



14159

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษานโยบายของธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก

A STUDY ON PROBLEMS OF THAI SILK - BUSINESS FOR EXPORT



T097707

โดย

นางสาวเรวดี โชติพิณวานนท์

ร.พ.  
8464ก  
2534

เสนอ

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....97707  
วัน,เดือน,ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาปัญหาของธุรกิจใหม่ไทยเพื่อการส่งออก

ของ

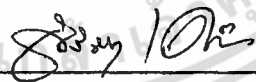
นางสาวเรวดี โชติพันธ์วานนท์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ว.ท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

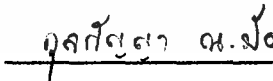
เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 2/๑๑/๓๔

(อาจารย์ศิริจรรธา เครือวีริยะพันธ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 ๑๑/๑๑/๓๔

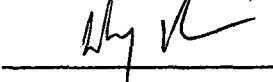
(อาจารย์กุลกัญญา น. ป้อมเพชร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 ๑๑/๑๑/๓๔

(รองศาสตราจารย์ สิตีย์ สังข์ธัม)

หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

 ๑๑/๑๑/๓๔

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษา (อาจารย์นิตยา สิตธิโชค) นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร.พ.  
จ ๗๖๗๓  
๒๕๓๔

14159  
29 S.A. 2534

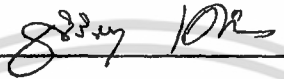


ชื่อเรื่อง : การศึกษาปัญหาของธุรกิจไหมไทยเพื่อการส่งออก

โดย : นางสาวเรวดี โชติพันธ์วานนท์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร),

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ :  , 2 / ๓๑ / ๖๔  
(ศิริจรรธา เครือวิริยะพันธ์)

ผลิตภัณฑ์ไหม เป็นสินค้าที่ตกกรรมที่มีมาช้านานและมีลักษณะการผลิตที่เหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลักในทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี ตลอดจนการทอผ้าไหม จึงมีส่วนช่วยให้เกษตรกร มีรายได้จากอุตสาหกรรมไหม โดยเฉพาะเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ในอดีตมักทำเป็นอาชีพเสริมจึงไม่ได้ให้ความสำคัญในการผลิต และการตลาดเท่าที่ควร ประกอบกับไม่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมไหมมีการพัฒนาขึ้นมาก เนื่องจากผ้าไหมเป็นที่นิยมในท้องตลาด ทำให้มีพ่อค้าให้ความสนใจเข้าไปรับซื้อผ้าไหมถึงแหล่งผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ้าไหมไทยจึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ทำให้มีการพัฒนาการผลิตจากรูปแบบการผลิตในครัวเรือนเพื่อเสริมรายได้อื่น มาเป็นรูปแบบโรงงานที่ผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น โดยมีกานำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอนการผลิต เพื่อช่วยให้สามารถผลิตได้เร็วและมีคุณภาพที่แน่นอนมากขึ้น นอกจากนี้การผลิตผ้าไหมที่เป็นผืนแล้ว ยังมีการดัดแปลงพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เนคไท ผ้าพันคอ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าเช็ดหน้า ปลอกหมอนอิง กล่องใส่เครื่องประดับ เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้สามารถจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ รวมทั้งส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศนารายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากและคาดว่าจะทำรายได้เพิ่มขึ้นในระยะต่อไป

ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีมูลค่าสูงได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา เนื่องจากตลาดต่างประเทศเหล่านี้เป็นตลาดที่นิยมสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม เพื่อใช้ในการแต่งกาย และตกแต่งบ้านเรือนให้สวยงาม ประกอบกับการที่สินค้าผ้าไหมไทยมีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพราะเป็นการทอด้วยมือ มีลวดลายและสีสันงดงาม ทำให้เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

จากผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยจำนวน 6 แห่ง พบว่า ถึงแม้การส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยยังมีมูลค่าสูง แต่การดำเนินงานก็ยังประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะปัญหาด้านการผลิต ที่ปริมาณผลผลิตเส้นไหมที่ผลิตได้ภายในประเทศในแต่ละปี เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมทอผ้าไหมยังผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ต้องมีการนำเข้าเส้นไหมและรังไหมจากต่างประเทศ ผู้ผลิตจึงมีต้นทุนการผลิตที่สูง และยังก่อให้เกิดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ คือ มีกฎเกณฑ์ และขั้นตอนการส่งออกของทางราชการที่ทำให้เกิดความล่าช้า และเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาการส่งออกและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อภาคการผลิต โดยการเร่งรัดส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกหม่อน เลี้ยงไหมพันธุ์ที่ให้ผลผลิตเส้นไหมที่มีปริมาณมากและคุณภาพดี ให้มากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การผลิตเส้นไหมภายในประเทศมีปริมาณผลผลิตที่เพียงพอ กับความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมไหมไทยภายในและเพื่อเป็นการทดแทนการนำเข้าเส้นไหมโยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรีงใหม่จากต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าจะสามารถทำให้อุตสาหกรรมนี้ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว ส่วนปัญหาทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับเงินบาท กฎเกณฑ์ การดำเนินการ ส่งสินค้าออกของหน่วยงานราชการที่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ทำให้ผู้ส่งออกต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นโดยไม่จำเป็น ทางราชการควรร่วมมือกับผู้ส่งสินค้าออกเพื่อแก้ไขด้วยการลดขั้นตอน บางขั้นตอนออกไปบ้างเพื่อให้เกิดความประหยัดและรวดเร็วยิ่งขึ้น ผลักดันให้ใหม่จึงเป็นสินค้าที่น่าสนใจประเภทหนึ่งที่อยู่ในข่ายการเร่งส่งเสริมการส่งออกต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากความกรุณาช่วยเหลือให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์ศิริจรรธา เครือวิริยะพันธ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ พร้อมทั้งกรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร และรองศาสตราจารย์ สังข์ศรีศรี ที่ ได้ให้คำแนะนำและแก้ไขตรวจทานปัญหาพิเศษให้ถูกต้อง และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ทุกท่าน ตั้งแต่คุณพ่อ คุณแม่ พี่ และน้อง ที่คอยให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และกำลังใจอย่างสม่ำเสมอ บริษัทและร้านค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยที่ให้สัมภาษณ์และข้อมูลต่าง ๆ และเพื่อน ๆ ทุกท่านที่ให้ คำแนะนำ ช่วยเหลือ รวมทั้งขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ แต่มิได้กล่าวนามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวเรวดี โชติพิณพานนท์

กันยายน 2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	7
ขอบเขตของการศึกษา	7
นัยสำคัญ	7
การตรวจเอกสาร	9
วิธีการศึกษา	12
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของธุรกิจใหม่ไทย	14
บทที่ 3 ตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	21
ตลาดภายในประเทศ	21
ตลาดต่างประเทศ	22
ชนิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยเพื่อการส่งออก	23
ตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	24
คู่แข่ง	32
แนวทางการลงทุนเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	33
ปัจจัยสนับสนุนการลงทุน	33
ลักษณะของการลงทุน	34
โอกาสทางการขยายตัวของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัญหาและแนวทางแก้ไข	35
ปัญหาด้านการผลิต	35
ปัญหาด้านการตลาด	38
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>41</b>
ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	41
แนวทางหรือนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและ การขายตลาดต่างประเทศ	42
ลักษณะหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งออก	44
ปัญหาของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	44
ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทและ แนวทางการแก้ไข	48
ทัศนคติของตลาดต่างประเทศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย	49
<b>บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>50</b>
สรุป	50
ข้อเสนอแนะ	52
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยที่สำคัญ	53
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>55</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>57</b>
ก. มาตรการดำเนินงานของรัฐบาล	58
ข. ประกาศกระทรวง	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทย ตั้งแต่ปี 2520-2530	2
2	มูลค่าการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ตั้งแต่ปี 2520-2533	4
3	มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย แยกรายประเทศ ปี 2530-2533	26



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

หัตถกรรมโดยทั่วไปแล้ว หมายถึงกระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ โดยใช้แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญ ในการผลิตประกอบกับฝีมือที่ประณีตและความชำนาญที่ถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุคน เพื่อที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในการใช้สอย และมีความสวยงามซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้สร้างชื่อเสียงและทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทยที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จาก 2,308.7 ล้านบาท ในปี 2520 เป็น 18,500 ล้านบาท ในปี 2530 หรือมีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 26.8 ต่อปี (ตารางที่ 1)

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยประเภทหนึ่งที่มีชื่อเสียง และเริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ คือ "ผ้าไหมไทย" เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่ใช้ฝีมือในการผลิต มีความสวยงามและมีความรู้ค่าในการใช้สอย ซึ่งมักจะหาได้ยากสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานต้องใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตจึงขาดความประณีต ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าส่งออกที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ พร้อมทั้งขยายตัวอย่างรวดเร็วในอนาคต สถานการณ์ดังกล่าวทำให้คาดได้ว่าการส่งออกผ้าไหมไทยจะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศต่อไปในอนาคต

การทอผ้าไหมนั้นนิยมทำกันมากในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมจนถึงการสาวเส้นไหมจนจนถึงการนำเส้นไหมไปทอเป็นผ้าผืนสำหรับโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 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)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำเครื่องนุ่งห่มและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เครื่องมือที่ใช้ทอ เป็นที่ทอผ้าแบบพื้นเมือง ซึ่งต้องพึ่ง กระสวยด้วยมือและมีทอเป็นผ้าพื้น ขึ้นละไม่เกิน 2 หลา ใช้สำหรับทำผ้าถุงประเพณี โบราณซึ่งนิยมในแถบชนบท ต่อมาเมื่อมีผู้นำผ้าไหมไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศจนเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น มีผลทำให้การทอผ้าไหมแบบพื้นบ้านอย่างเดิมไม่สามารถรองรับความต้องการของตลาดได้ จึงได้มีการพัฒนาไปสู่การผลิตในรูปแบบของอุตสาหกรรม เพื่อการค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ได้พัฒนารูปแบบสินค้าจากที่ทอเป็นผ้าพื้นสั้น ๆ มาทอเป็นพับ เพื่อให้เหมาะสมในการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มตามสมัยนิยม รวมทั้งได้ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในบางขั้นตอนของการผลิต เครื่องทอผ้าได้ตัดแปลงเป็นกึ่งรถูกเพื่อให้ออกได้เร็วขึ้น โดยที่ยังใช้แรงงานที่มีฝีมือในการทอ และใช้เส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นไหมพุ่ง เพื่อคงเอกลักษณ์ของไหมไทยเอาไว้

