ทำรายได้และชื่อเสียงให้แก่ประเทศมิใช่น้อย

หลักการและเจตนารมณ์ของมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

1. ผ้าไหม เป็นผ้าที่ทอในประเทศไทย จะเป็นการทอด้วยมือหรือทอด้วยเครื่องจักรก็ตาม

1.1 ผ้าไหมไทย คือ ผ้าที่จะทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่ก็ได้ แบ่งเป็น 8 ชนิด ตามความหนาบางของผ้า แต่ละชนิดเหมาะสมสำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน

1.2 ผ้าไหมจู้รี คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้เกินร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้งหมด

2. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหมเป็นส่วนสำคัญ แบ่งเป็น

2 ประเภท

2.1 ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมไทย

2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมจู้รี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. องค์ประกอบหรือเงื่อนไขของมาตรฐานผ้าไหม มีดังนี้

3.1 ในส่วนที่เกี่ยวกับความแข็งแรงทนทานของผ้าไหมไทย ได้กำหนดขนาดและจำนวนของเส้นไหมที่ใช้ทอ กับน้ำหนักของผ้าต่อเนื้อที่ที่กำหนด

3.2 ในส่วนที่เกี่ยวกับความเรียบร้อยของผืนผ้าและผลิตภัณฑ์ ได้กำหนดว่าต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เปราะเบื่อน ไม่ชำรุด ไม่เปื้อนหรือขาด และมีสีสม่ำเสมอตามลักษณะของผ้า

3.3 ในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องหมาย ได้กำหนดให้ผ้าไหมที่จะส่งไปต่างประเทศต้องมีข้อความเป็นภาษาอังกฤษอยู่ริมผ้าทุกระยะ 2 เมตรตลอดทั้งผืน และที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทุกชิ้น

3.4 ในส่วนที่เกี่ยวกับการบรรจุห่อผูกมัดสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะส่งไปต่างประเทศ ได้บังคับว่าต้องกระทำด้วยความเรียบร้อย แข็งแรง และด้วยวัสดุที่สะอาดทนทาน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่ง

การควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมส่งออก

สำนักงานมาตรฐานสินค้าจะดำเนินการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ผู้ทำการค้าขาออกจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งออก เมื่อสินค้ามีคุณภาพถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ก็จะออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ เพื่อนำไปแสดงต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ณ ด่านศุลกากรที่รัฐมนตรีกำหนด โดยมีการตรวจคุณภาพดังต่อไปนี้

ก. ผ้าไหมไทยและผ้าไหมจู้รี

1. ตรวจสอบว่าทอด้วยไหมแท้ทั้งหมดหรือมีไหมแท้ปนปริมาณตรงตามที่ระบุหรือไม่ ทั้งนี้ต้องมีเกินร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้งหมด
2. ตรวจสอบจำนวนเส้นไหมยืนในหนึ่งเซ็นติเมตรของผ้าไหมไทย
3. ตรวจสอบน้ำหนักผ้าไหมไทยในเนื้อที่หนึ่งตารางเมตร
4. วัดความกว้าง ความยาว

5. ตรวจสอบสภาพเรียบร้อย การเปราะเปื้อน การชำรุด การเปื้อนหรือขาด และสีสม่ำเสมอตามสภาพหรือลักษณะของผ้าไหม

6. ตรวจสอบข้อความภาษาอังกฤษ พร้อมหมายเลขประจำผู้ทำการค้าขาออกที่ ผืนผ้า

ข. ผลិតภัณฑ์ผ้าไหมที่ทำจากผ้าไหมไทย และผลិតภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมจอร์

1. ตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้นเป็นไหมแท้ทั้งหมดหรือมีไหมแท้ทอปนปริมาณ ตรงตามที่ระบุหรือไม่

2. ตรวจสอบสภาพเรียบร้อย การเปราะเปื้อน การชำรุด

3. ตรวจสอบข้อความภาษาอังกฤษซึ่งกำหนดให้ติดที่ผลิตภัณฑ์

ค. บรรจุผ้าไหมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่คุณภาพถูกต้องลงในหีบห่อที่มีความแข็งแรง ทนทาน และสะอาด ปิดผนึก ประทับตราหีบห่อ เพื่อป้องกันการสับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงสินค้าใน หีบห่อที่ส่งออก

การควบคุมการส่งออกสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

พระราชบัญญัติการควบคุมมาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 ซึ่งเป็นการควบคุม การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 14 ชนิด

ผู้ทำการส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออก ซึ่งสินค้ามาตรฐานกับ สำนักงานมาตรฐานสินค้า และในการส่งออกแต่ละครั้งจะต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้าต่อ เจ้าหน้าที่ศุลกากร ทั้งนี้มีข้อยกเว้นสำหรับการส่งออกเฉพาะกรณีต่อไปนี้

1. การนำออกพร้อมกันตนเองโดยมิใช่การค้า สำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์ มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 30 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 30 ชิ้น

2. การส่งออกสำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์มี ปริมาณไม่เกินประเภทละ 12 ตารางเมตรต่อผู้รับ 1 ราย/1 ครั้ง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 15 ชิ้น/ผู้รับ 1 ราย/1 ครั้ง

3. การนำผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจอร์ออก เพื่อใช้ในยาพาหนะที่บรรทุกออกไปเท่าที่จำเป็น มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 50 ตารางเมตร

4. การส่งหรือนำออกเพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับผ้าไหมไทยและผ้าไหมจอร์ มีปริมาณไม่เกินชนิดละ 1 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 1 ชิ้น

สินค้าที่มีไหมเป็นส่วนผสมกับเส้นใยอื่น ในการส่งออกต่างประเทศ ที่มีข้อตกลงการค้าสิ่งทอกับประเทศไทย มีรายละเอียดการควบคุมสรุปได้ดังนี้

สหรัฐอเมริกา

1. เฉพาะเนื้อผ้าสำเร็จรูปและกระเป๋ามีไหมเป็นส่วนผสม ไม่เกินร้อยละ 70 ต้องขอรับใบอนุญาตส่งออก

2. กางเกงที่มีไหมผสมตั้งแต่ 50-70% ต้องใช้โควต้าในการส่งออก

ประเทศอื่น ๆ

สินค้าที่มีไหมเป็นส่วนผสมกับฝ้าย ไบโพรคิซัล หรือขนสัตว์ ต้องขอใบอนุญาตส่งออก ส่วนจะต้องใช้โควต้าหรือไม่ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าที่ส่งออก และส่วนผสมของไหมด้วย

แนวทางการขยายตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไปประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกกว่า 50 ประเทศ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวมาก อัตราการขยายตัวด้านการส่งออกในช่วงระหว่างปี 2529-2530 โดยเฉลี่ยร้อยละ 33.93 ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป กลุ่มแอกติเนเวีย ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และฮ่องกง

จากการศึกษาถึงลักษณะการบริโภคสินค้าและการวางจำหน่ายของสินค้ากลุ่มดังกล่าว พบว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย ยกเว้นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้มีการวางจำหน่ายในกลุ่มเดียวกับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านที่ทำจากสิ่งทออื่น ๆ (Household Textile) ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้า ส่งออกจึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าส่งออกรวมไว้ในกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ ซึ่งเมื่อปี 2533 กรมส่งเสริมการค้าส่งออกได้ให้ความสำคัญกับสินค้าไหมไทย โดยได้แยกกลุ่มเฉพาะไหมไทย เพื่อจัดทำกิจการส่งเสริมการค้าส่งออก ในขณะที่เดียวกันไหมไทยก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่ม สินค้าเคหะสิ่งทอ และกลุ่ม Home & Craft อีกด้วย

การขยายตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในต่างประเทศ สามารถดำเนินการได้ หลายทางดังนี้

1. เพิ่มสัดส่วนการตลาดในตลาดสำคัญเดิม คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ ประชาคมยุโรป โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Hometextile ประเทศเยอรมันตะวันตก งานแสดงสินค้า World Fashion Fair ในญี่ปุ่น และการจัดคณะผู้แทนการค้าไปตลาด สหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าส่งออกยังได้รวบรวมข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพและ รูปแบบไหมไทยจากประเทศเนเธอร์แลนด์ และอื่น ๆ กิจกรรมที่สำคัญอีกกิจกรรมหนึ่งคือ การ เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Asian Silk Fair ณ เมืองมิวนิค ประเทศเยอรมันตะวันตก ซึ่ง คาดว่าการดำเนินการส่งเสริมการค้าส่งออกอย่างต่อเนื่องในตลาดสำคัญของไทยนั้น จะช่วยให้มีการขยายการค้าส่งออกเพิ่มมากขึ้น
2. การขยายตลาดสู่ตลาดใหม่ ที่สำคัญได้แก่ ออสเตรเลีย กลุ่มยุโรปตะวันออก ได้แก่ ประเทศยูโกสลาเวีย บุลกาเรีย ออสเตรีย และประเทศยุโรปอื่นได้แก่ สวิสเซอร์แลนด์ และประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย ในการขยายตลาดดังกล่าว กรมส่งเสริม การส่งออกได้พยายามสร้างภาพพจน์ของการผลิตผ้าไหมไทย เพื่อสร้างความรู้จักในกลุ่มประเทศ ดังกล่าว กรมส่งเสริมการค้าส่งออกยังได้เชิญคณะผู้แทนการค้าเดินทางเข้ามาประเทศไทย เพื่อได้ ทำความรู้จักกับสินค้าไหมไทย โดยเฉพาะเสื้อผ้าไหมไทย ในงานแสดงสินค้า Bangkok Ready To Wear การจัดทำเอกสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ร่วมกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

นอกจากนี้สำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ในยุโรปตะวันออกได้นำตัวอย่างของผ้าไหมไทยเข้าร่วม
แสดงในงานต่าง ๆ ของประเทศยูโกสลาเวียอีกด้วย

ส่วนสถานการณ์ของการค้าไหมในขณะนี้ ซึ่งประเทศผู้ผลิตไหมหลายรายได้ลดการ
ผลิตลง ได้แก่ ญี่ปุ่น และจีน ดังนั้นจึงก่อผลกระทบต่อการค้าและการส่งออกไหมของไทยเป็น
อย่างมาก ทำให้ขาดแคลนเส้นไหมดิบ และเส้นไหมสำเร็จรูปจากต่างประเทศ และส่งผลให้
ราคาผ้าไหมเพิ่มสูงขึ้น ถ้าหากประเทศไทยสามารถแก้ไขสถานการณ์ขาดแคลนเส้นไหมแทน
แล้ว จะช่วยให้เป็นโอกาสทองของไทยในการส่งออกผ้าไหมที่เดียว ทั้งนี้เพราะจีนซึ่งเป็น
ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่รายหนึ่งของโลกขาดแคลนไหมเช่นกัน

แนวทางการลงทุนเพื่อการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม เป็นผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ที่มีการผลิตกันอย่างกว้าง
ขวาง โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แนวทางการขยายตัวด้านปริมาณที่ผลิตได้ยังมีไม่
แน่ชัดนัก เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการผลิตกันในหมู่บ้านต่างๆ เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว แต่โอกาส
ที่จะพัฒนาทางด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยังมีอยู่อีกมาก หากได้รับการพัฒนากันอย่างจริงจัง ดังนั้น
การเพิ่มมูลค่าดังกล่าวจึงเป็นโอกาสของการขยายตัวทางอุตสาหกรรม

ปัจจัยสนับสนุนการลงทุน

เนื่องจากแหล่งผลิตผ้าไหมที่ใหญ่ที่สุดของไทย อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
โดยเฉพาะในระดับหมู่บ้าน ซึ่งจากการประมาณการถ้าหากชาวบ้าน 1 คน ทำงานเต็มที่จะ
สามารถทอผ้าได้ประมาณ 200 ตารางเมตรต่อเดือน ปัจจุบันมีหมู่บ้านที่ทอผ้าไหมอยู่กว่า 60
หมู่บ้าน ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีชาวบ้านที่ทอผ้าไหมเป็นประจำอยู่อย่างน้อยประมาณ 20-30 ครัวเรือน
ดังนั้นหากหมู่บ้านต่างๆ ที่มีฝีมือทางด้านทอผ้าไหมมีการทอผ้ากันอย่างจริงจังแล้ว จะสามารถ
มีกำลังการผลิตผ้าไหมในระดับหมู่บ้านไม่น้อยกว่า 240,000 ตารางเมตรต่อเดือน ซึ่งนับเป็น
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้จำนวนมากสำหรับชาวบ้านจำนวนนับพันครัวเรือน การประมาณการนี้เป็นการประมาณการ
ในแบบอนุรักษ์นิยม และยังไม่รวมกำลังการผลิตของกิจการผ้าไหมขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรม
ขนาดย่อม หรือร้านค้าต่าง ๆ อีกทั้งสภาวะการตลาดต่างประเทศ ซึ่งไหมไทยเป็นไหมที่มีลักษณะ
เฉพาะตัวเด่นชัด ถือเป็นงานหัตถกรรมที่กำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติมาก ดังนั้นการที่
สภาวะการตลาดเป็นเช่นนี้ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมทอผ้าไหมของไทย โดยเฉพาะ
ในระดับหมู่บ้าน และระดับธุรกิจขนาดย่อม ให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถส่งออกได้
มากขึ้น