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไหมของไทย สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงเรื่อย ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ในปัจจุบันการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 2.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรม และเป็นร้อยละ 2.05 ของมูลค่าการส่งออกรวมของทั้งประเทศ (ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย, 2529) นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ไหมไทยมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น เพราะนอกจากจะใช้แรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ซึ่งเหมาะสมกับสภาพโครงสร้างเศรษฐกิจของไทย ที่มีแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต และเหมาะสมกับโครงสร้างของไทยที่มีแรงงานอยู่เป็นจำนวนมากเป็นการช่วยลดปัญหาการว่างงานในชนบท ผลิตภัณฑ์ไหมไทยยังได้สร้างชื่อเสียงและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย เพิ่มขึ้นประมาณ 57.4 ล้านบาทในปี 2520 มาเป็น 781.4 ล้านบาทในปี 2533 (ตารางที่ 2)

การผลิตผ้าไหมจะใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบสำคัญ คือ เส้นใยไหม

การผลิตผ้าไหม รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการผลิต โดยได้กำหนดไว้ในไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**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	233.2
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	490.5	290.9	781.4

หมายเหตุ : ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ส่งออกโดยผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า  
ของสำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ที่มา : เป็นเอกสาร (สำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2534)  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ให้มีการวางแผนปรับปรุงคุณภาพไหมในระดับท้องถิ่น เพื่อพัฒนาการเลี้ยงไหมของเกษตรกรในชนบท ตั้งแต่การวิจัยและค้นคว้าปรับปรุงพันธุ์ไหม ตลอดจนกรรมวิธีผลิตเส้นใยไหม ซึ่งประกอบด้วยเทคนิคการสาวไหม การย้อมสี และการกำหนดมาตรฐานเส้นใยไหม เส้นใยไหมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เส้นไหมพุ่ง และเส้นไหมยืน เส้นไหมพุ่งที่ผลิตได้ในประเทศไทยมักมีลักษณะเป็นเส้นโต หยาบมีปมมาก ส่วนเส้นไหมยืนมีลักษณะเป็นเส้นเล็ก เหนียวและยาว ปริมาณการผลิตในประเทศน้อยมาก ซึ่งปัจจุบันการผลิตเส้นใยไหมในประเทศไทยไม่เพียงพอับความต้องการในธุรกิจไหมไทย และยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ จึงต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งทำให้สิ้นเปลืองเงินตราออกนอกประเทศเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้การผลิตเส้นไหมของไทย ยังมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นส่วนใหญ่ซึ่งมีประมาณร้อยละ 80 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนที่เหลือมีอยู่ในภาคเหนือ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2530) เกษตรกรจะเลี้ยงไหมเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม ลักษณะการผลิตที่จำเพาะในครัวเรือนที่กระจายกัน ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพของเส้นไหมไม่มีมาตรฐานเท่าที่ควร ปัญหาการไม่ยอมรับพันธุ์ไหม และวิธีการผลิตใหม่ ๆ ที่ทางการได้นำไปเผยแพร่ให้ ปัญหาการขาดแคลนเครื่องมือ เครื่องจักรที่ช่วยในการผลิตเส้นใยไหมให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดการวางแผนคาดคะเนปริมาณการผลิตที่สามารถรองรับความต้องการใช้เส้นใยไหมของธุรกิจไหมไทย ซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าว เป็นปัจจัยที่สำคัญของปัญหาทางด้านการผลิตของธุรกิจไหมไทยที่จะส่งผลโดยตรงต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยประการหนึ่ง

อย่างไรก็ตามแม้ว่าในปัจจุบันผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหม จะมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและยังมีช่องทางส่งออกที่น่าจะสดใส แต่ก็มีอุปสรรคและปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขอยู่มาก ซึ่งเป็นปัญหาของการศึกษาคั้งนี้ โดยเฉพาะด้านการผลิตที่มีปัญหาปริมาณการผลิตไม่แน่นอน เพราะขึ้นกับจำนวนแรงงานที่จะมีมากเฉพาะนอกฤดูกาลเพาะปลูกเท่านั้น และมีต้นทุนการผลิตเส้นไหมในประเทศค่อนข้างสูง เนื่องจากขาดแคลนโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุดิบ เทคโนโลยีต่าง ๆ ยี่งล้ำสมัย และยังมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมที่ไม่สม่ำเสมอ ขาดการควบคุมคุณภาพ ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดไว้ อันเนื่องมาจากกรรมวิธีการผลิตยี่งล้ำสมัย ส่วนปัญหาด้านการตลาด ธุรกิจผ้าไหมของไทย ยี่งขาดการศึกษาด้านการตลาดซึ่งมีสาขารัฐประชาชนจีนเป็นคู่แข่งสำคัญ นอกจากนี้ยี่งยังมีอำนาจความสะดวกในการตลาด เช่น การขนส่ง การจัดหีบห่อ ข้าวสารการตลาดเกี่ยวกับราคา และหลักเกณฑ์การค้า ฯลฯ มีไม่เพียงพอ และขาดการวางแผนล่วงหน้าว่าตลาดลูกค้ามีแนวโน้มจะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร

นอกจากนี้ยี่งยังมีปัญหาด้านราคา คือ ราคาที่ส่งออกสูง และปัญหาเรื่องการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกคือ การเปลี่ยนแปลงราคาส่งออก การเปลี่ยนแปลงการแลกเปลี่ยนเงินตรา และการเปลี่ยนแปลงรายได้ของประเทศคู่ค้า เป็นต้น ดังนั้นยี่งจึงควรมีการศึกษาถึงปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจผ้าไหมของไทยอย่างแท้จริง และเร่งด่วน เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพตลาดในแต่ละประเทศที่เป็นประเทศคู่ค้า

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นปัญหาต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากปัจจัยที่เป็นปัญหา ที่มีต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย
3. ศึกษาแนวโน้มการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เป็นปัญหาต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริม และขยายตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูล ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจการส่งออกให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

## ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ซึ่งจะทำการศึกษาจากบริษัทเอกชนต่าง ๆ ที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย เช่น บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) บริษัทนารายณ์ไหม จำกัด เป็นต้น และหน่วยงานราชการ เช่น กองส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

## นิยามศัพท์

กระสวย หมายถึง เครื่องบรรจุด้ายสำหรับทอหรือเย็บผ้า  
 กี่ หมายถึง เครื่องทอผ้า

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสารที่ส่งมอบหมายถึง สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหมเป็นสำคัญ นำ เช่น ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	เสื้อผ้าผ้าเช็ดหน้า เนคไท ผ้าพันคอ เป็นต้น
ผ้าไหม	หมายถึง ผ้าที่ทอในประเทศไทยด้วยไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด ไม่ว่าจะทอด้วยมือหรือเครื่องจักร
ผ้าไหมไทย	หมายถึง ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหม	หมายถึง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่กำหนดขึ้นตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งแบ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็น 14 ชนิด คือ เสื้อ กางเกง กระโปรง ชิน หรือโสร่ง เนคไท หรือโบว์ไท ผ้าพันคอ ผ้านวม ผ้านวมเตียง ปลอกหมอนหรือปลอกเบาะ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดปาก ผ้ารองภาชนะที่มีขนาดกว้างตั้งแต่ 250 มม. ขึ้นไป และผ้าม่าน
มาตรฐานผ้าไหม	หมายถึง มาตรฐานผ้าไหมที่กำหนดขึ้นตามประกาศของกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยให้แบ่งผ้าไหมไทยออกเป็น 8 ชนิด คือ ผ้าไหมไทยชนิดบางมากพิเศษ ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก ผ้าไหมไทยชนิดบาง ผ้าไหมไทยชนิดหนา ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก ผ้าไหมไทยชนิดหนาพิเศษ ผ้าไหมไทยชนิดหนามากพิเศษ และผ้าไหมไทยชนิดที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง
หม่อน	หมายถึง ชื่อต้นไม้ชนิดหนึ่ง ใช้ใบสำหรับเลี้ยงตัวไหม
หัตถกรรม	หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าด้วยมือ
ไหม	หมายถึง สัตว์ชนิดหนึ่งในจำพวกผีเสื้อกลางคืน มีใยใช้ทอผ้า ซึ่งใยของสัตว์ชนิดนี้ เรียกว่า ไหม
อุตสาหกรรม	หมายถึง การทำสิ่งของเพื่อให้เป็นสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### การตรวจเอกสาร

จินตนาทิพ วชิระสมบูรณ์ (2517) ได้ศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต ตลาดฝ้าย การนำเข้าส่งออกของฝ้าย ต้นทุนการผลิตฝ้ายฝ้าย ชนิดของฝ้ายฝ้าย ภาวะการตลาด และราคา รวมถึงบทบาทของอุตสาหกรรมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ พบว่า ปัญหาสำคัญอยู่ที่การขาดแคลนวัตถุดิบฝ้ายที่ใช้ป้อนอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายอื่น ๆ ต้องมีการสั่งซื้อเข้ามาจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้เงินตราไหลออกจากประเทศเป็นจำนวนมาก และสร้างปัญหาให้กับโรงงานสิ่งทอในประเทศ เพราะราคาฝ้ายในตลาดโลกสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วย ส่งผลทำให้ประชาชนผู้บริโภคต้องซื้อผ้าในราคาแพง เกิดปัญหาด้านราคาผลิตภัณฑ์ฝ้าย ซึ่งสรุปแล้วปัญหาส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายก็คือ ปัญหาวัตถุดิบฝ้ายจำเป็นต้องมีการเร่งรัดผลผลิตอย่างเร่งด่วน เพื่อตอบสนองความต้องการของโรงงานสิ่งทอ และโรงงานผลิตภัณฑ์ฝ้ายอื่น ๆ เป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าซึ่งจะช่วยสงวนเงินตราของประเทศเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมฝ้ายยังมีปัญหาอีกบางประการที่สำคัญ คือ ปัญหาการผลิตสิ่งทอฝ้ายได้มากเกินความต้องการใช้ภายในประเทศ จำเป็นต้องมีการระบายออกไปจำหน่ายต่างประเทศเพื่อให้อุตสาหกรรมฝ้ายมีเสถียรภาพมั่นคงเพิ่มมากขึ้น