ลักษณะของการลงทุน

เป็นการลงทุนเพื่อจัดระบบการผลิต การตลาด การพัฒนาการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์
ซึ่งต้องการการลงทุนไม่มากนัก และสามารถทำได้ในรูปกิจการขนาดย่อมและขนาดกลางแต่อาศัย
ความรู้ความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ ต้องมีการลงทุนด้านอาคารโรงงานและสำนักงาน
การจัดเครือข่ายของการผลิตในหมู่บ้านต่าง ๆ โดยให้ชาวบ้านในหมู่บ้านเข้าเป็นสมาชิกของ
โรงงาน ลักษณะของการดำเนินงาน เริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศ แล้วจึง
นำมาทดลองผลิตในโรงงาน เพื่อจัดทำมาตรฐานและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมาตรฐาน
และข้อกำหนดของการผลิต เมื่อได้มาตรฐานและข้อกำหนดแล้ว จึงนำชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของ
โรงงานมาศึกษาการผลิตและข้อมูลต่างๆ แล้วจึงแจกจ่ายคำสั่งผลิตไปยังสมาชิกในหมู่บ้านต่างๆ
ในราคาค่าจ้างหรือราคารับซื้อกลับ ซึ่งเป็นราคาที่ตกลงกันภายใต้ข้อตกลงด้านคุณภาพ และ
กำหนดส่งงานเมื่อสมาชิกรับงานไปผลิตแล้ว ทางโรงงานจะต้องจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกคอยตรวจ
สอบ และควบคุมการผลิต พร้อมทั้งคอยให้ความช่วยเหลือแก่สมาชิกที่มีปัญหา เมื่อผลิตเรียบร้อย
แล้ว สมาชิกอาจรวมกันเป็นกลุ่ม เพื่อนำสินค้ามาส่งโรงงาน ซึ่งทางโรงงานอาจมีการผ่าน
กระบวนการผลิตต่ออีกขั้นหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ หรืออาจขายผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไปยังตลาด
ส่งออกโดยตรง ในการลงทุนและดำเนินการในลักษณะนี้ผู้ลงทุนจะต้องมีความรู้ความชำนาญเกี่ยว
กับการส่งออก การตลาดในตลาดต่างประเทศ มีความเข้าใจในกระบวนการผลิต การทอผ้าใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับชาวบ้าน มีความซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบ มีความรู้และเข้าใจในความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น และสามารถเข้ากับชาวบ้านในท้องถิ่นได้ดี ซึ่งหากสามารถเริ่มต้นได้แล้วจะทำให้เกิดโอกาสที่จะขยายการดำเนินงานขึ้นไปผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความสำเร็จรูป ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้อีก เช่น เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป เนคไท เครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ เป็นต้น

โอกาสทางการขยายตัวของ การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

แนวทางการลงทุนดังที่ได้กล่าวมาแล้วมีจุดมุ่งหมาย เพื่อที่จะพัฒนาการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐาน และสามารถส่งออกได้มากขึ้น ดังนั้น การลงทุนจึงเป็นเพื่อการขยายตัวของ การส่งออกโดยตรง ในอนาคตซึ่งจะเห็นได้ว่า ตลาดมีความต้องการผ้าไหมที่มีคุณภาพดี ดังนั้นผู้ผลิต ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ และความสม่ำเสมอของเส้นไหมดิบ และด้านไหมที่ใช้ในการทอ รวมทั้งการลงทุนในด้านการพิมพ์ และการออกแบบให้มีความทันสมัยทัดเทียมกับสินค้าในยุโรป ตะวันตก ซึ่งจะช่วยให้มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ไหมไทยมากขึ้น สำหรับลู่ทางการขยายตัวของตลาด ส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย พิจารณาได้จากสถานการณ์ส่งออกที่มีแนวโน้มขยายตัวมาตลอด

ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

1. การพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ เช่น ไข่ไหม เส้นไหมและสารเคมีอื่น ๆ เป็นต้น ทำให้แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยยังเป็นไปไม่คล่องตัวนัก เพราะถ้าราคา วัตถุดิบนำเข้ามีราคาสูงหรือเกิดภาวะขาดแคลน ย่อมมีผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไหม ไทยของประเทศ
2. ผ้าไหมไทยยังมีการพัฒนาและคิดค้น คัดแปลงไปประจักษ์เป็นสินค้าสำเร็จรูป น้อยมาก โดยเฉพาะในตลาดแฟชั่นโลก ถ้ามีการพัฒนาชุดผ้าไหมอย่างจริงจังแล้ว จะก่อให้เกิด มูลค่าเพิ่มได้มากกว่าการจำหน่ายในรูปผ้าผืน

3. ปัญหาการขาดแคลนเส้นไหมดิบ และเส้นไหมสำเร็จรูป ส่งผลให้มีราคาสูงขึ้นมาก เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตของไทย
4. ปัญหาด้านคุณภาพไหม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไหมของไทยแต่เดิมมีปัญหาในการชักและรีด แต่ในปัจจุบันได้มีการแก้ปัญหา โดยการพัฒนาเทคนิคการทอ การพิมพ์ให้ดีขึ้น แต่ถึงกระนั้นก็ตาม ยังคงมีปัญหาอยู่ โดยเฉพาะความไม่แน่นอนของเส้นผ่าทำให้ฉีกขาดง่ายอีกด้วย
5. การพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับรสนิยมของประเทสนั้นๆ ในเรื่องนี้จำเป็นที่ผู้ส่งออกของไทยจะต้องเร่งศึกษาหาความรู้ในด้านแนวโน้ม และสีของแฟชั่น รูปแบบที่มักจะเปลี่ยนแปลงตามสมัยและฤดูกาล
6. ผู้ส่งออกของไทยขาดความกระตือรือร้นในการศึกษาตลาดและส่งเสริมการขายในตลาดต่าง ๆ เพื่อจะขยายตลาดส่งออกในตลาดใหม่และขยายสัดส่วนการส่งออกในตลาดเดิม
7. ราคาเส้นไหมพุ่งไม่สอดคล้องกับคุณภาพ เนื่องจากไม่มีการกำหนดขั้นมาตรฐานคุณภาพของเส้นไหมพุ่ง ราคาซื้อขายขึ้นอยู่กับตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้บางครั้งการกำหนดราคาจึงไม่สอดคล้องกับคุณภาพของไหมที่แท้จริง สาเหตุที่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพเส้นไหมพุ่ง เนื่องจากเป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวด้วยมือ ทำให้มีหลายคุณภาพ จึงเป็นการยากลำบากที่จะกำหนดขั้นมาตรฐานให้แน่ชัด
8. การเผยแพร่ข่าวสารภาวะการตลาดและราคายังอยู่ในขอบเขตจำกัด เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับข่าวสารภาวะการตลาดและราคาอย่างเพียงพอ ทำให้ภาวะการผลิตในปัจจุบันขาดการกระตุ้นเท่าที่ควร
9. ขาดการศึกษาด้านการตลาดและหาตลาดสำหรับผ้าไหม ซึ่งหมายถึงตลาดต่างประเทศเป็นหลักใหญ่ โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกคามีแนวโน้ม จะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร วิธีค้าสินค้าผ้าไหมของไทยยังขึ้นกับการสั่งซื้อของผู้ซื้อ นอกจากนี้ก็เป็นตลาดที่รอผู้ซื้อปลีกคือ นักท่องเที่ยว ซึ่งเข้ามาในประเทศแต่ละปี ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาดยังมีไม่เพียงพอ ได้แก่ การขนส่ง การจัดหีบห่อ ข่าวสารการตลาดเกี่ยวกับราคาและหลักเกณฑ์ในการค้า ผู้ผลิตและผู้ค้าผ้าไหมยังขาดความรู้เรื่องเหล่านี้

10. ยังไม่มีการควบคุมคุณภาพของผ้าไหมที่จำหน่ายในประเทศ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดไว้อย่างเข้มงวด โดยผู้ค้าที่ไม่ซื่อสัตย์ จึงสร้างความสับสนให้แก่ลูกค้าโดยเฉพาะชาวต่างประเทศอยู่เสมอ เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อกลับไป ก็ทำให้เกิดความเสียหายแก่ส่วนรวมได้

ส่วนผ้าไหมไทยที่ส่งไปขายในตลาดต่างประเทศนั้น ต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้า แต่ก็ยังมีการลักลอบส่งออกไปโดยมิได้ผ่านการตรวจสอบเสียก่อนอยู่บ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ได้มาตรฐาน เป็นการทำลายตลาดผ้าไหมไทย

11. ระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมการส่งออกที่เข้มงวดและล่าช้า แม้ว่าผ้าไหมไทยจะเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นงานที่ทอด้วยมือ ซึ่งมีความประณีตงดงาม แต่การส่งออกผ้าไหมในช่วงปีที่ผ่านมา ก็ไม่ได้ขยายตัวไปเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากระเบียบที่ควบคุมคุณภาพผ้าไหม เพื่อการส่งออกของทางราชการที่เข้มงวดและมีขั้นตอนซับซ้อน โดยเฉพาะขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าตรวจสอบทุกรายการ ซึ่งยุ่งยากทั้งในการขนสินค้าไปและกลับ ตลอดจนการรื้อสินค้าออกมาตรวจสอบและเก็บเข้าที่เดิม ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้า ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดในต่างประเทศ

ระบียบดังกล่าวนี้ได้ใช้มาเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่การผลิตและการส่งออกยังอยู่ในวงจำกัด จึงควรที่ทางราชการจะได้ทบทวนระเบียบดังกล่าว เพื่อเร่งดำเนินการแก้ไขปรับปรุง โดยพยายามลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลง เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการส่งออกผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในปัจจุบันที่ได้ขยายตัวออกไปมากแล้ว ผู้ส่งออกผ้าไหมของไทยก็จะต้องมีความคล่องตัวในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เป็นการส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว

12. ผ้าไหมไทยประสบกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดียและสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลิตผ้าไหมออกจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ราคาผ้าไหมไทยสูงกว่าผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ เนื่องจากรัฐบาลต้องการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตไหมยีนในประเทศ จึงกำหนดให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อไหมในประเทศในราคา และอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด นอกจากนี้ราคาประเมินที่กรมศุลกากรเรียกเก็บภาษีจากผู้นำไหมยีนเข้าประเทศก็สูงกว่าราคาตลาดมาก ทำให้ผู้นำเข้ายังต้องเสียภาษีสูงขึ้น ซึ่งผู้นำเข้าจำเป็นต้องผลักภาระให้แก่โรงงานทอผ้าต่อไป มีผลทำให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อไหมยีนภายในประเทศในราคาที่ทางราชการประกันไว้ แล้วยังต้องซื้อไหมยีนจากต่างประเทศในราคาสูงขึ้นอีก ทำให้ต้นทุนการผลิตผ้าไหมสูงตามไปด้วย

13. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบของการเผยแพร่สินค้าในต่างประเทศ ในการผลิตผ้าไหมของไทยนั้น ต้องผ่านกรรมวิธีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการใช้เส้นไหมที่สาวด้วยมือเป็นเส้นไหมพุ่ง และการทอด้วยมือทำให้เนื้อผ้าที่ได้มีความงดงามเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผ้าไหมที่ต่างจากประเทศอื่น ๆ และนับวันจะหาได้ยาก ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าที่สูงด้วยราคาและคุณค่า การเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศจึงต้องพิถีพิถัน เพื่อให้เป็นที่สะดุดตาและตระหนักในคุณค่าของสินค้า ไม่ใช่การนำสินค้าไปวางขายดาษดื่นให้ใครๆ เลือกหยิบต่อรองราคาได้ตามใจชอบในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่นที่ทำกันอยู่

ทางภาครัฐบาลและเอกชน ควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังในอันที่จะเผยแพร่ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการจัดแสดงสินค้าในลักษณะที่สะดุดตา และเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าจะได้ผืนผ้าไหม ทั้งนี้เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่า อยากจะแสวงหาไว้เป็นของที่ระลึก แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่น ๆ ก็ตาม

บทที่ 5

ผลการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

จากการศึกษาข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้คำถามที่มีการเตรียมเค้าโครงล่วงหน้าเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์จำนวน 6 แห่ง

ผลการศึกษาในบทนี้จะประกอบด้วย 6 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. ลักษณะการดำเนินงานของบริษัท
2. ลักษณะและประเภทของผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ส่งออก
3. แนวทางหรือนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัททั้งที่ผ่านมาและในอนาคต
4. ปัญหาของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
5. ผลกระทบที่ได้รับจากปัญหารวมถึงแนวทางแก้ไข
6. ข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะของการดำเนินงานของบริษัทส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ปัจจุบันลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจะเป็นไปในรูปแบบที่เป็นผู้ผลิต ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และผู้ส่งออก สินค้าผลิตภัณฑ์ไหม โดยที่บริษัทฯ ที่เป็นผู้ผลิตจะมีการผลิตแบบครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่นำไข่ไหมมาเลี้ยงเป็นตัวและสาวเส้นไหมจากรังไหมมาทำการฟอก สาวเป็นเส้นไหมสำหรับการทอเป็นผ้าผืนได้ จากผ้าที่ทอเป็นผืนจะนำมาทำการย้อมเป็นสีหรือพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายในรูปแบบลักษณะต่าง ๆ บริษัทฯ ที่มีการดำเนินงานลักษณะนี้ ได้แก่ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมบ์สัน) บริษัทชินวาทร์ไหมไทย จำกัด ส่วนบริษัทฯ ที่เป็นผู้ผลิตในลักษณะที่มีเฉพาะโรงงานทอผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยบริษัทฯ จะสั่งซื้อวัตถุดิบ (เส้นไหม) จากพ่อค้าคนกลาง ทั้งที่เป็นเส้นไหมจากภาคตะวันออก เฉียงเหนือ หรือเส้นไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แล้วนำมาทอเป็นผ้าฝืนและทำการย้อมสี หรือพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายต่อไป ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรูญไหมไทย นอกจากนี้ยังมีบริษัทฯ ที่เป็นผู้ผลิตโดยมีโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า และผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่ทำจากผ้าไหม ได้แก่ บริษัทกนิษฐา จำกัด บริษัทนารายณ์ จำกัด บริษัทวิคตอเรียไหม จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทงเซ็ง เป็นต้น บริษัทฯ เหล่านี้จะรับซื้อผ้าไหมที่มีการทอเป็นผ้าฝืนเสร็จเรียบร้อยแล้วจากพ่อค้าคนกลาง และโรงทอทั้งในกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัด แล้วนำผ้าไหมที่รับซื้อไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ เป็นต้น

ลักษณะและประเภทของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ส่งออก

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าฝืนทั้งผ้าสีพื้น และพิมพ์ลวดลาย บริษัทที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้แก่ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรูญไหมไทย บริษัทนารายณ์ จำกัด บริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ไหมประเภทสินค้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า รองเท้า กล่องใส่เครื่องประดับ เป็นต้น มีบริษัทที่ส่งออก ได้แก่ บริษัทกนิษฐา จำกัด บริษัทวิคตอเรียไหม จำกัด บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) บริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทงเซ็ง บริษัทนารายณ์ จำกัด

แนวทางหรือนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและการขยายตลาดต่างประเทศ

โดยทั่วไปแนวทางหรือนโยบายการส่งออกของผู้ประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ส่วนใหญ่ จะมีการดำเนินงานด้านการส่งออกเป็นเวลานานมากกว่า 10 ปีมาแล้ว โดยเปิดเป็นร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมไทย ในลักษณะเป็นการขายปลีกก่อนในระยะแรก ต่อมาเมื่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ประกอบกับบริษัทเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้น จึงได้มีการขยายตัวโดยเปิดร้านสาขาขึ้นตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ศูนย์การค้าห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าที่สนใจได้มีโอกาสเลือกชมสินค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการเปิดร้านสาขาในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา และประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป เป็นต้น และยังมีการดำเนินงานผ่านตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศ โดยที่ตัวแทนที่จะได้รับการแต่งตั้ง ต้องมีความสามารถในการจำหน่ายสินค้า ให้ได้ยอดขายตามข้อสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้เท่านั้น การดำเนินงานเช่นนี้เพื่อให้การติดต่อกันระหว่างบริษัทกับลูกค้าในต่างประเทศเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น บริษัทฯ ที่ดำเนินการได้ผลสำเร็จมาแล้ว ได้แก่ บริษัททมิษฐา จำกัด บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) บริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด

เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศสูงขึ้นจากเดิมมาก บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยเหล่านี้จึงต้องมีแนวทางหรือนโยบายในการขยายตลาดต่างประเทศ ให้สามารถรักษาระดับลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงไว้และหาลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการขยายตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด แนวทางหรือนโยบายในการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัทต่าง ๆ พอจะสรุปได้เป็น 3 วิธี ดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และมั่นคงกับลูกค้าเก่า
2. หาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ด้วยวิธีดังนี้

2.1 หาลูกค้าโดยตรง โดยผู้บริหารการตลาดของบริษัทฯ จะเดินทางไปพบลูกค้าในต่างประเทศเอง หรือบริษัทฯ นำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าที่จัดแสดงขึ้นในประเทศต่าง ๆ

2.2 หาลูกค้าโดยผ่านสาขา หรือตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ

2.3 หาลูกค้าโดยบริษัทสมัครเป็นสมาชิกของหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้จะทำการพิมพ์รายชื่อ ที่อยู่ และรายละเอียดต่าง ๆ ของบริษัทสมาชิก แล้วส่งไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในต่างประเทศ เช่น

หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ สถานทูต โรงแรม เป็นต้น เพื่อเป็นการแนะนำและเผยแพร่ชื่อเสียงของบริษัท

3. ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ หรือออกแบบสินค้าใหม่

ปัญหาการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาดังนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต

1.1 วัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และการจัดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูง ในขณะที่บริษัทต้องการรักษาคุณภาพสินค้าไว้ จึงต้องรับภาระต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ไม่สามารถต่อสู้กับผู้ผลิตรายอื่นได้อย่างเต็มที่

1.2 ต้นทุนการผลิต เนื่องมาจากปัญหาวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากต้นทุนวัตถุดิบแล้วยังมีต้นทุนด้านค่าจ้างแรงงาน การทอผ้าไหม และการผลิตผลิตภัณฑ์ไหมรูปแบบอื่น ๆ เป็นงานที่ต้องอาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญของผู้ทอ ดังนั้นจึงมีการจ้างคนงานด้วยค่าแรงงานที่สูง

1.3 กำลังการผลิต เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรม ซึ่งกระบวนการผลิตส่วนใหญ่เป็นการใช้ฝีมือคนทำ ต้องใช้เวลานาน จึงทำให้บริษัทมีกำลังการผลิตที่ค่อนข้างจำกัด เช่น บริษัทเกษิษฐา จำกัด มีกำลังการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในลักษณะเป็นชุดราตรี เสื้อผ้าแฟชั่น ประมาณ 2,000 ชิ้นต่อเดือน ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรูญไหมไทย มีกำลังการผลิตผ้าไหม ประมาณ 40,000 หลาต่อเดือน

1.4 การควบคุมคุณภาพสินค้า เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ มีนโยบายถือหลักคุณภาพ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นการควบคุมคุณภาพสินค้าจึงเป็นไปอย่างเข้มงวด เช่น ในกรณีการผลิตผ้าไหม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด จรูญไหมไทย หากขณะทอผ้าไหมมีสิ่งสกปรก เช่น น้ำมันเหงื่อโคลนของผู้ทอ ทำให้ผ้าสกปรกมีรอยต่างก็จะต้องทำการสาวทิ้งและทอขึ้นใหม่ ซึ่งในกรณีเช่นนี้จะทำให้มีต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น และต้องใช้เวลาในการผลิตมากขึ้นอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 รูปแบบของสินค้าบริษัทจะต้องมีการพัฒนารูปแบบสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น การออกแบบสินค้าชนิดใหม่อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ออกแบบชุดเสื้อผ้าแฟชั่นอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เป็นต้น ทำให้บริษัทต้องการบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านการออกแบบมากขึ้น

2. ปัญหาด้านการตลาด

2.1 ลูกค้าในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้นทำให้มีการแข่งขันกัน โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทที่มีการดำเนินงานมานานย่อมเป็นที่ได้เปรียบมากกว่า เนื่องจากมีลูกค้าเก่าแก่ที่มีการติดต่อซื้อขายสินค้ามาเป็นเวลานาน และยังคงมีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอในปัจจุบัน เพราะลูกค้าเหล่านี้มีความเชื่อถือและไว้วางใจในคุณภาพของสินค้า

2.2 คู่แข่งทางการตลาด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีคุณภาพสินค้าและราคาปานกลางซึ่งผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ประเทศต่างๆ ของโลก มีการผลิตที่แตกต่างไปจากสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทย ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างในด้านคุณภาพ รูปแบบ และราคา ดังนั้นจึงไม่นับว่าเป็นคู่แข่งกัน เช่น ผ้าไหมของญี่ปุ่น จะมีความนุ่มนวล เนื้อผ้าเรียบไม่มีปุ่มปม เนื่องจากการทอด้วยเครื่องจักร มีคุณภาพดีมาก จึงทำให้มีราคาแพงมาก ส่วนผ้าไหมของจีน และอินเดีย เป็นผ้าไหมที่มีราคาถูก เพราะคุณภาพสินค้าค่อนข้างต่ำ เป็นต้น

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้ามีความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น โดยที่การติดต่อส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยี โทรสารหรือแฟกซ์ และโทรศัพท์ ทำให้แต่ละบริษัทต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารเหล่านี้ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของบริษัท นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดอื่นๆ เช่น การขนส่งสินค้า การบรรจุหีบห่อ ก็มีอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีน้ำหนักไม่มาก และขนาดไม่ใหญ่โตนัก

2.4 ข่าวสารทางการตลาด บริษัทส่วนใหญ่จะมีผู้บริหารการตลาดและนักออกแบบที่เชี่ยวชาญ ซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดด้วยการเดินทางไปดูงานในต่างประเทศบ่อย ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของแฟชั่นใหม่ ๆ ความต้องการสินค้าของลูกค้า เป็นต้น ประกอบกับบริษัทส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจนี้มาเป็นเวลานาน จึงทำให้สามารถคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของตลาดได้เป็นอย่างดี

2.5 ข้อกำหนดหรือข้อจำกัดทางการค้า ประเทศลูกค้าไม่มีข้อจำกัดในการสั่งซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าประเทศ จึงสามารถนำเข้าได้ตามต้องการ แต่ในบางประเทศผลิตภัณฑ์ใหม่จัดเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ซึ่งทำให้ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่สูง ส่งผลให้สินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่มีราคาค่อนข้างแพง

3. ปัญหาด้านราคา

3.1 การกำหนดราคาสินค้า บริษัทส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาสินค้าตามราคาตลาด ที่มีความเหมาะสม ไม่สูงและไม่ต่ำเกินไป แต่ก็มีบางบริษัทที่มีการผลิตสินค้าในรูปแบบที่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ก็จะกำหนดราคาตามต้นทุนการผลิต เช่น บริษัทนาฬิกาจำกัด จะผลิตเสื้อผ้าที่มีความหรูหราและเป็นแฟชั่นมาก จึงมีราคาแพง นอกจากนี้ยังมีลูกค้าต่างประเทศที่มีความต้องการให้ผลิตสินค้าในรูปแบบอื่น ๆ และใช้ตราี่ห้อ (BRAND NAME) ของตนเอง ลักษณะนี้บริษัทก็สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าปกติ เนื่องจากการผลิตที่แตกต่างไปจากการผลิตสินค้าปกติทำให้ต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า

3.2 การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า เนื่องจากการกำหนดราคาสินค้าต้องคำนึงต้นทุนการผลิต ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงราคาจึงขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตด้วย แต่ในกรณีบริษัทใหญ่ ๆ เช่น บริษัทอุตสาหกรรมใหม่ไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) จะมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับราคาสินค้าปีละครั้ง โดยบริษัทจะแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า ราชการมีกฎหมายและเงื่อนไขในการส่งออกยุ่งยากมากมาย เช่น งานด้านเอกสารเกี่ยวกับการส่งสินค้าออก การตรวจมาตรฐานสินค้า การผ่านพิธีการศุลกากร เป็นต้น ทำให้เสียเวลา และเสียค่าใช้จ่ายในการส่งออกมากขึ้นโดยไม่จำเป็น ดังนั้นบางบริษัทจึงนิยมใช้บริการการขนส่งสินค้าเพื่อการ