ผาษวิชาการ ษนาคารกสิกรไทย (2529) ได้ทำการศึกษาเรื่องหัตถกรรมไทย โดยได้ทำการศึกษาเรื่องผ้าไหมไทยเกี่ยวกับประเภท การตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การผลิต วัตถุดิบรวมทั้งได้ศึกษาปัญหาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขไว้ด้วย จากการศึกษาพบว่าตลาดร้อยละ 60-70 เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าสำคัญ ปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อผลิตได้ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ สาเหตุปัญหาเกี่ยวกับระเบียบควบคุมการส่งออกและปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เผยแพร่นิตยสารต่างประเทศ

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2530) ทำการศึกษา เรื่องลู่ทางการส่งออกไหมไทย พบว่ามีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 50-70 ของความต้องการใช้ในประเทศ โดยนำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนด้านการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.15 ด้านราคาส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยมีตลาดรับซื้อ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจยุโรป โดยได้รับสิทธิพิเศษภาษีศุลกากรจากประเทศผู้นำเข้า

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) ได้ศึกษาถึงลู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ พบว่าอุตสาหกรรมไหมไทยยังประสบปัญหาเรื่องเส้นไหม ในด้านปริมาณ คุณภาพ และราคา จึงเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการส่งออกไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต ซึ่งปัญหาต่าง ๆ คือ ปัญหาทางด้านปริมาณ ปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล และปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอ ในประเทศซึ่งนับว่ายังขาดแคลน ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมจำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่สม่ำเสมอและคงทน เนื้อผ้าไม่แน่น ขาดความมันวาว ผ้าเปื้อนน้ำมัน และมีการปลอมปน ซึ่งในขณะนี้ระบบการควบคุมคุณภาพยังไม่แน่นอนสม่ำเสมอ ปัญหาทางด้านราคา ต้นทุนการผลิตเส้นไหมขึ้นภายในประเทศค่อนข้างสูง เนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยี เครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิตยังล้าสมัย และไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เป็นผลให้ราคาเส้นไหมขึ้นที่ผลิตได้ในประเทศค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากปัญหาของเส้นไหมทั้งในด้านปริมาณ คุณภาพ และราคาจึงจำเป็นต้องเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการผลิต และคุณภาพมาตรฐานสินค้าทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรให้ความสนใจด้านนี้อย่างจริงจัง และมากขึ้น พร้อมทั้งร่วมมือกันพัฒนาด้านการผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพดีให้มากกว่าเดิม เพื่อให้เพียงพอับความต้องการใช้ทั้งภายในและโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## และภายนอกประเทศ

กรมส่งเสริมการส่งออก (2532) ในวารสารผู้ส่งออก ได้รายงานเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยได้รับความสนใจ และการยอมรับจากชาวญี่ปุ่นทั้งในด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ดังนั้นปริมาณการจำหน่ายจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2531 ยอดขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทย สูงถึง 130 ล้านดอลลาร์ และเฉพาะอย่างยิ่งใน 6 เดือนแรกของปี 2532 ยอดขายได้มากกว่า 100 ล้านดอลลาร์ จึงเป็นที่คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นอีกในช่วงปลายปี เพราะได้มีการเพิ่มชนิดของสินค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมากขึ้น ดังนั้นผ้าไหมไทยจึงมีโอกาที่จะขยายตัวในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอีก หากมีการปรับปรุงคุณภาพผ้าไหมให้มีเนื้อนุ่มขึ้น สำหรับใช้เป็นชุดแต่งกายในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ตลาดเริ่มให้ความสนใจที่จะใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบในการผลิตชุดชั้นใน และชุดนอนทั้งสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผ้าไหมไทยจะมีลักษณะเฉพาะคือ เนื้อผ้าค่อนข้างแข็งและสีเป็นประกาย ทำให้การใช้มีโอกาสค่อนข้างจำกัด

กรมส่งเสริมการส่งออก (2533) จากบทความเรื่อง ผ้าไหมไทยอนาคตแจ่มใสทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ ในวารสารผู้ส่งออก สรุปได้ว่าธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยยังคงสดใสทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีที่ผ่านมาทำรายได้ให้กับประเทศทั้งในรูปของการส่งออกและการขายภายในประเทศ เป็นสินค้าที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีมูลค่ากว่า 2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ขณะนี้มีมากกว่า 50 ประเทศ ทั้งทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา และโอเชียเนีย โดยที่มีตลาดสำคัญ ๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมันตะวันตก สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจประชาคมยุโรป ปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตเส้นไหมดิบได้สารเป็นอันดับที่ 7 ของโลกหรือเป็นอันดับที่ 5 ของเอเชียทำรองจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างไรก็ตามทั้งสี่อันดับนี้กำลังมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้ โดยแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ซึ่งผลิตไหมดิบส่วนใหญ่เป็นไหมพุ่งร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นไหมชิ้นมีไม่ถึงร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตทั้งหมด อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมของไทยในปัจจุบันยังมีปัญหาอยู่มาก คือ ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ เพราะการผลิตส่วนใหญ่ยังคงเป็นการผลิตแบบในครัวเรือน เป็นอาชีพเสริมปริมาณการผลิตจึงไม่แน่นอน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ไหมก็ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน การพัฒนาและการคิดค้นแปรงผ้าไหมไปประดิษฐ์เป็นสินค้าสำเร็จรูปมีน้อย

## วิธีการศึกษา

### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้านี้ มาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มากที่สุด จำนวน 6 แห่ง จากผู้ประกอบการทั้งสิ้น 20 แห่งโดยประมาณ มีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน)

2. บริษัทนารายณ์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสาร 3-ง บริษัทมหาชน จำกัด นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. บริษัทวิศวะต่อเรือใหม่ บุติศ จำกัด

5. ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรุงใหม่ไทย

6. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทงเส็ง

สำหรับผู้ประกอบการที่เลือกทำการสัมภาษณ์ในที่นี้ทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยที่การสัมภาษณ์ใช้คำถามที่มีการเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นคำถามที่เน้นให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาการประกอบการ และการส่งออกที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้น

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ รายงานการศึกษา บทความ และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน เช่น กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก สมาคมใหม่ไทย เป็นต้น ได้เก็บรวบรวมสถิติข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลแบบอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออก มูลค่าการส่งออก ปริมาณการนำเข้าแยกรายประเทศของประเทศคู่ค้า เป็นต้น

## 2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิที่สามารถเก็บรวบรวมได้นั้น มาใช้ประกอบการอธิบายถึงปัจจัยที่เป็นปัญหาต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์

เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### สภาพทั่วไปของธุรกิจไหมไทย

ประเทศจีนเป็นประเทศแรกที่มีการใช้ "ไหม" มาเป็นเวลานานประมาณ 5,500 ปี ต่อมาได้มีชาวจีนที่ลี้ภัยอพยพไปอาศัยในประเทศเกาหลี ทำให้ชาวเกาหลีเริ่มรู้จักและเลี้ยงไหม จากนั้นจึงมีการแพร่หลายไปยังประเทศญี่ปุ่น และทวีปยุโรป เรื่อยมา สำหรับประเทศไทยเริ่มเลี้ยงไหมในสมัยใดไม่ปรากฏ แต่จากหลักฐานที่ค้นพบสมัยกรุงสุโขทัย และกรุงศรีอยุธยา มีเรื่องราวเกี่ยวกับผ้าไหมรวมอยู่ด้วย การส่งเสริมการเลี้ยงไหมเริ่มต้นในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อ พ.ศ. 2444 ซึ่งตรงกับรัชกาลที่ 5 โดยมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นมาสำรวจและแนะนำการเลี้ยงไหม มีการเปิดโรงเรียนการทอผ้าไหม และในราวปี พ.ศ. 2453 ไทยเริ่มส่งไหมดิบเป็นสินค้าออกแต่ยังมีปริมาณไม่มากนัก ต่อมารัฐบาลได้เลิกให้การสนับสนุนการเลี้ยงไหม โดยสนับสนุนอาชีพอื่นแทน เนื่องจากตัวหนอนไหมเป็นโรค ทำให้เกิดภาวะขาดทุนมากเป็นเหตุให้ไม่มีการส่งออก

ในราวปี พ.ศ. 2479 รัฐบาลได้เริ่มสนใจการเลี้ยงไหมและเริ่มต้นส่งเสริมอีก แต่ยังเป็นการทำ-หยุด-ทำ อยู่ตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงภาวะทางการเมืองและเงินงบประมาณ รัฐบาลได้เริ่มทำกิจกรรมหลายอย่าง แต่ก็ต้องประสบความล้มเหลวอยู่ตลอด เช่น ตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งเครื่องสาวไหมจากประเทศอิตาลี แนะนำให้ชาวบ้านเลี้ยงไหม และส่งรังไหมมาจำหน่ายให้กับโรงงานสาวไหมนี้ ปรากฏว่าชาวบ้านไม่นิยมนำรังไหมมาขายให้กับโรงงาน เพราะชาวบ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันเฉพาะในครัวเรือน เพื่อนำมาทอผ้าขึ้นใช้เองตามประเพณีดั้งเดิม และไม่ประสงค์ที่จะเลี้ยงไหมเป็นอาชีพ อีกทั้งรังไหมที่โรงงานซื้อมีคุณภาพไม่ดีพอ ใช้สาวยากกับเครื่องจักรไม่ได้ และไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ การจัดตั้งโรงงานสาวไหมของรัฐบาลจึงประสบความล้มเหลว แต่หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีผู้สนใจ

ผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้น รัฐบาลจึงเพิ่มงบประมาณสำหรับทดลองเลี้ยงไหมให้กับกระทรวงเกษตรโยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสหกรณ์ทุกปี จนกระทั่งปัจจุบันแผนการทดลองหลายแผนได้ปฏิบัติสำเร็จ โดยการทดลองจะ เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงวิธีปลูกต้นหม่อน การเก็บใบหม่อน วิธีการเลี้ยงหนอนไหม และการทอผ้าไหม ทำให้ในระยะต่อมาไทยสามารถส่งออกผ้าไหมได้มากกว่าไต้หวันดิบ การทอผ้าไหมของไทยมีอยู่ทั่วไปทั้งในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่แหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทย คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีวัฒนธรรมที่เก่าแก่ตั้งแต่สมัยขอมโบราณ งานด้านหัตถกรรมซึ่งแต่เดิมเป็นการผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องนุ่งห่มในครัวเรือน นับเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดมาแต่โบราณจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันแม้ว่าวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจ และสังคมได้พัฒนาขึ้นมา จนทำให้สินค้าอุตสาหกรรมได้เข้ามาทดแทนเครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตขึ้นใช้เองในครัวเรือน ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ละทิ้งงานหัตถกรรมและหันมาใช้สินค้าอุตสาหกรรมกันแทน อย่างไรก็ตามยังมีชาวบ้านอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่ละทิ้งงานหัตถกรรม ยังคงประดิษฐ์เครื่องหัตถกรรมอยู่อีกหลายประเภท เพียงแต่วัตถุประสงค์ในการผลิตได้เปลี่ยนไป คือแทนที่จะผลิตขึ้นเพื่อใช้เองกลับเปลี่ยนไปเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายสำหรับเป็นรายได้ที่นำมาจุนเจือครอบครัว ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมเหล่านี้ งานด้านหัตถกรรมถือเป็นอาชีพรองที่ทำรายได้เสริมให้กับครอบครัว นอกเหนือไปจากรายได้จากอาชีพหลัก คือ การเกษตร

เนื่องจากฝีมืองานด้านหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นมรดกอันล้ำค่าที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษยังคงมีอยู่เป็นจำนวนมากและนับว่าควรค่าแก่การส่งเสริมพัฒนาขึ้นเป็นอย่างยิ่ง นอกจากกลุ่มชาวบ้านในชนบทจะทำงานหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริมแล้ว ในพื้นที่ที่มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมกันอย่างแน่นหนา บางแห่งได้มีการผลิตกันอย่างจริงจังจนจัดตั้งขึ้นในรูปของธุรกิจ และอุตสาหกรรมอีกด้วย ปัจจุบันสินค้าหัตถกรรมที่มีการผลิตกันอย่างเป็นล่ำเป็นสันและมีปริมาณมากพอที่น่าจะส่งเสริมได้ ประกอบด้วยโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม อุตสาหกรรมผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากฝ้าย และ อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตลอดจนอุตสาหกรรมเครื่องประดับจากเงิน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ไหมนับเป็นสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญที่สุดชนิดหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภาคที่เป็นแหล่งปลูกหม่อน เลี้ยงไหม สาวไหม และ ทอผ้าไหม ที่สำคัญที่สุดของประเทศ มีจำนวนครัวเรือนที่ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และผลิต เส้นไหมคิดเป็นร้อยละ 98 และ 94 ของจำนวนครัวเรือนเลี้ยงไหมและผลิตเส้นไหมรวม ของประเทศ (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2534) ผลิตภัณฑ์ไหมที่มีการผลิตได้แก่ รั้งไหม เส้นไหม และผ้าไหม เป็นต้น ลักษณะการประกอบการส่วนใหญ่เป็นการประกอบการโดย ลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน และกระจายกันอยู่เกือบทุกจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนในภาคอื่น เช่น ภาคเหนือมีการผลิตแต่เพียงส่วนน้อยเท่านั้น การปลูก หม่อนเลี้ยงไหม และการสาวไหม จะนิยมทำกันในช่วงฤดูฝน เนื่องจากเป็นช่วงที่ต้นหม่อน เจริญเติบโตและสามารถให้ผลผลิตมาเลี้ยงตัวไหมได้อย่างเพียงพอ ในขณะที่การทอผ้าไหม มักนิยมทอกันในช่วงฤดูแล้ง ที่ว่างเว้นจากการประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร ส่วนการ ประกอบการในลักษณะอุตสาหกรรมโรงงานเพิ่งเริ่มมีการตื่นตัว และได้รับความสนใจจาก นักลงทุนเพียงในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาเท่านั้น การทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปัจจุบันมีการดำเนินการในรูปแบบที่แบ่งแยกออกจากกันอย่างเห็นได้ชัด 3 แบบ คือ การดำเนินงานในลักษณะเป็นธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขนาดกลาง การ ดำเนินงานในลักษณะเป็นโรงงานขนาดเล็ก และเป็นร้านจำหน่าย และการดำเนินการผลิต ในลักษณะเป็นการผลิตของชาวบ้านในครัวเรือน ซึ่งรายละเอียดของแต่ละแบบ มีดังนี้

### 1. กลุ่มกิจการขนาดใหญ่และขนาดกลาง

การผลิตผลิตภัณฑ์ไหมที่ดำเนินการในรูปแบบของธุรกิจโรงงานขนาดใหญ่และขนาด

กลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัจจุบันมี 2 บริษัทฯ คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย โยชนด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำกัด (จิมทอมป์สัน) และบริษัทอินเตอร์ไกร จำกัด

บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) มีโรงงานตั้งอยู่ที่ ตำบลเมืองปัก อำเภอบักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นกิจการขนาดใหญ่ที่มีการพัฒนามาแล้วกว่า 30 ปี มีการลงทุนกว่าพันล้านบาท มีการดำเนินงานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไปจนกระทั่งการทอผ้าไหม และการจัดจำหน่ายซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ บริษัทมีสำนักงานสาขา และเอเยนต์จำหน่ายในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ ๆ ด้วย แต่เดิมกิจการของบริษัทจะเน้นด้านการตลาด ส่วนการผลิตได้ใช้วิธีแบ่งงานออกไปให้ชาวบ้านผลิต ต่อมาเนื่องจากประสบปัญหาด้านการควบคุมการผลิต และการควบคุมคุณภาพ บริษัทจึงพัฒนาการผลิตขึ้นเอง จนกระทั่งในปัจจุบันการผลิตส่วนใหญ่ได้พึ่งพาผลผลิตจากโรงงานของบริษัทเอง มีการรับซื้อจากชาวบ้านในสัดส่วนที่น้อยลง

บริษัทอินเตอร์ไกร จำกัด มีโรงงานตั้งอยู่ที่ หมู่ 1 ตำบลเมือะเพ็ญ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น เป็นกิจการขนาดกลางมีเงินลงทุนประมาณ 10 ล้านบาท ผลิตและส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์ไหม และพรมทอมือ โดยทำการผลิตเองในโรงงานส่วนหนึ่ง และแจกจ่ายให้ชาวบ้านผลิตในครัวเรือน ภายใต้การควบคุมการผลิตและควบคุมคุณภาพของบริษัท โดยบริษัทจะส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจเยี่ยมชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของโรงงานอยู่เป็นประจำ บริษัทจัดตั้งระบบการผลิตโดยวิธีจ้างชาวบ้านโดยร่วมมือกับหน่วยงานพัฒนาชุมชนของรัฐ ในการจัดตั้งกลุ่มชาวบ้าน จัดการฝึกอบรมทั้งทางด้านเทคนิค ความเข้าใจในการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และชักชวนความเข้าใจในด้านกฎเกณฑ์ของการผลิตเพื่อป้อนโรงงาน ในการนี้บริษัทได้ช่วยเหลือให้ชาวบ้านกว่า 200 ครอบครัว มีรายได้เพิ่มเติมและมีงานทำสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายพัฒนาชุมชนของรัฐบาลด้วย ปัจจุบันบริษัทมีกำลังการผลิตประมาณ 6,000 ตารางเมตรต่อปี แต่เดิมบริษัททำการผลิตสินค้าส่งจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกในกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากเห็นว่าควรจะมีกิจกรรมทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการผลิตบริษัทจึงค่อย ๆ เปลี่ยนมาเป็นทำการส่งออกด้วยตนเองซึ่งเพื่อไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ได้ใกล้เคียงกับตลาดมากที่สุด และสามารถศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดได้อย่างชัดเจน ในปัจจุบันแม้ว่าบริษัทจะสามารถติดต่อหาตลาดส่งออกได้เอง แต่การตลาดของบริษัทยังคงค่อนข้างแคบอยู่ สมควรที่จะมีการพัฒนาด้านการตลาดควบคู่ไปกับการผลิตเพื่อให้มีตลาดที่กว้างขวางและมั่นคงยิ่งขึ้น อนึ่งในการดำเนินการดังกล่าว บริษัทยังขาดข้อมูลข่าวสาร และคำแนะนำเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศของสินค้าที่ตกกรรมอยู่มา

## 2. กลุ่มกิจการขนาดเล็ก

ในกลุ่มนี้มีการดำเนินงานในรูปแบบเป็นร้านค้า และโรงงานทอผ้าไหมขนาดเล็ก กิจการในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มต้นการทอผ้าไหมในครัวเรือนมาช้านาน จนได้รับความนิยม และกิจการได้มีการขยายตัวขึ้นจนเป็นการประกอบธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามมีกิจการเพียงจำนวนน้อยที่ดำเนินงานในเชิงอุตสาหกรรมและจดทะเบียนเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่จะจัดตั้งเป็นร้านค้าในรูปแบบหุ้นส่วนสามัญ หรือหุ้นส่วนจำกัด ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกิจการกลุ่มนี้ ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าไหมพื้น กำลังการผลิตของแต่ละร้าน ขึ้นอยู่กับจำนวนกี่ของร้านหรือโรงงาน ซึ่งค่อนข้างจะยืดหยุ่น และไม่แน่นอน โดยปกติการผลิตต่อ 1 กี่ โดยคนทำงานวันละ 8-10 ชั่วโมง จะสามารถทอผ้าขนาดความยาวผืนละประมาณ 20 เมตร ได้ประมาณ 10-15 ผืนต่อเดือน การผลิตของร้านหรือโรงงานขนาดเล็กเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะทอเองภายในร้านหรือโรงงาน และหากกำลังการผลิตไม่เพียงพอก็จะแจกจ่ายให้กับชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงทอดด้วย จากนั้นคนงานของร้านบางคนที่ทำงานมานานจนเป็นที่ไว้วางใจ ทางร้านอาจมอบกักระตุกให้คนงานนั้น ๆ ไปทำงานในครัวเรือนของตนในลักษณะรับจ้างทออีกด้วย ดังนั้นกำลังการผลิตของร้านหรือโรงงานในกลุ่มนี้จึงกล่าวได้ว่าค่อนข้างจะยืดหยุ่นได้มาก สินค้าที่ผลิตในกลุ่มธุรกิจประเภทนี้ ส่วนหนึ่งจะเป็นการผลิตเพื่อวางขายหน้าร้าน ซึ่งรูปแบบจะเป็นผลิตภัณฑ์พื้น ๆ ทำอยู่เป็นประจำ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้ซื้อ ซึ่งส่วน

ใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร โดยที่ผู้ผลิตเหล่านี้จะไม่มีกิจกรรมทางด้านกิจการตลาดเลย โยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการขายสินค้านั้นถึงแม้ว่าสินค้าจำนวนมากจะไปสิ้นสุดยังตลาดต่างประเทศก็ตาม ผู้ผลิตสินค้าเหล่านี้แทบจะไม่มี การติดต่อ หรือรับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาดเลข ร้าน จะเพียงทำการค้ากับผู้ที่มาสั่งซื้อเท่านั้น

ภาวะของกิจการอุตสาหกรรมใหม่ เล็ก เหล่านี้ ในปัจจุบันค่อนข้างจะมีความคงตัวและมีความเจริญเติบโตค่อนข้างช้า แม้ว่าภาวะด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่โดยรวม โดยเฉพาะตลาดส่งออกจะดีมากก็ตาม การผลิตโดยเฉพาะทอผ้าไหมค่อนข้างจะมีจำกัด เนื่องจากอุปสรรคทางด้านการเงินหมุนเวียน การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะในฤดูเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว และการขาดแคลนเส้นไหมในบางครั้ง ประกอบกับราคาที่ได้รับจากผู้ซื้อในกรุงเทพมหานครไม่ใคร่จะเป็นที่ดึงดูดใจเท่าใดนัก อุปสรรคเหล่านี้ทำให้การรับคำสั่งซื้อเป็นไปได้ค่อนข้างจำกัด ร้านหรือโรงงานไม่ใคร่จะเต็มใจรับคำสั่งซื้อหรือรับปากสัญญาด้านกำหนดระยะเวลาเท่าใดนัก เป็นผลให้สภาพการดำเนินธุรกิจเหล่านี้ไม่ค่อยแน่นอน และไม่ค่อยจะมีการพัฒนาหรือขยายตัวเท่าใดนัก หากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขสภาพการดำเนินธุรกิจจะต้องเป็นเช่นเดิมต่อไป ซึ่งตลาดอาจให้ความสนใจกับสินค้าอื่น ๆ แทน เนื่องจากไม่สามารถได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร

### 3. กลุ่มลูกค้าระดับชาวบ้าน

หมายถึงกลุ่มที่การทอผ้าไหมกระทำกันในเฉพาะครัวเรือน ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วไปในหมู่บ้านต่าง ๆ ที่มีการทอผ้าไหมอย่างเป็นลำเป็นสัน และมีชื่อเสียงพอสมควร การทอผ้าไหมในระดับชาวบ้านเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มในแต่ละหมู่บ้าน โดยที่ชาวบ้านจะซื้อเส้นไหมมาทอกันในครัวเรือน เมื่อทอเสร็จแล้วก็จะรวบรวมกันมาไว้ที่หัวหน้ากลุ่ม ซึ่งจะจำหน่ายให้กับผู้ที่มาซื้อหรือทางกลุ่มจะนำออกไปจำหน่ายในงานต่าง ๆ เป็นครั้งคราว มีบางกลุ่มที่เริ่มจะรับคำสั่งซื้อจากผู้ซื้อที่ไปจากกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากปัญหาอุปสรรคและความไม่เข้าใจในกันและกัน ทำให้การผลิตตามคำสั่งซื้อดังกล่าว ยังไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่มีใครจะได้รับความนิยมและแพร่หลายเท่าที่ควร ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียนเพื่อนำไปซื้อเส้นไหม ขาดเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ ชาวบ้านขาดการจริงจังในการผลิตเนื่องจากทำเป็นเพียงอาชีพรองจากการเกษตร ชาวบ้านต่างคนต่างทอผ้าตามรูปแบบที่ตนคิดขึ้นเอง หรือตามใจตนเอง ไม่มีการประสานงานกับกลุ่ม ทั้งนี้เพราะเป็นการผลิตขึ้นเพื่อนำไปขายตามแต่ที่จะขายได้ ไม่มีการจัดการด้านการผลิต การดำเนินการจึงเป็นไปแบบตามมีตามเกิดตามแต่กำลังและแรงจูงใจของชาวบ้านแต่ละครอบครัวในแต่ละหมู่บ้านเท่านั้น

ดังนั้น อุตสาหกรรมผลิตเส้นไหม จึงเป็นอุตสาหกรรมที่จัดว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม และความต้องการในตลาดส่งออกมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ การดำเนินงานในอุตสาหกรรมนี้มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในภาคอย่างกว้างขวาง ซึ่งหากมีการพัฒนาให้อุตสาหกรรมนี้เจริญเติบโตขึ้น การพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมากของภาค โดยที่ศักยภาพทางด้านการพัฒนาการผลิตมีความเป็นไปได้สูง ดังนั้น อุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จึงจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญชนิดหนึ่ง และน่าจะ เป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาการส่งออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## ตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย

ผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทย เป็นสินค้าที่ตกกรรมที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่  
 ชาวต่างประเทศมาก ขณะที่ความนิยมในหมู่คนไทยยังอยู่ในวงแคบ คือจำกัดอยู่ในเฉพาะ  
 ผู้มีรายได้อ่อน นิยมใช้เฉพาะในงานพิธีสำคัญต่าง ๆ ที่จะใช้สวมใส่เป็นประจำนั้นน้อย หรือ  
 ให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่มีราคาแพง และต้องระมัดระวังใน  
 การเก็บรักษาและทำความสะอาด ปัจจุบันมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ประมาณร้อยละ 40  
 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 60 เป็นการจำหน่ายภายใน  
 ประเทศ ซึ่งมีตลาดรองรับหลายประเภท คือ ตลาดระดับท้องถิ่น ตลาดในเมือง และ  
 ตลาดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา  
 ในแต่ละปีสามารถจำหน่ายสินค้าให้ชาวต่างประเทศได้ประมาณร้อยละ 15 ของรายจ่าย  
 เพื่อการซื้อของทั้งหมดของนักท่องเที่ยว หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านบาท  
 (ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย, 2533)

ตลาดภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศของผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยนั้น สามารถแยกออก  
 ได้เป็น 2 ประเภท คือ

## 1. ตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยในท้องถิ่น

เป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัด และยากแก่การขยายตัว สินค้าที่จำหน่ายในตลาด

นี้ส่วนใหญ่คือ ผ้าไหมมัดหมี่ที่ทำโดยเกษตรกรในชนบทเท่านั้น ซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่กว้างขวางนัก ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีต้นทุนการผลิตสูงและต้องอาศัยเงินถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอสมุดแห่งชาติ  
 สำนักเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
 เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สาวเส้นไหมเอง มักทอเป็นผ้าผืนขนาดชิ้นละไม่เกิน 2 หลา เหมาะสำหรับทำเป็นผ้าถุง ผู้ซื้อในตลาดนี้คือ ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรือคนไทยที่ยังนิยมนุ่งห่มผ้าตามประเพณีโบราณ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าไปว่าจ้างให้ชาวบ้านทอเพื่อนำไปขายในชุมชนอื่นต่อไป การซื้อขายในตลาดนี้จึงมีปริมาณไม่มากนักและอยู่ในวงแคบ

## 2. ตลาดผลิตภัณฑ์ไหมไทยในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้เป็นพวกผ้าไหมสีพื้น หรือพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ ลงไปด้วย รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งทอเป็นพับ เหมาะกับการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต่าง ๆ เช่น เน็คไท ปลอกหมอนอิง กล้องอัญมณี เป็นต้น ผู้ซื้อในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มักจะซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากแก่เพื่อนฝูงญาติมิตรของตน สำหรับคนไทยนั้นก็ยังมีบ้างแต่น้อย ในกรณีนี้ผู้จำหน่ายโดยทั่วไปจะเป็นร้านค้าขนาดเล็กซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ส่วนร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมักจะเป็นผู้ผลิตโดยมีโรงทอของตนเองทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ ดังนั้นตลาดแห่งนี้จึงจะขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจและภาวะการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่การท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเป็นลำดับ ผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้

### ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไหมไทย เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมานาน ดังนั้นนอกจากจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและซื้อผลิตภัณฑ์ไหมไทยกลับไปเป็นของที่ระลึกอยู่เป็นประจำแล้ว ก็ยังมีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ หลายแห่ง มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ช่วงที่ผ่านมามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 57.4 ล้านบาท ในปี 2520 เป็น 621.5 ล้านบาท ในปี 2531 และเป็นโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 781.4 ล້านบาท ในปี 2533 (ตารางที่ 2)

ผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตเอง ทั้งนี้เพื่อให้มีการควบคุมคุณภาพให้ได้ตรงตามมาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออก รวมทั้งมีการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศแล้ว ผู้ส่งออกส่วนใหญ่มักเปิดร้านขายปลีกในประเทศควบคู่ไปด้วยเพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการขาย เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตอยู่หลายราย ทำให้การผลิตผ้าไหม ที่ใช้สำหรับตัดเย็บเสื้อผ้ามีการแข่งขันกันในตลาดต่างประเทศค่อนข้างสูง ขณะที่ผ้าไหมที่ใช้สำหรับตกแต่งบ้านนั้นยังมีการแข่งขันน้อย และมีช่องทางที่จะขยายตลาดในต่างประเทศออกไปได้อีกมาก ผู้ผลิตจึงควรให้ความสนใจผลิตผ้าไหมประเภทนี้ให้มากขึ้น