ส่งออกของบริษัทเอกชน ประเภท AIR CARCO SHIPPING โดยต้องเสียค่าบริการและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้กับบริษัทที่รับบริการเหล่านี้

3.3 ค่าใช้จ่าย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยจัดเป็นสินค้าแฟชั่น ซึ่งต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ การจัดส่งสินค้าจึงต้องใช้ความรวดเร็ว ส่วนใหญ่จึงต้องส่งสินค้าทางอากาศ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการส่งออกสูงและยังต้องมีการประกันการสูญหายและความเสียหายของสินค้าด้วย ซึ่งบางครั้งค่าประกันภัยนี้เป็นภาระที่บริษัทจะต้องจ่าย

3.4 ความสะดวกรวดเร็ว สาเหตุของความล่าช้าของการส่งออกสินค้าคือความไม่สะดวกในการส่งออก เนื่องจากขั้นตอนและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการ

ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานของบริษัทและแนวทางแก้ไข

จากผลการศึกษาในส่วนที่เป็นปัญหาของการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย จะเห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยนี้มีปัญหาในด้านต่าง ๆ มากมาย แต่ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานของแต่ละบริษัทอย่างมาก คือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ด้านค่าใช้จ่าย และขั้นตอนการส่งออก ดังนั้นบริษัท จึงมีแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวดังนี้

1. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากวัตถุดิบ (เส้นไหม) ภายในประเทศมีคุณภาพต่ำ และความไม่แน่นอนของผู้ขายวัตถุดิบให้กับบริษัท บริษัท จึงแก้ไขปัญหานี้ด้วยการดำเนินการลงทุนเพื่อผลิตวัตถุดิบขึ้นใช้ แต่การดำเนินการแก้ไขในลักษณะนี้จะสามารถประสบความสำเร็จได้เฉพาะในกรณีที่เป็นบริษัท ขนาดใหญ่ มีเงินลงทุนมาก ๆ เท่านั้น อย่างเช่น บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) สำหรับบริษัท ที่มีขนาดกลางถึงขนาดเล็กก็ดำเนินการได้เพียงรับซื้อวัตถุดิบจากพ่อค้าคนกลาง ที่ทำการติดต่อซื้อขายกันมาเป็นเวลานาน มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน แล้วบริษัท จึงนำวัตถุดิบนั้นมาทำการทอในโรงทอของตนเอง และนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าและผลิตสินค้าของตนเอง

2. ปัญหาค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และการเสียเวลาในการติดต่อกับหน่วยงานของราชการ ทำให้บริษัทจำเป็นต้องขอความร่วมมือและร่วมกันเจรจากับหน่วยงานของทางราชการ ทำให้บริษัทจำเป็นต้องขอความร่วมมือ และร่วมกันเจรจากับหน่วยงานของทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกนั้น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากปัญหาอื่นอีก เช่น การขาดแคลนคนงาน โดยเฉพาะคนงานในโรงทอ และโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า และผลิตสินค้าอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานแล้ว ทำให้กำลังการผลิตสินค้าของบริษัทฯ ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากคนงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมักจะกลับไปช่วยครอบครัวทำงานเมื่อถึงฤดูทอานา ทำให้โรงงานขาดแคลนงาน บริษัทฯ จึงต้องเพิ่มค่าจ้างให้กับคนงานและรับสมัครคนงานใหม่ให้เข้ามาทำงานอยู่เสมอ

ข้อคิดเห็นของผู้ประกอบการค่อธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก

ข้อคิดเห็นและแนวโน้มการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

ปัจจุบันผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยได้กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในตลาดโลก เนื่องจากความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งคุณภาพและราคาของสินค้าที่เหมาะสม ซึ่งนับเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรมที่สามารถก้าวเข้าสู่ตลาดโลก และมีอนาคตที่จะดำเนินต่อไปได้ดี คุณบัณฑูร วงศ์สีลโชติ ผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัดทองแข็ง และอุปนายกสมาคมไหมไทย ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า

ความสำเร็จของการส่งออกผ้าไหมไทยที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานราชการ ไม่ว่าจะเป็นองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ หรือแม้แต่การบินไทยเอง ก็ได้นำความดีของผ้าไหมมาประชาสัมพันธ์การบินของบริษัท ดังเช่น คำโฆษณาที่ว่า "SMOOTH AS SILK" ภาพพจน์ของผ้าไหมในสายตาคนต่างประเทศ จึงเป็นไปในทางที่ดี และเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองไทยมากเท่าใด โอกาสขายของเขาก็มีมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลให้ผู้ที่ไม่ได้มาเที่ยวเมืองไทย เมื่อได้ยินกิติศัพท์ของผ้าไหมไทยก็ได้เสาะแสวงหาซื้อผ้าไหมไทยจากผู้สั่งเข้าในต่างประเทศ ทั้งหมดนี้ช่วยสร้างความต้องการ ให้มีผู้สนใจนำผ้าไหมไทยไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำไปตัดเย็บเสื้อผ้า ชุดแต่งงาน หรือแม้แต่การนำไปทำผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอนอิง ม่าน หรือนำไปบุกเบิกอื่น ๆ เหล่านี้เป็นต้น

เมื่อผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักและนิยมในหมู่ผู้ใช้ในต่างประเทศ ปัญหาสำคัญคือ ทำอย่างไรจะทำให้ผู้ใช้ติดใจ ซึ่งเรื่องนี้มีมีความสำคัญมากเกี่ยวกับการที่จะทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ มีผู้ส่งออกในประเทศไทยอยู่มากมาย ซึ่งมักจะเผชิญปัญหาต่าง ๆ เช่น ผ้าทอเนื้อไม่แน่น ผ้าสกปรกเปราะเปรี๊น สิ่งต่างๆ เหล่านี้รวมอยู่ในปัญหาของการรักษาคุณภาพ ผู้ส่งออกทุกท่านตระหนักดีถึงความสำคัญของการรักษาคุณภาพของสินค้าที่ส่งออกไป อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีสำนักงานมาตรฐานสินค้า ซึ่งยังคงคอยเป็นหูเป็นตาช่วยรักษาคุณภาพให้กับผู้ส่งออกอีกครั้งหนึ่งก่อนสินค้าจะถูกส่งออกไป สินค้าผ้าไหมที่ขายอยู่ในตลาดโลก ที่ทอด้วยมือ นอกจากจะมาจากไทยแล้ว ยังมีที่มาจากอินเดีย เปรียบเทียบผ้าไหมไทย กับผ้าไหมอินเดียแล้วของไทยมีคุณภาพดีกว่า แต่ราคาก็แพงกว่าของอินเดียมาก ดังนั้นไทยจึงมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีกว่า รายได้ของคนงานทอผ้าในบ้านเราก็ได้มากกว่าของอินเดีย การที่ไทยจะแข่งกับอินเดียในด้านราคาจึงเป็นการยาก แต่ควรจะต่อสู้ในด้านคุณภาพจะเหมาะสมกว่า ดังนั้นในการต่อสู้กันเพื่อขายผ้าไหมแล้ว จึงขอเสนอว่าผู้ส่งออกอาจลดราคาแต่ไม่ควรลดคุณภาพ

การแข่งขันในด้านการขาย ผู้ส่งออกแข่งขันกันในด้านการพัฒนารูปแบบมากกว่า ตัวอย่างของความสำเร็จอันเกิดจากการพัฒนาแบบนี้ จะเห็นว่ามีมากมาย การพัฒนาลายพิมพ์ ปลอกหมอนให้แตกต่างกันออกไป การต่อลายผ้า การระบายสีลงบนผ้าไหม เพื่อนำมาทำ ปลอกหมอนอิง ผ้าคลุมเตียง หรือแม้แต่ของชำร่วยเล็ก ๆ กระเป๋าใส่เครื่องสำอาง กรอบรูป จะเห็นว่าทุกวันนี้ จะมีรูปร่างสีล้นและการออกแบบแตกต่างกันออกไป ในแต่ละผู้ผลิต สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคง ให้การส่งออกผ้าไหมไทยให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น รูปแบบและสีล้นสำหรับผลิตภัณฑ์ไหมไทยจะยังไม่หมดเพียงเท่าที่เป็นอยู่นี้แน่นอน หากผู้ส่งออกจะช่วยกันสนใจยอมมีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น และสิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผ้าไหมไทยขายมากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้าทุกอย่างย่อมมีอุปสรรค อุปสรรคส่งออกผ้าไหมไทยในปัจจุบันเห็นจะได้แก่ การที่ผ้าไหมมีราคาแพงขึ้นเรื่อย ๆ และมีแนวโน้มว่าจะแพงขึ้นไปอีก ปัญหานี้แม้จะเป็นอุปสรรค แต่หากผู้ส่งออกพร้อมแรงร่วมมือกันคงมีทางแก้ไข ปัจจุบันได้มีผู้สนใจปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมากขึ้น หากรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมผ้าไหมไทย ผู้ส่งออกน่าจะสามารถพึ่งตัวเองได้ ในอนาคต ไม่ต้องสั่งเส้นไหมเข้ามาจากจีนดังที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

ปัจจุบันประเทศไทยนำเส้นไหมเข้ามาจากจีน ปีหนึ่ง ๆ ประมาณ 8-900 ตัน นอกจากนี้ยังสั่งเข้ามาจากประเทศบราซิล เกาหลีเหนือ และเวียดนาม และสาเหตุที่ผ้าไหมไทย ราคาแพงขึ้นในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ก็เนื่องจากเส้นไหมจากจีนมีราคาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยซึ่งเป็นลูกค้ารายเล็ก ๆ ในสายตาของจีน จำเป็นต้องซื้อในราคาที่จีน เรียกร้อง แม้แต่ลูกค้ารายใหญ่อย่างอิตาลี ญี่ปุ่น ก็ยังจำเป็นต้องซื้อจากจีนในราคาสูงเช่นกัน ดังนั้นหากต้องการให้อุตสาหกรรมไหมไทยอยู่รอด ผู้ส่งออกควรต้องพึ่งพาตัวเอง รัฐบาลจึงควร ให้การสนับสนุนการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อเป็นการสร้างวัตถุดิบให้กับโรงงานทอผ้าไหม ให้ คนทอได้มีงานทำต่อ ๆ ไป

ในความคิดเห็นของผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด ได้ กล่าวว่

เนื่องจาก ผ้าไหมไทย เป็นสินค้าหัตถกรรมทำให้ได้รับการส่งเสริมด้านการตลาด ไปสู่ต่างประเทศด้วยการไม่เข้าข่ายสินค้าที่ต้องมีโควตาการกีดกันสินค้า จึงไม่มีอุปสรรคในการ ส่งออก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่มีช่องทางขยายได้อีกมาก เพราะคุณลักษณะของไหมไทย นำมาผลิตเป็นสินค้าได้หลายชนิด เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป ของแต่งบ้าน ตลอดไปจนถึงกระเป๋า และรองเท้าซึ่งมีโอกาที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือขยายฐานไปได้อีก ปัจจุบันการส่งออกผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมนับเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะใน ด้านความสวยงามและความปราณีตอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผ้าไหม อีกทั้งขั้นตอนการผลิต แตกต่างจากสินค้าอื่น ซึ่งส่วนใหญ่ทำด้วยเครื่องจักรทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นที่ต้องการมากขึ้น ฉะนั้น การเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า ความรวดเร็วในการผลิต การปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ให้ ทันสมัยจะทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมากขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการส่งออกในปัจจุบัน

ราคาของสินค้ายังค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากกรรมวิธีในการผลิตและปริมาณของเส้นไหมดิบที่มีไม่พอกับความต้องการ ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นที่มีราคาถูกลงกว่า และผลิตได้ปริมาณมาก เช่น จีน แดง เกาหลี อินเดีย มีผลให้การขายของไทยไม่มากเท่าที่ควร แต่เนื่องจากการที่ทางภาครัฐบาลและเอกชนได้มีโครงการและร่วมมือในการพัฒนาการส่งเสริมการเลี้ยงไหมในประเทศขึ้น จะสามารถลดต้นทุนการผลิตปรับปรุงมาตรฐานให้ดีขึ้น โอกาสที่จะขายคงจะมีมากขึ้น

2. ข้อได้เปรียบในตลาด

ผลิตภัณฑ์ไหมไทย ยังถือแนวการผลิตด้วยมือและใช้วัสดุเส้นทอจากธรรมชาติตามรูปแบบเดิม ผนวกกับเทคโนโลยีใหม่และคุณสมบัติความปราณีตเฉพาะตัวของคนไทยส่งผลให้ต่างชาติได้เล็งเห็นคุณค่ามากขึ้น ถึงแม้ว่าการผลิตจะเปลี่ยนรูปแบบจากอุตสาหกรรมภายในบ้านเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดโลกที่นับวันจะเพิ่มความต้องการมากยิ่งขึ้น

3. การวางแผนการตลาด

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าถือว่าเป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้รู้จักและคุ้นเคยกันมากยิ่งขึ้น การร่วมงานแสดงสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 การร่วมแบบคณะผู้แทนการค้า จะสามารถทำได้ดีถ้าหากงานได้ถูกประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง โดยความร่วมมือของภาครัฐบาล กรมส่งเสริมการส่งออก สถานทูตไทย สำนักงานทูตพาณิชย์ รวมทั้งภาคเอกชน บริษัทที่ร่วมงานต้องใช้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ แล้วต่อผู้ซื้อในการเชิญชวนด้วย การร่วมงานแบบนี้ค่อนข้างจะประสบความสำเร็จมาก เช่น ในประเทศญี่ปุ่นแนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยสู่ตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ดังสาเหตุใหญ่ ๆ ต่อไปนี้คือ ชาวญี่ปุ่นมีกำลังในการซื้อเพิ่มขึ้น ค่าแรงของชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ประเทศผู้ผลิตที่ทำการค้ากับญี่ปุ่นเพิ่มค่าแรงสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อุปนิสัยของชาวญี่ปุ่นชอบสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวและมีฝีมือการทำงานปราณีต ราคาสินค้าของไทยเราไม่สูงเกินไป ในขณะที่

เดียวกันได้สินค้าที่มีคุณภาพดี รสนิยมของชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลโดยเฉพาะเรื่องสี ตลอดจนแบบเสื้อผ้าเรียบง่ายและใส่ได้ทุกโอกาส

3.2 การร่วมแสดงสินค้าระดับนานาชาติ สามารถยกระดับของตัวเองให้ ได้มาตรฐานของสินค้านานาชาติ (ในเรื่องนี้ต้องรู้จักคัดแปลงและเรียนรู้เกี่ยวกับ แบบ สีสรร คุณภาพ ฯลฯ) และได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหมู่ผู้เข้าร่วมงานด้วยกัน ทำให้มีแนว ความคิดสร้างสรรค์ก็เป็นแนวทางมาใช้ในการปรับปรุงตนเอง

ในลักษณะของ 2 ประเภทดังกล่าวนี้ ผู้ส่งออกจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมทั้ง สินค้าและตัวอย่าง การติดตามหลังจกงานแล้วจะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง

สำหรับประเทศทางยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศอังกฤษเริ่มนิยมเสื้อผ้า ซึ่งทำจากไหมไทยมากขึ้น เพราะเอกลักษณ์เฉพาะของไหมไทยและคุณภาพการผลิตดีขึ้น แต่จะมี อุปสรรคในเรื่องราคา ผู้นำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นแบบประกอบธุรกิจขายเสื้อผ้าราคาแพงเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ เพื่อที่จะให้ผลิตผลเพิ่มมากขึ้นได้จะต้องมีองค์ประกอบดังนี้คือ

1. ควรปรับปรุงรูปแบบเป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น เพื่อสนองความต้องการที่ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต
2. ความเน้นถึงด้าน Research & Development ในเรื่องของคุณภาพ และประโยชน์การใช้สอยเพื่อพัฒนาสินค้าให้ทันความต้องการในตลาด
3. พัฒนาคนโดยเฉพาะแรงงานประเภทช่างฝีมือ
4. พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานสินค้าให้ดีขึ้น
5. มีวัตถุดิบให้เพียงพอ

สำหรับความนิยมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในต่างประเทศที่ยังคงระดับความนิยมสูงขึ้น เรื่อยในช่วงหลัง ๆ นั้น เนื่องมาจากการส่งเสริมและการขยายตัวของธุรกิจเสื้อผ้าส่งออกเป็น สำคัญ การคาดคะเนภาวะการณ์ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในตลาดต่างประเทศในช่วงปี ต่อไปว่าจะแจ่มใสหรือไม่นั้นจึงต้องวิเคราะห์จากสภาพเศรษฐกิจ และภาวะการส่งออกใน ประเทศที่ผ่านมา รวมถึงการพิจารณาภาวะการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการขยายตลาดด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้าน นายสุรพันธ์ ชินวัตร จากบริษัทชินวัตรไหมไทย จำกัด ได้ให้ข้อคิด
ต่อแนวโน้มการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมว่า

ตลาดผ้าไหมไทยย่อมเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า ความต้องการของตลาดทั่วโลก
มีความต้องการผ้าไหมซึ่งผลิตจากประเทศไทยสูงขึ้นทุก ๆ ปี จะเห็นได้จากยอดการส่งออกซึ่งสูง
ขึ้นทุก ๆ ปี ตลอดระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผ้าไหมสูงขึ้นกว่าเดิมถึง 10 เท่าตัว

การที่จะส่งเสริมให้มีการส่งออกมากขึ้นนั้น ถ้าหากมีการพัฒนาในด้านคุณภาพ
ให้สูงขึ้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ ตลอดจนการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ช่วยเหลือในด้านการโฆษณาและคุณภาพของผ้าไหม ซึ่งผลิตใน
ประเทศ ความต้องการของคนต่างประเทศก็มีความต้องการสูงขึ้น จนเป็นเหตุให้มีการพัฒนาที่จะ
ผลิตผ้าไหมไทยให้มีคุณภาพสูงขึ้น และโดยเฉพาะสีสรร ลวดลาย ผ้าไหมไทยมีคุณภาพโดดเด่นใน
ตัว เพราะเส้นไหมของไทยมีคุณสมบัติในตัวในอันที่จะนำมาเป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพสูง

ผลิตภัณฑ์ไหม สืบเนื่องมาจากวัตถุดิบที่จะสร้างและผลิตให้ผลิตภัณฑ์ไหม มีการ
ตลาดและความต้องการทั้งในและต่างประเทศ เพราะผลิตภัณฑ์ไหม เช่น ผ้ามา่น ผ้าคลุมเบาะ
ผ้าพันคอ เนคไท ตลอดจนผลิตภัณฑ์ของใช้ เช่น ดอกไม้ กระเป๋า รองเท้า และอื่น ๆ อีกมาก
เรื่องผลิตภัณฑ์ไหมนั้น เฉพาะการตัดเย็บและส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะมีแนวโน้มสูงขึ้น และ
เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ไหมเหล่านี้เป็นที่สนใจในตลาดต่างประเทศ ซึ่งขณะนี้แนวโน้มในการผลิตผ้าและ
ผลิตภัณฑ์ กำลังจะเพิ่มขึ้นสูงมาก เพราะการผลิตและกรรมวิธีทำผ้าย่น ผ้าไหมย้อมคราม
(INDIGO) กำลังอยู่ในความต้องการสูงมาก ถ้าหากผู้ผลิต ผู้ส่งออก และหน่วยงานทางราชการ
ได้ให้การสนับสนุน เช่น มีการสัมมนาให้ความรู้และให้ความสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่
จะทำให้แนวโน้มการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมให้สูงขึ้น

ข้อคิดเห็นเรื่องการควบคุมคุณภาพการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย

1. ปัญหาการตรวจสอบมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อการส่งออก

การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าขาออกของผ้าไหมไทย และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เมื่อปี 2511 เนื่องจากมีพ่อค้าทำไหมเทียม VISCOSE ส่งขายออกไปยังต่างประเทศโดยอ้างถึงว่าเป็นผ้าไหมไทยแท้ หลอกลวงลูกค้าและทำลายชื่อเสียงของผ้าไหมไทยในสภาพที่ฐานะของชื่อเสียงสินค้าไหมไทย ยังกำลังสร้างตัวอยู่ วัตถุประสงค์ของการตรวจสอบจึงต้องการจัดการปลอมแปลงผ้าไหมไทย แต่โดยทางปฏิบัตินั้นระเบียบการได้ออกมาในรูปของการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าส่งออก จึงเกี่ยวพันไปถึงชนิด ประเภทต่าง ๆ และคุณภาพของสินค้า โดยบังคับให้ผ้าไหมไทยมีได้เพียง 8 ประเภท และต้องตีริมผ้าให้มีตัวอักษรแจ้งชนิดของเส้นไหม ต้องตัดตัวอย่างผ้าไว้เป็นหลักฐาน ต้องยื่นคำร้องทำเอกสารหลายฉบับ

ฉะนั้น สำหรับการส่งออกแต่ละครั้ง ต้องนำสินค้าไปให้ทำการตรวจสอบที่กองมาตรฐานทุกครั้งของการส่งออก วัตถุประสงค์ของการป้องกันการปลอมแปลง ได้เปลี่ยนไปเป็นการควบคุมการส่งออก โดยแท้จริงแล้วลักษณะเช่นนี้ถือว่าไม่ถูกต้อง เพราะผู้ค้าไหมเทียมก็ยังสามารถทำผ้าไหมเทียมส่งขายในต่างประเทศ โดยไปอ้างอิงในต่างประเทศว่าเป็นไหมไทยแท้ ผู้ค้าก็ยังสามารถทำผ้าไหมเทียมขายตามร้านค้าหลอกลวงชาวต่างประเทศได้เช่นกัน ซึ่งกฎหมายมาตรฐานสินค้าส่งออกไม่สามารถปกป้องในปัญหานี้ได้

ในเมื่อเริ่มต้นของปี 2511 มีการส่งออกจำนวนเพียงนับแสนบาทต่อปี มีผู้ค้าลึบกว่าราย การคมนาคมสัญจรไปมาในกรุงเทพมหานคร ยังคล่องตัว ชนิดสินค้าก็น้อย ปัญหาต่าง ๆ ของการตรวจสอบสินค้าส่งออก จึงไม่เด่นชัดและพ่อค้าผู้บริหารก็ยังไม่มีปัญหา ยังคงปฏิบัติภายในกฎหมายตลอดมา

ถึงปัจจุบันเวลาล่วงเลยมาแล้วมากกว่า 20 ปี ปริมาณการส่งออกก็เพิ่มมากขึ้นหลายสิบเท่าตัว ผู้ส่งออกมากกว่าร้อยร้านค้า จราจรบนท้องถนนก็แออัด ชนิดของสินค้ามีมาก การตรวจสอบทำให้ผ้าย่นยับยู่ยี่ และเสียดสภาพของการบรรจุหีบห่อ ต้นทุนสินค้าสูงมากขึ้นต้องใช้

บุคลากรดูแลมากขึ้น ค่าใช้จ่ายการว่าจ้างก็สูงมากขึ้นทุกวัน คุณค่าของเวลาการค้ำขายก็แพงมากขึ้นทวีคูณ ตลาดการซื้อขายมีความเชื่อถือเครื่องหมายการค้ามากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุและผลดังกล่าว ปัญหาต่างๆ จึงมีมากขึ้น เรื่องของการขอตรวจสอบมาตรฐานสินค้าส่งออก จึงกลายเป็นขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน และเสียเวลาของทุกฝ่าย แต่คุณค่าของขั้นตอนปกป้องและป้องกันสินค้าเทียมกลับจางหายไป

2. ความยากลำบากในการปฏิบัติงานเพื่อการส่งออก

2.1 การจราจรแออัดและติดขัดมากในท้องถนนกรุงเทพมหานคร สำหรับการนำส่งสินค้าจำนวนมากมาตรวจที่กองฯ หรือขอเจ้าหน้าที่ไปทำตรวจที่สำนักงาน ก็เสียเวลามากในสภาพจราจรปัจจุบัน

2.2 สถานที่แม้มีห้องปรับอากาศ แต่ก็มีฝุ่นมาก ทำให้ผ้าเป็นฝุ่นเกิดความเสียหายกับสินค้า

2.3 การปฏิบัติการตรวจสอบสินค้า และการบรรจุหีบห่อ 2 ครั้ง หรือ 3 ครั้ง เกิดการเสียหายเมื่อหลังการตรวจสอบแล้วขยับยู่ยี่ เสียสภาพลักษณะหีบห่อของสินค้ามีราคาสูง ก่อให้เกิดความเสียหายกับสินค้าเป็นประจำ

2.4 เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อรายการส่งออกที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นทุกวัน