#### ชนิดของผลิตภัณฑ์ไหมไทยเพื่อการส่งออก

ชนิดของผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ในปัจจุบันมีดังนี้

1. ผ้าผืน เป็นผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้า และตกแต่งบ้าน เช่น ผ้าม่าน หรือผ้าห่มเบาะเฟอร์นิเจอร์ ตลาดที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ เบลเยียม สิงคโปร์ และเยอรมันตะวันตก

2. เสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น ชุดสตรี ชุดสุทสตรี กระโปรง เสื้อเชิ้ตบุรุษ-สตรี เสื้อสตรี และเสื้อเด็ก นอกจากนี้ยังมีชุดวิวาห์ที่ทำจากผ้าไหมซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในขณะนี้ ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สวีเดน เบลเยียม และออสเตรเลีย

3. เนคไท ปัจจุบันนี้มีผู้ให้ความสนใจเนคไทผ้าไหมเป็นอย่างมาก นำไปตลาดที่โยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำคัญได้แก่ ฝรั่งเศส สวีเดน เยอรมันตะวันตก ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ฮ็องกง และอังกฤษ

4. ผ้าพันคอ เป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจสำหรับสุภาพสตรี ตลาดที่สำคัญได้แก่ เยอรมันตะวันตก ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

5. ปลอกหมอนอิง หรือหมอนที่ทำไว้โซ้วเพื่อความสวยงาม ตลาดที่สำคัญได้แก่ สวีเดน ฮ็องกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเยอรมันตะวันตก

6. ผ้าเช็ดหน้า ตลาดที่สำคัญได้แก่ สวีเดน ญี่ปุ่น และอังกฤษ

นอกจากนี้ยังมีการส่งออก รังไหมที่เหมาะสมสำหรับการสาวไหม เส้นไหมดิบที่ยังไม่เข้าเกล็ดขลุ่ย และเส้นไหมสำเร็จรูป แต่ในปริมาณและมูลค่าการส่งออกที่ไม่สูงนัก

#### ตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์ไหมไทย

จากการศึกษาเกี่ยวกับที่ตลาดสำคัญ ๆ ของผลิตภัณฑ์ไหมไทยเท่าที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ดังนี้

##### 1. ญี่ปุ่น

ในอดีตญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกผ้าไหมที่สำคัญของโลก แต่เนื่องจากการพัฒนาทางอุตสาหกรรม ทำให้ความต้องการใช้ไหมในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะที่ปริมาณการผลิตได้ลดลง เนื่องจากนโยบายลดการผลิตไหมในประเทศ นับตั้งแต่ปี 2528 เป็นต้นมา ญี่ปุ่นจึงกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าไหมที่สำคัญของโลกประเทศหนึ่ง ตลอดระยะ

เวลาที่ผ่านมา การนำเข้าไหมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของชาว โยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ญี่ปุ่นดีขึ้น ค่าแรงงานของชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงทำให้อำนาจการซื้อของชาวญี่ปุ่นอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นด้วย ประกอบกับมีความต้องการสินค้าใหม่ ๆ เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นตาม

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่จากประเทศไทยนั้น ญี่ปุ่นมีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี เช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ฝีมือประณีต คุณภาพดีพอใช้ได้ ราคาไม่สูงเกินไป โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะเป็นแบบที่เรียบง่าย ใส่ได้ทุกโอกาส และมีสีเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของชาวญี่ปุ่นมาก ทำให้ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยไปญี่ปุ่นได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก จนปัจจุบันญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดของไทยแทนที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าในระยะหลังเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าญี่ปุ่น เนื่องจากไทยได้ปรับราคาสินค้าใหม่ให้สูงขึ้นตามราคาใหม่ดิบที่เพิ่มสูงขึ้นมากในตลาดโลก ทำให้สหรัฐอเมริกาชะลอการซื้อลง แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งการตลาดใหม่ในญี่ปุ่นไม่มากนัก เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดโลกเช่น สาธารณรัฐเกาหลี กล่าวคือ ในปี 2531 ไทยมีส่วนได้เพียงร้อยละ 1.3 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ของญี่ปุ่น แต่ในขณะที่สาธารณรัฐเกาหลีมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 41.69

สำหรับในปี 2532 การส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยไปญี่ปุ่นขยายตัวเพิ่มขึ้นมากโดยมีมูลค่าสูงถึง 222.1 ล้านบาท เมื่อเทียบกับในปี 2531 ซึ่งมีมูลค่า 122 ล้านบาท (ตารางที่ 3) และมีส่วนแบ่งด้านการส่งออกรวมของไทย คิดเป็นร้อยละ 35.95 ทั้งนี้เป็นการส่งออกในรูปแบบผ้าไหม ร้อยละ 46.20 และในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภท เสื้อสำเร็จรูป เน้นไท ผ้าพันคอ และผ้าเช็ดหน้า ร้อยละ 21.49 ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกในรูปแบบ เส้นไหมสำเร็จรูป เส้นไหมดิบ และรังไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 3** มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย แยกรายประเทศ ปี 2530-2533

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			
	ปี 2530	ปี 2531	ปี 2532	ปี 2533
สหรัฐอเมริกา	115.8	106.5	142.0	173.0
ญี่ปุ่น	102.7	122.0	222.1	195.3
เบลเยียม	27.8	34.1	50.3	42.7
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	58.6	88.3	84.5	14.1
สหราชอาณาจักร	19.9	35.4	44.1	32.8
ฝรั่งเศส	13.7	23.4	24.8	5.0
เนเธอร์แลนด์	14.4	11.3	17.8	1.7
แคนาดา	10.4	5.9	17.2	17.5
ออสเตรเลีย	15.6	23.5	31.4	27.4
สิงคโปร์	15.3	17.5	21.6	21.8
ฮ่องกง	10.7	15.1	19.6	14.9
ประเทศอื่น ๆ	60.3	138.5	147.3	235.2
<b>รวม</b>	<b>465.0</b>	<b>621.5</b>	<b>823.4</b>	<b>781.4</b>

ที่มา : (สมาคมไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันญี่ปุ่นจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ที่ประเทศไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สูงขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่มีการขยายตัวสูง มีอำนาจการซื้อที่มั่นคง ประกอบกับชาวญี่ปุ่นมีรสนิยมและความต้องการซึ่งสอดคล้องกับการผลิตของไทย นอกจากนี้ไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร โดยไม่ต้องเสียภาษีการนำเข้า แต่ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยควรมีการพัฒนาให้มีเนื้อผ้านุ่ม มีประโยชน์สามารถใช้กับชีวิตประจำวันได้มากขึ้นรวมทั้งให้ความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจจากชาวญี่ปุ่น และจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกในตลาดนี้

## 2. สหรัฐอเมริกา

ผลิตภัณฑ์ใหม่จัดเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ส่วนใหญ่สหรัฐอเมริกา จะนำเข้าผ้าไหมจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีราคาไม่สูงมาก และนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของตกแต่งร่างกาย และของตกแต่งบ้าน จากอิตาลี ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเกาหลี จากการที่สหรัฐอเมริกามีความนิยมเพิ่มขึ้นในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมประเภทต่าง ๆ รวมทั้งนิยมนำเอาผ้าไหมที่ทอจากไหมผสมกับเส้นใยอื่น ๆ ทั้งใยธรรมชาติ และใยสังเคราะห์มาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทำให้ปริมาณนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ของสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลาต่อมา โดยส่วนใหญ่จะนิยมนำเข้าจากประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าไทยจะส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไปยังสหรัฐอเมริกา เป็นมูลค่า แต่เพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่สหรัฐอเมริกานำเข้า กล่าวคือ ในปี 2531 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดผ้าไหมในสหรัฐอเมริกาเพียงร้อยละ 1.73 ในขณะที่อิตาลีมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 52.71 ของมูลค่าผ้าไหมที่สหรัฐอเมริกานำเข้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญอีกประเทศหนึ่งของไทย เนื่องจากเป็นตลาดใหญ่ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก และเป็นตลาดที่มีคู่แข่งดีเพราะความต้องการมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากสหรัฐอเมริกา โดยสามารถส่งเข้าได้ไม่จำกัดโควตา จนกระทั่งถึงปี 2534 และตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา การส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไปยังสหรัฐอเมริกาของไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับในปี 2532 มีการส่งออกเป็นมูลค่า 142 ล้านบาท เพิ่มจากในปี 2531 ซึ่งมีมูลค่า 106.5 ล้านบาท (ตารางที่ 3) และมีส่วนแบ่งด้านการส่งออกรวมของไทยคิดเป็นร้อยละ 15.51 ทั้งนี้ผ้าไหมจัดเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุด คือร้อยละ 91.55 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภท เน็คไท สลุท สเวตเตอร์ และที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ ชุดวิวาห์

### 3. สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอดในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากจากชาวเยอรมัน ซึ่งเป็นผู้ที่พิถีพิถันในเรื่องความสวยงาม และนิยมตกแต่งบ้านเรือนให้ทันสมัย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนใหญ่จะมีการนำเข้ามาจากอิตาลี ฝรั่งเศส สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ และสาธารณรัฐเกาหลี ส่วนการนำเข้าผ้าไหมจากไทยมีเพียงเล็กน้อย คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.41 ของมูลค่าผ้าไหมที่เยอรมันนำเข้าในปี 2531

อย่างไรก็ดี เยอรมันนับเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยมีการสั่งซื้อผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภท ผ้าม่าน ผ้ามคลุมเตียง ปลอกหมอน เสื้อผ้าสำเร็จรูป และของตกแต่งบ้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเป็นประจำแทบทุกปี เว้นแต่ในปี 2532 ซึ่งประเทศไทยได้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สูงขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยมีราคาแพงขึ้นมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ใหม่จากสาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย เยอรมันจึงได้ชะลอการสั่งซื้อจากประเทศไทยลงในช่วงครึ่งหลังของปี ส่งผลให้การสั่งซื้อจากไทยลดลงจากปี 2531 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 88.3 ล้านบาท เป็น 84.5 ล้านบาท ในปี 2532 (ตารางที่ 3)