2.5 เอกสารการค้าต่าง ๆ มากมายหลายฉบับ ตัวเลขซ้ำซ้อน

2.6 ต้องตัดตัวอย่างทำให้เสียต้นทุนและเสียลิขสิทธิ์เฉพาะของผู้ซื้อและผู้ส่งออก

3. ความเดือดร้อนของผู้ส่งออกรายใหญ่และประจำ

3.1 ความเดือดร้อนในเรื่องของปริมาณงานของผู้ส่งออกรายใหญ่ การขนส่งและการจราจรบนท้องถนนที่แออัด การรื้อออกของสินค้า ในการปฏิบัติการตรวจสอบทำให้สินค้าขยับยู่ยี่ เมื่อสินค้าตรวจเสร็จและต้องบรรจุใหม่ ตลอดจนการตัดตัวอย่าง การติดตามขั้นตอนต่าง ๆ นั้นกลายเป็นภาระที่หนักต่อเจ้าหน้าที่ เพราะสินค้ามีเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การตัดตัวอย่างหัวผ้าของผู้ส่งออก ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายทาง
ลิขสิทธิ์และทางทรัพย์สิน ลิขสิทธิ์สำเร็จรูปซึ่งขายหลายร้อยหลายพันชิ้น จะมีลวดลายสีสันไม่
เหมือนกัน หลายสีหลายแบบ และบ้างก็เป็นสินค้าใหม่ บ้างก็เป็นของเก่าตกค้างข้ามหลายปี
สมมติขายเนคไท 100 ชิ้น มีสีสันลวดลายต่างๆ กัน เวลาส่งออกต้องตัดตัวอย่างชิ้นละ 3 ซม.-
40 ซม. (มูลค่า 4 บาท) รวม 100 ชิ้น = 400 บาท

3.3 การตลาดของผ้าไหมที่ขายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นับว่า
มากกว่า 200% ของการส่งออกผ่านที่กองมาตรฐาน ปริมาณมากมายเหล่านี้มีผู้บริโภคนำออก
ราชอาณาจักรไทย เมื่อไปถึงต่างประเทศไปเทียบกับปริมาณที่ตรวจผ่านมาตรฐานแล้ว ความ
หมายของการตรวจสินค้ามาตรฐานของกองมาตรฐานก็ไม่ใช่ความสำคัญอันใด เพราะมีอีก
2-3 เท่าตัวของปริมาณที่ไม่ต้องผ่านการตรวจและก็มีผู้บริโภคซื้อไปเมืองนอกเช่นกัน จะเห็นว่า
ปัญหาของการปะปนสินค้า ไม่ได้อยู่ที่สินค้าส่งออก แต่อยู่ที่สินค้าที่ขายกันตามร้านย่อย ซึ่งไม่
สามารถมีมาตรการอันใดในการขจัดปัญหาได้ แต่กลับต้องเป็นภาระให้ผู้ส่งออก ต้องนำมาตรวจ
สินค้ามาตรฐาน

3.4 การส่งออกผ้าไหมทั้งหมด ส่งทางเครื่องบิน ถ้าพลาดไป 1 เที่ยวบิน
เครื่องบินก็ต้องรอไปอีกเป็นอาทิตย์ การทำตลาดผ้าไหมในต่างประเทศ ทำการค้าด้วยเครื่อง
หมายการค้ารับรองคุณภาพของบริษัท มีส่วนประกอบที่สำคัญข้อหนึ่ง คือ ความรวดเร็วในการจัด
ทำ และจัดส่งสินค้าและการส่งออกที่ต่อเนื่องตลอดเวลา ถ้าขาดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ
เช่นนี้ จะทำให้ลูกค้าลดความสนใจผ้าไหมไทย

3.5 กลุ่มสุ่มเช็ค (Random Check of Inspection) นั้น ของกอง
มาตรฐานโดยทางปฏิบัติมีความหมายว่า เลือกตรวจปริมาณหนึ่ง (ซึ่งอาจเพียง 5%) ของสินค้า
ชนิดเดียวกัน และต้องเปิดดูทุกกล่อง สมมุติว่าส่งผ้า 40 กล่อง แต่ละกล่องมีผ้าตั้งแต่ 2 พับ
ถึง 8 พับ ตามแต่ชนิดความหนาของผ้า เช่น ผ้าหนามากบรรจุได้ 2 พับต่อกล่อง (พับละ 40
หลา) ผ้าบางมาก บรรจุได้ 8 พับต่อกล่อง หรือถ้าลูกค้าสั่งผ้าหลายชนิดแล้ว สำหรับการแยก
บรรจุบางกล่องจะมีทั้งผ้าหนามาก ผ้าบาง และผ้าจู้รี เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้ เจ้าหน้าที่
มาตรฐานจะต้องตรวจทุกพับ ทุกกล่อง หรืออย่างน้อยกล่องละ 1 พับผ้าหนา (50%) หรือ 2 พับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าบาง (25%) หรือการตรวจทุกพับ (100%) เพราะว่าเป็นผ้า 3-4 ชนิดในกล่องเดียวกัน เช่นนี้ปัญหาที่ไม่ได้แก้ไขปรับปรุง เพราะความยุ่งยากก็คงมีอยู่อย่างเดิม และสิ้นเปลืองทั้ง พลังงานของผู้ส่งออก และเจ้าหน้าที่ราชการ ไม่เกิดการเพิ่มผลผลิต และไม่คุ้มต้นทุนของเวลา

4. ผลเสียของการต้องตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมส่งออก

4.1 สินค้าของบริษัทส่งออกรายใหญ่ นับตั้งแต่เส้นไหม มาถึงสำเร็จเป็น ผ้าหลา ต้องผ่านการตรวจสอบนับสิบครั้ง ในลักษณะควบคุมมาตรฐานของบริษัท โดยเฉพาะ เมื่อเป็นผ้าแล้ว มีการตรวจสอบในกี่ทอ เมื่อผ้าลงพับจากกี่ทอ การตรวจสอบเข้าคลัง การตรวจ คุณภาพส่งออก ในระบบการควบคุมคุณภาพของผู้ผลิตเอง ได้รับผิดชอบโดย 100% ฉะนั้นการ ตรวจมาตรฐานสินค้า เพื่อให้ได้ใบรับรองนั้นเป็นเพียงพิธีการ ไม่เกิดผลประการใดกับผู้ส่งออก หรือผู้ผลิตและลูกค้า

4.2 สำหรับผู้ส่งออกที่ทำเป็นอาชีพธุรกิจ จะต้องดูแลเอาใจใส่ให้เป็นไป ตามความต้องการของลูกค้าของตน ยกเว้นผู้ผลิตสินค้าไหมเทียมเท่านั้น ฉะนั้นความยุ่งยากต่างๆ ในการตรวจสินค้าเพื่อใบรับรอง กลับมีผลสะท้อนถึงภาระซ้ำซ้อนของผู้ส่งออกสินค้าไหมแท้ใน ประเทศ และต่างประเทศ

4.3 ผ้าชิ้นเล็กชิ้นน้อยของชาวบ้านชนบท ผ้าทอเครื่องนับพันนับหมื่นหลา เนคไท เสื้อผ้าสำเร็จรูป นับพันนับหมื่นชิ้น ไม่สามารถตรวจสอบได้ ในที่สุดก็เพียงเป็นพิธีการ เท่านั้น

4.4 สำหรับผู้ส่งออกรายอื่นๆ นั้น นอกเสียจากรายเล็กๆ ที่ส่งออกจำนวน น้อย และไม่แน่นอน สำหรับผู้ส่งออกที่มีปริมาณสินค้านั้น ก็ไม่คงที่ ประกอบการผลิต ไม่มีปีก็ เลิกกิจการไป และเจ้าใหม่ก็เข้ามาแทนที่ แสดงว่าความอยู่รอดของผู้ส่งออกนั้น อยู่ที่ความ สามารถของตนเองมากกว่า

4.5 ผู้ส่งออกขายผ้าไหมไทย ในเครื่องหมายการค้า เป็นเครื่องหมายการค้า ทั้งภายในประเทศและทั่วโลก เป็นตราสารรับรองคุณภาพ และรับรองมาตรฐานสินค้า กลายเป็นเรื่องไร้สาระสำหรับลูกค้าผู้ซื้อ ที่มีการตรวจมาตรฐานสินค้าของกองฯ ทำงานซับซ้อน เสีย

เวลา เพราะว่าผู้ส่งออกต้องเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวและต้องรับรองสินค้าของตนเอง
เวลายื่นขอตรวจมาตรฐานสินค้า

4.6 มาตรฐานสินค้าได้ตั้งขึ้นเพื่อมาตรฐานและผู้ส่งออก ได้ปฏิบัติต่อเนื่อง
นับ 40 ปี ควรแก่เวลา และสภาพความเป็นไปได้ ของการปฏิบัติการของรัฐ ในการพิจารณา
อนุมัติยกเลิกการต้องตรวจสินค้า

4.7 ผู้ส่งออกรายใหญ่หรือรายเล็กสามารถยื่นยื่นรับรองคุณภาพผ้าไหมของ
ตนด้วยเครื่องหมายการค้าเฉพาะของตน ซึ่งลูกค้าโดยทั่วไปจะเชื่อถือและพอใจ เป็นหลักการ
ที่สำคัญของธุรกิจการค้าทั่วโลก

นโยบายของรัฐต้องการพัฒนาสินค้าส่งออก และต้องการพัฒนาสินค้าให้ได้
ครองตลาดโลก แต่กฎหมายว่าด้วยการตรวจมาตรฐานสินค้าไหมไทย ในสภาพปัจจุบันของการ
ส่งออก กลายเป็นการควบคุมการส่งออก งานซ้ำซ้อน ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าส่งออก
สิ้นเปลืองเวลา และทรัพย์สินของรัฐ และเอกชนเป็นภาระผู้ผลิตและผู้ส่งออกโดยไม่เกิดผลผลิต
เช่นนี้ถึงแก่กาลเวลาที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือขอยกเลิกกฎหมายตรวจมาตรฐานสินค้า
ผ้าไหมไทยเพื่อส่งออก เพื่อการขยายตัวของการส่งสินค้าผ้าไหมไทย และการพัฒนาสินค้าให้
ก้าวหน้าต่อไป ผู้ค้าและผู้ส่งออกผ้าไหมไทยถึงเวลาแล้วที่จะให้มีเครื่องหมายการค้าของตนเอง
ยื่นยื่นในเครื่องหมายการค้าของตนเองในการทำตลาด และรักษาคุณภาพด้วยตนเอง ชื่อเสียง
ของผ้าไหมไทยก็จะสามารถพัฒนาเจริญเติบโตไปได้อีกนานเท่านาน

ข้อคิดเห็นต่อระเบียบการอนุญาตนำเข้าเส้นไหมเจ้าราชอาณาจักร

ทางสมาคมไหมไทย ได้ยื่นหนังสือคัดค้านการอนุญาตนำเข้าเส้นไหม โดยสังเกตเห็น
ว่าระเบียบดังกล่าวซึ่งเป็นระเบียบการนำเข้าโดยใช้ระบบสัดส่วนแทนระบบโควต้า ซึ่งผู้ที่จะได้
ประโยชน์คือ โรงสาวไหม เนื่องจากปรากฏว่าปัจจุบันผู้ประกอบการโรงสาวไหมมีการนำเข้า
เส้นไหมเป็นจำนวนมาก โดยเฉลี่ยถึงประมาณเดือนละ 30 ตัน ซึ่งเมื่อรัฐบาลได้เปลี่ยนการใช้
ระบบสัดส่วนในการนำเข้าเส้นไหมแทนการนำเข้าในระบบโควต้า ผู้ที่จะได้ประโยชน์จากการ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินงานดังกล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานสาวไหม โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ ในขณะที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมจะได้ประโยชน์จากการใช้ระบบสัดส่วนนำเข้าเส้นไหมน้อยมาก

ทางสมาคมฯ มีข้อคิดเห็นว่ารัฐบาลน่าจะทบทวนนโยบายในการอนุญาตให้มีการนำเข้ารังไหมจากต่างประเทศโดยเสรี และถ้าต้องการที่จะให้ระบบสัดส่วนนำเข้าเส้นไหมที่คณะกรรมการพิจารณานำเข้าเส้นไหมกำหนดขึ้นในอัตรา 30 ต่อ 1 โดยผู้ที่ต้องการนำเข้าเส้นไหมเกรด 3 A ขึ้นไป จำนวน 30 ส่วน จะต้องซื้อเส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศ 1 ส่วน โดยน้ำหนัก และในกรณีการนำเข้าเป็นการทั่วไป ผู้นำเข้าเส้นไหมจำนวน 1.5 ส่วน ต้องรับซื้อเส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศ 1 ส่วน ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมสามารถขายรังไหมได้ในราคาที่สูงขึ้นแล้ว ก็สมควรจะยกเลิกให้มีการนำเข้ารังไหมจากต่างประเทศด้วย หากมิได้รับการแก้ไข และยังเป็นไปในลักษณะดังกล่าวที่โรงงานสาวไหมมีการนำเข้ารังไหมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เมื่อรัฐบาลประกาศใช้ระบบสัดส่วนการนำเข้าเส้นไหม เส้นไหมที่รัฐบาลบังคับให้โรงงานทอผ้าไหมต้องรับซื้อเส้นไหมจากผู้ผลิตภายในประเทศ ก็มิได้เป็นเส้นไหมที่เกษตรกรเป็นผู้ผลิต แต่จะเป็นเส้นไหมที่โรงงานสาวไหม สาวมาจากรังไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศนั่นเอง จึงเป็นสิ่งยืนยันได้เป็นอย่างดีว่า ในที่สุดแล้วผลประโยชน์จะอยู่กับผู้ใดทางสมาคมฯ เห็นว่าหากรัฐบาลมีความจริงใจและต้องการช่วยเหลือผู้เลี้ยงไหมที่เป็นเกษตรกรรายย่อยจริง ๆ แล้ว แทนที่จะจัดระบบสัดส่วนหรือกำหนดโควตานำเข้าเส้นไหม โดยหวังที่จะให้ผลประโยชน์ถึงมือของเกษตรกรเพียงอย่างเดียว รัฐบาลน่าจะพิจารณาแก้ไขปัญหาการแบ่งสัดส่วนรายได้ ระหว่างโรงงานสาวไหมกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม ซึ่งปัจจุบันเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมได้รับส่วนแบ่ง 58 ส่วน ในขณะที่โรงงานสาวไหมได้รับ 42 ส่วน โดยปรับให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมได้รับผลประโยชน์มากขึ้น เพราะในหลายประเทศ เช่น ที่ญี่ปุ่นและอินเดีย สัดส่วนการแบ่งสรรผลประโยชน์ เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมจะได้รับมากกว่าโรงงานสาวไหมเป็นจำนวนมาก คือที่ญี่ปุ่นเกษตรกรและโรงงานสาวไหมได้รับผลประโยชน์ในเรื่องรายได้ 80:20 ในขณะที่ในอินเดียอยู่ในระดับ 78:13 หากรัฐบาลยังไม่พิจารณาดำเนินการโดยห้ามนำเข้ารังไหมตั้งแต่นี้ จะเกิดผลกระทบกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมอย่างแน่นอน ดังนั้น ถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ก็น่าจะพิจารณาทบทวนการอนุญาตให้นำเข้ารังไหมด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ธุรกิจการผลิตผ้าไหมของไทยได้พัฒนาการผลิตจากในครัวเรือนมาเป็นโรงงาน มีการใช้เครื่องจักรทันสมัยเข้าช่วยในการผลิตบางขั้นตอนเพื่อขยายกำลังการผลิต มุ่งจำหน่ายทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีแหล่งผลิตกระจายทั่วประเทศ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานานแล้ว โดยประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต และการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมอย่างกว้างขวาง ในลักษณะเป็นผู้ผลิตแบบครบวงจร โดยมีทั้งการผลิตเส้นไหม สาวไหม ทอผ้าไหม ย้อมสีหรือพิมพ์สวดลาย และนำออกจำหน่ายทั้งในรูปแบบที่เป็นผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตที่มีการดำเนินงานในลักษณะที่มีเฉพาะโรงทอ หรือโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ จากพ่อค้าคนกลางทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนของตนใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ความต้องการบริโภคจึงสูงขึ้น ส่วนในแคนาดาเป็นตลาดที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี อำนาจซื้อสูง นิยมสินค้าที่มีคุณภาพและราคาค่อนข้างแพง ทั้งยังเป็นตลาดที่เปิดกว้างยกเว้นภาษีนำเข้า ไม่มีกฎระเบียบและข้อจำกัดการนำเข้าใดๆ สินค้าที่ไทยส่งออกยังตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ผ้าไหมไทย เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมผม เนคไท หูกระต่าย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการได้วางแผนที่จะขยายตลาดโดยยึดหลักการคือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมั่นคงกับลูกค้า หากลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น โดยผู้บริหารการตลาดของบริษัทเดินทางไปพบลูกค้าในต่างประเทศเอง นำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นตามประเทศต่าง ๆ และหาลูกค้าโดยผ่านร้านสาขาหรือตัวแทนของบริษัท หรือเป็นสมาชิกของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมส่งเสริมการส่งออก เพื่อช่วยในการเผยแพร่สินค้า และชื่อเสียงของบริษัท นอกจากนี้การผลิตสินค้าหรือการออกแบบสินค้าใหม่ ก็เป็นนโยบายการขยายตลาดอย่างหนึ่งของบริษัท ถึงแม้ว่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยจะได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศมาก และยังมีโอกาสด้านการตลาดส่งออกสูง แต่การดำเนินธุรกิจส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมยังประสบปัญหาต่าง ๆ ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ คือ เส้นไหมที่ผลิตได้ภายในประเทศ มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามความต้องการผู้เส้นไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไม่ได้ และมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ จากการขาดแคลนวัตถุดิบนี้ จึงต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ประกอบกับการขาดแคลนคนงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการผลิตสินค้า ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการ เมื่อขาดแคลนคนงานผู้ประกอบการจึงต้องเพิ่มค่าจ้างสูงขึ้น เพื่อเป็นการชักจูงให้คนงานสนใจที่จะทำงานต่อไป ฉะนั้นปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบคนงานจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มต้นทุนการผลิตและส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า นอกจากนี้ปัญหาการควบคุมคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะยึดถือหลักคุณภาพสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นจึงทำให้การดำเนินการในกระบวนการผลิตสินค้าเป็นไปอย่างระมัดระวัง เพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาดในเรื่องคุณภาพขึ้นและเพื่อเป็นการประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และวัตถุดิบอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหารูปแบบสินค้าที่ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีคุณภาพดี ทันสมัย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อธุรกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยโดยตรง คือ ปัญหาเรื่องเงื่อนไข กฎเกณฑ์ และระเบียบควบคุมการส่งออกที่มีความเข้มงวด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุ่งยากและซับซ้อนของหน่วยงานราชการ ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้า และเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น โดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะในขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าตรวจสอบทุกรายการ

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในอนาคตตลาดมีความต้องการผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพดี ดังนั้นสำหรับผู้ผลิตในประเทศไทยจึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมดิบและด้ายไหมที่ใช้ในการทอ ให้มีความเหนียว เส้นยาว และมีคุณภาพได้มาตรฐานเช่นเดียวกับเส้นไหมดิบและด้ายไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ผู้ผลิตจะต้องได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐบาล โดยที่รัฐบาลควรเริ่มให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ด้วยการพยายามศึกษาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนหาวิธีการแก้ไข ควรมีการจัดทำนโยบายการพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมด้วยพันธุ์ไหมที่ให้ผลผลิตที่ดีทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตเส้นไหมในลักษณะที่ต่อเนื่องครบวงจร ตลอดจนมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อขจัดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นอีก ทั้งนี้เพราะการพัฒนาการผลิตไหมดิบเพื่อใช้ในประเทศยังเป็นเป้าหมายที่สำคัญอย่างยิ่งในการแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตที่สำคัญของโลก เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอนาคตเมื่อมีการรวมจีนกับเกาะฮ่องกงเข้าด้วยกันในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งทำให้มีการแลกเปลี่ยนความชำนาญในการผลิตผ้าไหมของจีน และเทคโนโลยีต่าง ๆ ของฮ่องกง เพื่อผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพสูง และตามแบบสมัยนิยม ซึ่งจะเป็นปัญหาในด้านการแข่งขันกับไทยในอนาคต เนื่องจากลักษณะเฉพาะของไหมไทยที่มีความแตกต่างจากไหมของจีนและอินเดีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตสำคัญและครองตลาดอยู่ ผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงไม่สามารถเข้าแทนที่ตลาดของประเทศทั้งสองนี้ได้เต็มที่นัก

นอกจากนี้การลงทุนในด้านการพิมพ์ทั้งในเรื่องสี ลวดลาย ความคงทน และการออกแบบสินค้าชนิดใหม่ๆ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และมีความทันสมัยทัดเทียมกับการผลิตผ้าไหมในประเทศยุโรปตะวันตก ซึ่งจะทำให้มีตลาดรองรับไหมไทยมากขึ้น ด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งออกไหมไทยที่มีลูู่ทางการขยายตัวและมีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ แต่เนื่องจากลักษณะเฉพาะของผ้าไหมไทยมีความแตกต่างจากผ้าไหมของประเทศผู้ผลิตรายอื่น เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย ผ้าไหมไทยจึงไม่สามารถที่จะเข้าแทนที่ตลาดของประเทศทั้งสองได้เต็มที่ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงควรมีการพัฒนาและศึกษารายละเอียดของตลาดแต่ละประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดประเทศที่สำคัญในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

1. ตลาดญี่ปุ่น สำหรับตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นทั้งผู้นำเข้าและผู้ส่งออกไหมและผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของโลก มีแนวโน้มนำเข้าผ้าไหมจากไทยในอัตราที่สูง ทั้งนี้คาดว่าเป็นผลมาจากคุณภาพของผ้าไหมไทยที่แตกต่างจากสาธารณรัฐประชาชนจีน แม้ว่าผ้าไหมของสาธารณรัฐประชาชนจีนราคาถูกลงกว่า โดยเปรียบเทียบกับราคาผ้าไหมของไทยก็ตาม ประกอบกับผลของงานแสดงสินค้าประเภท Home Textile ที่ไทยแสดงสินค้าประเภทผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมออกแสดงด้วย ซึ่งปรากฏว่าได้รับความสนใจและสั่งซื้อจากผู้นำเข้าของญี่ปุ่นพอสมควร แต่ลูู่ทางการขยายการส่งออกผ้าไหมไทยไปญี่ปุ่นควรพิจารณาถึงความต้องการของตลาดญี่ปุ่นด้วย เนื่องจากส่วนหนึ่งญี่ปุ่นนำเข้าผ้าไหมเพื่อใช้ภายในประเทศ เป็นการทดแทนผ้าไหมคุณภาพดีและราคาสูงที่ญี่ปุ่นผลิตเพื่อส่งออก และส่วนหนึ่งเพื่อนำไปผลิตต่อและส่งออกต่อ (RE-export) ไปยังประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตามก็ดีสำหรับตลาดญี่ปุ่นในขณะนี้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมยังมีความต้องการสูง แต่ทั้งนี้ราคาและคุณภาพมีผลอย่างมากต่อการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของญี่ปุ่น

2. ตลาดสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมรายใหญ่ของไทย ผลิตภัณฑ์ไหมที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ไหมที่มีราคาต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนและตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากฮ่องกง เกาหลีใต้และไทย เป็นต้น ความนิยมของตลาดสหรัฐอเมริกากำลังเปลี่ยนไปสู่การใช้ไหมในลักษณะเส้นใยผสม เพื่อผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากความได้เปรียบของสินค้าไหมและไหมผสมที่ไม่ต้องเสียภาษีเมื่อเทียบกับเส้นใยสิ่งทออื่น ๆ ทำให้สหรัฐอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์ไหมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3. ตลาดกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ตลาดกลุ่มนี้มีแนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยที่ขยายตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะประเทศเบลเยียม สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อังกฤษ และฝรั่งเศส เป็นต้น ตลาดกลุ่มนี้จะเป็นการนำเข้าเพื่อใช้ภายในประเทศ และส่วนหนึ่งเพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงตามแบบสมัยนิยม และมีราคาแพง เพื่อส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปด้วยกัน ดังนั้นตลาดในกลุ่มนี้ความต้องการผ้าไหมจะขยายตัวตามสภาวะเศรษฐกิจ และราคาที่ต่ำลงจะมีผลจูงใจต่อกลุ่มประชาชนที่มีรายได้น้อยมากขึ้น อย่างไรก็ตามการที่ประเทศอิตาลี อังกฤษ และฝรั่งเศส จำกัดปริมาณนำเข้าผ้าไหมจากจีน จะมีผลให้บางส่วนสนใจนำเข้าผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้นได้ แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงลักษณะที่สำคัญของตลาดที่มีความต้องการผ้าไหมคุณภาพดีด้วย