ในอนาคตโอกาสที่ไทยจะขยายการส่งออกในตลาดเยอรมันยังมีอีกมาก เนื่องจากองค์การส่งเสริมการค้าของเยอรมัน ได้มีการส่งเสริมการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่จากประเทศไทย โดยกำหนดแผนการช่วยเหลือทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดให้แก่ประเทศไทย เป็นเวลา 3 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2532 จนถึงปี 2535 ซึ่งจะช่วยให้ไทยสามารถพัฒนาการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเยอรมัน รวมทั้งสามารถเข้าถึงตลาดได้ใกล้ขีดยิ่งขึ้น

#### 4. เนเธอร์แลนด์

ผ้าไหมเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติมาเป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษ เพราะอดีตชาวต่างชาติทำการเดินเรือและค้าขายกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ความนิยมได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ทำให้เนเธอร์แลนด์ซึ่งไม่สามารถผลิตผ้าไหมได้เองในประเทศ ต้องนำเข้าผ้าไหมเพื่อใช้บริโภคในประเทศประมาณสามในสี่ส่วนที่เหลือส่งต่อไปยังเบลเยียม สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน แคนาดา และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เป็นการนำเข้าจากอินเดีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส อิตาลี และไทย การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แต่รูปแบบการนำเข้าได้เปลี่ยนจากการนำเข้าผ้าไหมเป็นนำเข้าในรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภท เสื้อผ้าสำเร็จรูป เคหะสิ่งทอ เครื่องประกอบในการแต่งกาย และสิ่งทอเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยมีส่วนถือครองตลาดผลิตภัณฑ์ไหมในเนเธอร์แลนด์ไม่มากนัก คือ ในปี 2531 คิดเป็นร้อยละ 1.05 ของมูลค่าที่เนเธอร์แลนด์นำเข้า อย่างไรก็ตามการส่งออกของไทยไปเนเธอร์แลนด์ก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปีตามความต้องการของตลาด สำหรับในปี 2532 การส่งออกมีมูลค่าทั้งสิ้น 17.8 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2531 ซึ่งส่งออกเป็นมูลค่า 11.3 ล้านบาท (ตารางที่ 3) สินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภท เสื้อผ้าสำเร็จรูป ของขวัญ ของที่ระลึก ของเบ็ดเตล็ด และเครื่องทอจำพวกผ้าวม ปลอกหมอน และผ้าคลุมเตียง เป็นต้น โดยมีส่วนแบ่งการส่งออกสูงถึงร้อยละ 92.70 ในขณะที่ผ้าไหมมีการส่งออกลดลง คือมีส่วนแบ่งการส่งออกเพียงร้อยละ 7.30 เนื่องจากผ้าไหมของไทยยังมีการผลิตโดยใช้กรรมวิธีการสาวไหมด้วยมือ ทำให้ไม่สามารถทอผ้าได้ ขนาดความยาวตามความต้องการของผู้ใช้ได้ และเส้นไหมมีความเหนียวแน่นไม่พอ เมื่อเทียบกับการสาวไหมด้วยเครื่องจักรแบบสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบกับผ้าไหมไทยมีลักษณะเนื้อหาก็ไม่เหมาะสำหรับการนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่เหมาะที่จะนำไปใช้ในการทำเครื่องทอมากกว่า

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เป็นสินค้าที่มีช่องทางการขยายตัวได้เพิ่มขึ้นมากในตลาดเนเธอร์แลนด์ เพราะเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาษีและโควตาการนำเข้า เนื่องจากเป็นสินค้าที่เนเธอร์แลนด์ไม่สามารถผลิตได้เองในประเทศ ทั้งนี้ช่องทางการนำเข้าสู่ตลาดนี้ให้ได้ผล ควรใช้วิธีการติดต่อกับผู้นำเข้าโดยตรง รวมทั้งศึกษาถึงฤดูกาลจำหน่าย และความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดด้วย เพื่อที่จะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ อันจะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยเพิ่มมากขึ้นอีก

## 5. แคนาดา

แคนาดา เป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจของโลกอีกประเทศหนึ่งในบรรดาประเทศมหาอำนาจ มีฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคง ประชากรมีอำนาจการซื้อสูงจึงมีรสนิยมในการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าไหม ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมของชาวแคนาดามาก ทั้งนี้แคนาดาจะนำเข้าผ้าไหมจากแหล่งผลิตรายใหญ่ ๆ ของโลก เช่น อิตาลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮังการี สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และไทย เพื่อนำไปผลิตเป็นเสื้อผ้าไหมจำหน่ายในร้านค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีคุณภาพสูง และมีราคาค่อนข้างแพง แต่ก็สามารถจำหน่ายได้ดี นอกจากนี้ผ้าไหมที่แคนาดามีแนวโน้มนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอแล้ว ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทส่วนประกอบในการแต่งกาย ของใช้ตกแต่งบ้านเรือน กรอบรูปผ้าไหม และผ้าปูโต๊ะ ก็จัดเป็นสินค้าที่ชาวแคนาดามีความต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยไปแคนาดาเท่าที่ผ่านมายังมีมูลค่าไม่มากนัก โดยในปี 2531 ไทยมีส่วนถือครองตลาดแคนาดาเพียงร้อยละ 0.85 แต่การส่งออกก็มีแนวโน้มดีขึ้นทุกปี เนื่องจากมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันทางการเมือง และมีการส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐบาล ทำให้สินค้าไทยเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในแคนาดา โดยเฉพาะในปี 2532 การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก คือส่งออกเป็นมูลค่า 17.2 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2531 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 5.9 ล้านบาท (ตารางที่ 3 )

ผลิตภัณฑ์ไหมไทยยังมีช่องทางขยายตลาดในแคนาดาได้เพิ่มขึ้นอีกมาก หากมีการเผยแพร่ และมีการส่งเสริมการขายไปยังผู้นำเข้าในแคนาดามากขึ้น ทั้งนี้นอกจากจะเสนอขายในรูปผ้าไหมแก่ผู้นำเข้า และโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแคนาดาโดยตรงแล้ว ควรหาทางผลิตและจำหน่ายในรูปเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้มากขึ้น เพราะประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านกรีนดิ้ง อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแคนาดา โดยควรจะขอผลิตภายใต้ตราหือที่ได้รับความนิยมในแคนาดา เพื่อให้การขยายตลาดเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดอื่น ๆ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจ และช่วยในการขยายตลาดเพิ่มได้อีกทางหนึ่ง

#### 4. ตลาดอื่น ๆ

ที่สำคัญได้แก่ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เช่น สวีเดน เป็นต้น แนวโน้ม การขยายตัวด้านการส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ คาดว่ายังสามารถเพิ่มได้อีกเป็นอันมาก เนื่องจากตลาดเปิดกว้าง ไม่มีข้อจำกัดหรือกีดกันการนำเข้า ดังนั้นควรมีการพัฒนาคุณภาพ สินค้า และพยายามลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงจะได้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ อันจะ ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้มากขึ้น

#### คู่แข่ง

สำหรับคู่แข่งในตลาดต่างประเทศที่สำคัญคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และ อินเดีย ซึ่งการผลิตผ้าไหมของทั้งสองประเทศนี้ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของไทยมาก ทำให้สามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ตามผ้าไหมไทยก็มีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น และผ้าไหมไทยยังได้สิทธิพิเศษภาษี ศุลกากร โดยยกเว้นภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ในขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ ไม่ได้รับสิทธิพิเศษฯ ดังกล่าว ดังนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยยังมีช่องทางที่จะขยาย ตัวต่อไปได้อีก โดยเฉพาะในประเทศออสเตรเลียและบางประเทศในทวีปยุโรป เช่น เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอังกฤษ ซึ่งจะเป็ตลาดที่สำคัญในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวทางการลงทุนเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ผลิตภัณฑ์ไหม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ติดอุตสาหกรรม ที่มีการผลิตกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แนวทางการขยายตัวด้านปริมาณที่ผลิตได้ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการผลิตกันในหมู่บ้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว แต่โอกาสที่จะพัฒนาทางด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยังมีอยู่อีกมาก หากได้รับการพัฒนากันอย่างจริงจัง ดังนั้นการเพิ่มมูลค่าดังกล่าวจึงเป็นโอกาสของการขยายตัวทางอุตสาหกรรม

### ปัจจัยสนับสนุนการลงทุน

เนื่องจากแหล่งผลิตผ้าไหมที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะในระดับหมู่บ้าน ซึ่งจากการประมาณการถ้าหากชาวบ้าน 1 คน ทำงานเต็มที่จะสามารถทอผ้าได้ประมาณ 200 ตารางเมตรต่อเดือน ปัจจุบันมีหมู่บ้านที่ทอผ้าไหมอยู่กว่า 60 หมู่บ้าน ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีชาวบ้านที่ทอผ้าไหมเป็นประจำอยู่อย่างน้อยประมาณ 20-30 ครอบครัว ดังนั้นหากหมู่บ้านต่าง ๆ ที่มีฝีมือทางด้านทอผ้าไหมมีการทอผ้ากันอย่างจริงจังแล้ว จะสามารถมีกำลังการผลิตผ้าไหมในระดับหมู่บ้านไม่น้อยกว่า 240,000 ตารางเมตรต่อเดือน ซึ่งนับเป็นรายได้จำนวนมากสำหรับชาวบ้านจำนวนนับพันครัวเรือน การประมาณการนี้เป็นการประมาณการในแบบอนุรักษ์นิยม และยังไม่รวมกำลังการผลิตของกิจการผ้าไหมขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรมขนาดย่อม หรือร้านค้าต่างๆ อีกทั้งสภาวะการตลาดต่างประเทศ ซึ่งไหมไทยเป็นไหมที่มีลักษณะเฉพาะตัวเด่นชัด ถือเป็นงานหัตถกรรมที่กำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติมาก ดังนั้นการที่สภาวะการตลาดเป็นเช่นนี้ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมทอผ้าไหมของไทย โดยเฉพาะในระดับหมู่บ้าน และระดับธุรกิจขนาดย่อม ให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อให้สามารถส่งออกได้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ลักษณะของการลงทุน