ถึงแม้ว่าโอกาสทางการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยได้เพิ่มสูงขึ้น แต่ถ้าหากผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย ประสบปัญหาทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 4 และ 5 ประกอบกับการปรับราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยให้สูงขึ้นในปี 2533 ก็อาจจะทำให้ตลาดต่างประเทศชะลอการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่จากไทยได้ ดังเช่นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันและประเทศอื่น ๆ ได้ทำการชะลอการสั่งซื้อไปแล้ว ดังนั้นจึงควรจะมีการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยสามารถดำเนินงานต่อไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการขยายตลาดใหม่ ๆ

การขยายตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ใหม่ในต่างประเทศ สามารถดำเนินการได้หลายทาง แต่สำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายใหม่ ที่ต้องการหาลูกค้าใหม่ ๆ มีแนวทางสรุปได้ดังนี้

1. สินค้า (Product) ผู้ผลิตและผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมทางด้านสินค้า กล่าวคือ ต้องมีผลผลิตเพียงพอต่อการส่งออก มีการปรับปรุงพัฒนาการผลิตและคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และการออกแบบต้องทันสมัยเหมาะสมกับแฟชั่นในฤดูกาลต่าง ๆ ตรงกับรสนิยมของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริหารของแต่ละกลุ่มในแต่ละตลาด เช่น ในตลาดยุโรป ถ้าต้องการขายสินค้าให้กับกลุ่มผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อสูงในตลาดระดับสูง ราคาแพง สินค้าต้องมีคุณภาพสูง และถ้าต้องการขายสินค้าราคาไม่แพงเกินไปให้กับกลุ่มผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อรองลงไปก็อาจจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพปานกลางจำหน่ายในตลาดระดับกลาง นอกจากนี้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกหรือนักออกแบบ จำเป็นต้องศึกษาให้ทราบถึงความต้องการและแนวโน้มของแฟชั่นในแต่ละฤดูกาลก่อนผลิตสินค้า

2. การจัดคอลเลกชันสินค้า (Collection) เป็นการออกแบบและรวบรวมสินค้าแต่ละชนิดให้สอดคล้องและสัมพันธ์ทั้งรูปทรงและสีสันทัน เพื่อเสนอขายเฉพาะแฟชั่นในแต่ละฤดูกาล ได้แก่ ฤดูใบไม้ผลิและฤดูใบไม้ร่วง ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพฝีมือปราณีต ใหม่อุดม ไม่ควรหลายสีและสินค้ามากชนิดเกินไป โดยคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับแนวโน้มของแฟชั่นและสีที่นิยมกันในแต่ละฤดูกาล เช่น การจัด collection ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อาจประกอบด้วยเสื้อสตรี กระโปรง เสื้อเชิ้ต ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าคลุมผม หูกระต่าย เนคไท และอื่น ๆ ซึ่งได้รวบรวมออกแบบรูปทรงและสีสันทันให้สอดคล้องกันเพื่อเสนอขายลูกค้าในฤดูใบไม้ผลิ เป็นต้น

อนึ่ง ในการจัด Collection สินค้าอาจจัดปีละ 2 ครั้ง แต่บางบริษัทอาจจัด collection สินค้าถึง 10 ครั้ง เพื่อเป็นการเปลี่ยนแฟชั่นสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ ให้ลูกค้าของตนเกือบทุกเดือน แต่ถ้าบริษัทที่ไม่เคยจัด collection สินค้าเลยอย่างน้อยควรจัดปีละ 1 ครั้ง ซึ่งแต่ละ collection ไม่ควรมีสินค้ามากชนิดเกินไป แต่ควรมีให้เลือกหลายแบบ

3. ข้อมูลแฟชั่น (Fashion Information) ในการออกแบบสินค้าในแต่ละ Collection จำเป็นต้องทราบแนวโน้มแฟชั่นในแต่ละฤดูกาล ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มในแต่ละตลาด อาจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นได้จากนิตยสารแฟชั่นที่จัดทำโดยบริษัทที่มีชื่อเสียงทางด้านการคาดคะเนแฟชั่น รูปแบบและสีสันทันที่จะนิยมกันในฤดูกาลหน้าที่จะเวียนมาถึงจากประเทศ ฝรั่งเศส อิตาลี สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น นอกจากนี้ยังศึกษาได้จากงานแสดงแฟชั่น จากภาพยนตร์ ตู้โชว์สินค้าตามห้างร้าน และห้างสรรพสินค้าต่างๆ และจากการสังเกตการแต่งกายของประชาชนที่เดินไปมาตามถนนในเมืองแฟชั่นที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส และเมืองมิลาน ประเทศอิตาลี เป็นต้น

4. เครื่องหมายการค้า (Trade mark) เมื่อสินค้าพร้อมที่จะส่งออก ควรสร้างเครื่องหมายการค้าให้กับสินค้าของบริษัทเอง เพราะเครื่องหมายการค้ามีส่วนช่วยจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ทันที และเป็นการสร้างความมั่นใจในต่างประเทศและภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้าของบริษัทอีกด้วย การเลือกใช้เครื่องหมายการค้า ควรพิจารณาอย่างรอบคอบและถ้าเป็นไปได้ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดโดยตรง ซึ่งมีหลักเกณฑ์กว้าง ๆ คือ ต้องเป็นคำเดียว ออกเสียงได้ง่ายและแบบง่าย ๆ เพื่อให้ลูกค้าจำได้ง่ายดังตัวอย่างเครื่องหมายการค้าที่เป็นคำเดียว ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของโลก ได้แก่ LACOSTE, HERMES, LANVIN, AZZARO, UNGARO, CLENIQUE, VALENTINO และ GUCCI แต่ก็มีบางที่ใช้ 2 คำ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชื่อบุคคลที่ใช้เป็นเครื่องหมายการค้า เช่น CALVIN KIEIN, GUY LAROCHE, ESTEE LAUDER และ CHRISTIAN DIOR เป็นต้น

5. ราคา (Price) การดำเนินธุรกิจส่งออกให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพสูงเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ให้สามารถส่งออกได้ในราคาแพง โดยเฉพาะสินค้าที่จัด collection ในแต่ละฤดูกาลควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับเครื่องหมายของบริษัทและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และเรียกชื่อสินค้าของบริษัทเมื่อต้องการบริโภค โดยที่บริษัทส่งออกไม่ต้องกังวลใจเกี่ยวกับการต่อรองราคาของลูกค้าในต่างประเทศ

6. การบริการ (Service) ในที่นี้หมายถึง การส่งมอบสินค้าได้รวดเร็ว ตามระยะเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า เตรียมตัวอย่างวัตถุดิบพร้อมให้ลูกค้าดูและเลือกได้ทันทีและสินค้าที่ส่งออกต้องมีคุณภาพดี และใช้วัตถุดิบตามที่ตกลงไว้กับลูกค้า และสามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ทันที และอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการ

7. ตัวแทนการขาย (Personal Sale's work) เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งของการส่งออกโดยเฉพาะตลาดที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวแทนการขายเปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัทต้องทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้าประทับใจจากการต้อนรับที่ลูกค้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือเยี่ยมชมสำนักงานที่แสดงสินค้าของบริษัทหรือการไปเยี่ยมเยือนลูกค้าของบริษัทในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. 2535. ไหมและผลิตภัณฑ์ไหม. กรุงเทพมหานคร : (อัสสัมชัญ).
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2530. ข่าวเศรษฐกิจการพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร : (อัสสัมชัญ).
- _____. 2533. รายงานผลการศึกษาวิจัยไหมและผลิตภัณฑ์ไหม. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์อักษรไทย.
- _____. 2534. "ตลาดไหมไทยในญี่ปุ่นขยายตัวจนเป็นอันดับหนึ่ง". ข่าวเศรษฐกิจ-
การพาณิชย์. (8 พฤศจิกายน 2533). (โรเนียว).
- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2531. "การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย". ผู้ส่งออก. ปีที่ 1 ฉบับที่ 17
(เมษายน 2531). น. 24-25.
- _____. 2532. "โอกาสตลาดโลก". ผู้ส่งออก. ปีที่ 3 ฉบับที่ 55 (พฤศจิกายน
2532). น. 190.
- _____. 2533. "เสื้อผ้าไหมไทยอนาคตแจ่มใสทั้งตลาดภายในและนอกประเทศ".
ผู้ส่งออก. ปีที่ 3 ฉบับที่ 71 (กรกฎาคม 2533). น. 9.
- _____. 2534. "ชื้ออุตสาหกรรมส่งออกอีสาน". ผู้ส่งออก. ปีที่ 4 ฉบับที่ 84
(กุมภาพันธ์ 2534). น. 34-39.
- _____. 2533. "ตลาดนอกนิยมไหมไทย ส่งออกเพิ่มมากกว่าครึ่ง". ข่าวเศรษฐกิจ-
การพาณิชย์. (15 พฤศจิกายน 2533). (โรเนียว).
- กรมวิชาการเกษตร. 2532. การส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม. กรุงเทพมหานคร :
(โรเนียว).
- _____. 2536. ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้ามาใน
ราชอาณาจักร (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2536. กรุงเทพมหานคร : (อัสสัมชัญ).
- กรมอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2536. ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการอนุญาตให้นำเส้นไหมเข้า
มาในราชอาณาจักร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2536. กรุงเทพมหานคร : (อัสสัมชัญ).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กันตา จิตตั้งสมบุรณ์. 2535. "ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยอนาคตตลาดส่งออกแฉ่งมิโส".
ผู้ส่งออก. ปีที่ 5 ฉบับที่ 109 (กุมภาพันธ์ 2535). น. 47.
- ขวัญจิตร คงสมใจ. 2534. การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์ไหมในระดับครัวเรือน
เกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สาขา
เศรษฐศาสตร์เกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทนาทิพ วชิระสมบุรณ์. 2517. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไหมในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร :
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีวรรณ ชินเครือ. 2532. กฎเกณฑ์และข้อกำหนดค่าในการส่งออกสิ่งทอโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์
จากไหม. กรมการค้าต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: (อัสสำเนา).
- ธนาคารกสิกรไทย. 2529. หัตถกรรมไทย. กรุงเทพมหานคร : สยามบรรณการพิมพ์.
_____. 2533. "ผ้าไหมไทย : สินค้าส่งออกที่น่าสนใจ". สรุปข่าวธุรกิจ. 21, 2
(16-31 มกราคม 2533).
- นิรนาม. 2536. "สมาคมค่านำเข้ารังไหม 3 กระทรวงรอด". หนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจ.
ฉบับวันที่ 9-15 สิงหาคม 2536. น. 27.
_____. 2536. "อุทัยอ้อมผู้ผลิตผ้าไหมส่งออกผ่อนผันนำเข้าเส้นไหม 30 ส่วน".
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 7 สิงหาคม 2536. น. 9.
- บัณฑิต วงศ์สีลโชติ. 2532. แนวโน้มการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม. กรมส่งเสริมการส่งออก.
กรุงเทพมหานคร: (โรเนียว).
- เบญจวรรณ รัตนประยูร. 2532. การตลาดผ้าไหมในต่างประเทศและการวางแผนเจาะตลาด.
กรมส่งเสริมการส่งออก. กรุงเทพมหานคร : (โรเนียว).
- พิศาล คงสำราญ. 2532. แนวทางผลิตผ้าไหมเพื่อการส่งออก. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
กรุงเทพมหานคร : (อัสสำเนา).
- มนตรี เดชฟุ้ง. 2533. ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร.
ปัญหาพิเศษ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐ วาณิชวงศ์. 2532. เทคโนโลยีการผลิตผ้าไหม. H.M. Factory for Thai Silk : กรุงเทพมหานคร : (โรเนียว).

สุภาพรธรรม หาญเทพินทร์. 2531. รายงานการศึกษาวเคราะห์เรื่องสู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์. กองวิจัยสินค้าและการตลาด. กรุงเทพมหานคร : (โรเนียว).

สุรินทร์ ศุภสวัสดิ์พันธ์. 2532. วัตถุดิบ ต้นทุน และเทคโนโลยีการผลิตเส้นไหมและผ้าไหม. กรมส่งเสริมการส่งออก. กรุงเทพมหานคร : (โรเนียว).

สุวิมล ตีจิตานนท์. 2532. การควบคุมคุณภาพสินค้าส่งออก. กรมการค้าต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : (โรเนียว).

สมาคมไหมไทย. 2535. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผ้าไหมไทยเป็นรายประเทศ. กรุงเทพมหานคร : (อัสสำเนา)

Programme for Development Cooperation. 1990-1992. REFLECTIONS ON SILK. Helsinki, Finland. International Trade Centre UNCTAD/GATT. International Silk Association. The world of silk - Serica Ltd.