เป็นการลงทุนเพื่อจัดระบบการผลิต การตลาด การพัฒนาการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องการการลงทุนไม่มากนัก และสามารถทำได้ในรูปกิจการขนาดย่อม และขนาดกลาง แต่อาศัยความรู้ความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ ต้องมีการลงทุนด้านอาคารโรงงานและสำนักงาน การจัดเครือข่ายของการผลิตในหมู่บ้านต่าง ๆ โดยให้ชาวบ้านในหมู่บ้าน เข้าเป็นสมาชิกของโรงงาน ลักษณะของการดำเนินงาน เริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศ แล้วจึงนำมาทดลองผลิตในโรงงาน เพื่อจัดทำมาตรฐานและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมาตรฐานและข้อกำหนดของผารผลิต เมื่อได้มาตรฐานและข้อกำหนดแล้ว จึงนำชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของโรงงานมาศึกษาการผลิต และข้อมูลต่าง ๆ แล้วจึงแจกจ่ายคำสั่งผลิตไปยังสมาชิกในหมู่บ้านต่าง ๆ ในราคาค่าจ้าง หรือราคารับซื้อกลับ ซึ่งเป็นราคาที่ตกลงกันภายใต้ข้อตกลงด้านคุณภาพ และกำหนดส่งงาน เมื่อสมาชิกรับงานไปผลิตแล้ว ทางโรงงานจะต้องจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกคอยตรวจสอบ และควบคุมการผลิต พร้อมทั้งคอยให้ความช่วยเหลือแก่สมาชิกที่มีปัญหา เมื่อผลิตเสร็จสมาชิกอาจรวมกันเป็นกลุ่ม เพื่อนำสินค้ามาส่งโรงงาน ซึ่งทางโรงงานอาจมีการผ่านกระบวนการผลิตต่ออีกขั้นหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรืออาจขายผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ไปยังตลาดส่งออกโดยตรง ในการลงทุนและดำเนินการในลักษณะนี้ผู้ลงทุนจะต้องมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการส่งออก การตลาดในตลาดต่างประเทศ มีความเข้าใจในกระบวนการผลิต การทอผ้าในระดับชาวบ้าน มีความซื่อสัตย์ไม่เอาัดเอาเปรียบ มีความรู้และเข้าใจในความเป็นอยู่ วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และสามารถเข้ากับชาวบ้านในท้องถิ่นได้ดี ซึ่งหากสามารถเริ่มต้นได้แล้วจะทำให้เกิดโอกาสที่จะขยายการค้าเนื้องานขึ้นไปผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความสำเร็จรูป ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้อีก เช่น เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป เน็คไท เครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## โอกาสทางการขยายตัวของ การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

แนวทางการลงทุนดังที่ได้กล่าวมาแล้วมีจุดมุ่งหมาย เพื่อที่จะพัฒนาการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐาน และสามารถส่งออกได้มากขึ้น ดังนั้น การลงทุนจึงเป็นเพื่อการขยายตัวของ การส่งออกโดยตรง ในอนาคตซึ่งจะเห็นได้ว่า ตลาดมีความต้องการผ้าไหมที่มีคุณภาพดี ดังนั้นผู้ผลิตต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ และความสม่ำเสมอของเส้นไหมดิบ และด้ายไหมที่ใช้ในการทอ รวมทั้งการลงทุนในด้าน การพิมพ์ และการออกแบบให้มีความทันสมัยทัดเทียมกับสินค้าในยุโรปตะวันตก ซึ่งจะช่วยให้มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ไหมไทยมากขึ้น สำหรับสู่ทางการขยายตัวของตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย พิจารณาได้จากสถานการณ์ส่งออกที่มีแนวโน้มขยายตัวมาตลอด

### ปัญหาและแนวทางแก้ไข

แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีความสวยงามเฉพาะตัวเพราะทอด้วยมือ ทำให้ได้รับความนิยมนอกจากชาวต่างประเทศมาก แต่การส่งออกผ้าไหมของไทยในช่วงที่ผ่านมา ก็ขยายตัวไปในอัตราที่ไม่สูงเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการทอผ้าไหมของไทย ต้องประสบปัญหาหลายประการทั้งในด้านการผลิตและการตลาด สำหรับปัญหาที่สำคัญ ๆ พอสรุปได้ดังนี้

### ปัญหาด้านการผลิต

1. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ในการจะทอผ้าไหมให้มีคุณภาพดีนั้น นอกจากจะขึ้นกับความชำนาญและความประณีตของผู้ทอแล้ว คุณภาพของวัตถุดิบคือเส้นไหมที่ใช้ทอก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะเส้นไหมพองนั้นแม้ว่าจะผลิตกันมาช้านานแล้ว แต่เนื่องจากเกษตรกรทำการผลิตในลักษณะอาชีพรอง จึงไม่ได้ทำกันอย่างจริงจังและละเอียดที่จะปรับ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับปรุงคุณภาพของผลผลิต อาทิเช่น มีการปลุกต้นหม่อนตามบริเวณรอบที่อยู่อาศัยในเนื้อที่ไม่  
 มากนัก และขาดการบำรุงดูแลเท่าที่ควร ขณะที่ใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ปลูกข้าวหรือพืชไร่ซึ่งทำ  
 เป็นอาชีพหลัก ซึ่งทำให้ขาดแคลนใบหม่อนซึ่งเป็นอาหารสำคัญของตัวไหม นอกจากนี้การ  
 สาวไหมพุงยังเป็นการสาวด้วยมือ และเป็นการผลิตกระจายไปตามครัวเรือนเกษตรกรเป็น  
 จำนวนมาก ซึ่งยากแก่การควบคุมคุณภาพทำให้เส้นไหมที่สาวได้มีปริมาณไม่แน่นอน และ  
 มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผู้ทอผ้าจะต้องคัดเลือกเส้นไหมก่อนนำไปทอ ซึ่งมักจะใช้ได้เพียง  
 ร้อยละ 70-80 จึงมีผู้ทอผ้าบางรายเริ่มหันมาใช้เส้นไหมพุงจากต่างประเทศที่มีคุณภาพดี  
 กว่ากันมากขึ้น เพราะทอสะดวกกว่า ซึ่งจะทำให้ผ้าไหมไทยที่มีความงามเป็นเอกลักษณ์  
 เฉพาะตัว เนื่องจากเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นเส้นพุงนั้น นับวันจะค่อยสูญหายไป  
 ที่สุด และเกษตรกรอีกจำนวนไม่น้อยที่จะต้องขาดรายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และ  
 สาวเส้นไหมไป

ปัญหาดังกล่าวนี้ควรจะได้เร่งดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้  
 เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยที่สืบทอดกันมาช้านานให้แพร่หลายต่อไป และก่อให้เกิด  
 การจ้างงานในแถบชนบทเป็นจำนวนมาก สำหรับการปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมพุงนี้  
 ควรเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากราชการ โดย  
 การค้นคว้าหาทั้งพันธุ์หม่อนและพันธุ์ไหม ที่มีความทนทานและให้ผลผลิตสูง ตลอดจนพัฒนา  
 เทคนิคในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสมัยใหม่ และแนะนำให้เกษตรกรนำไปใช้อย่างกว้าง  
 ขวาง ทั้งนี้เพื่อให้ได้รังไหมที่มีคุณภาพดีเหมาะแก่การสาวไหม ขณะเดียวกันก็ควรมีการ  
 พัฒนาในด้านการสาวไหมควบคู่ไปด้วย โดยแนะนำให้เกษตรกรนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามา  
 ใช้ เพื่อช่วยให้สามารถสาวไหมได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอขึ้น

2. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากการผลิตเส้นไหม ซึ่งต้องสาวด้วย  
 เครื่องจักรนั้น ยังเป็นเครื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทยอยู่หลายประการ โดยเฉพาะ  
 การขาดแคลนรังไหมที่มีคุณภาพดี ตลอดจนช่างที่มีความชำนาญและเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมัย ทำให้เส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมกับต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้ทอ ทางภาครัฐบาลจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศ โดยผู้นำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต้องซื้อเส้นไหมในประเทศชดเชยในราคาประกันที่กำหนดไว้ ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าของต่างประเทศ ทำให้ผู้ทอผ้าต้องรับภาระในการซื้อเส้นไหมคุณภาพดี ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศด้วยราคาที่สูงกว่าปกติ ต้นทุนของผ้าไหมที่ทอได้จึงสูงตามไปด้วย อันเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของผ้าไหมไทย

ดังนั้นแม้ว่าในระยะแรกนี้มาตรการคุ้มครองดังกล่าว ยังคงต้องดำรงต่อไป เพื่อที่จะให้อุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมยี่ห้อในต่างประเทศ ที่ได้รับการส่งเสริมมาตั้งแต่แรก สามารถอยู่รอดและขยายต่อไป แต่ในระยะเดียวกันทางราชการและผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในอันที่จะเร่งปรับปรุงการผลิตเส้นไหมยี่ห้อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับต่างประเทศ และสามารถลดต้นทุนการผลิตลง เมื่อถึงเวลานั้นมาตรการคุ้มครองดังกล่าวก็คงไม่มีความจำเป็นต่อไป และผู้ทอผ้าก็ไม่ต้องรับภาระต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดผ้าไหมไทยในต่างประเทศอีกต่อไป

3. ปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล มาตรการปรับปรุงระบบบริหารในด้านแรงงาน ทำให้ปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศขาดแคลน จึงมีการนำเส้นไหมจากต่างประเทศเข้ามาใช้ ทำให้คุณภาพผ้าไหมไทยลดลง ผู้ผลิตบางรายลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผ้าไหมที่ออกมามีคุณภาพต่ำ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมนี้ เริ่มจากควบคุมตั้งแต่การผลิตและใช้วัตถุดิบ คือ การคัดเลือกเส้นไหม การฟอก ย้อม ทอ และตกแต่งให้เหมาะสมกับสมัยนิยม แม้ว่าจะเป็นที่นิยมแล้วก็ตาม จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่สม่ำเสมอและคงทน ความ

แน่นอนของเนื้อผ้า ความวาวมันของผ้าไหมงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาด้านการตลาด

1. ขาดการศึกษาด้านการตลาดและหาตลาดสำหรับผ้าไหม ซึ่งหมายถึงตลาดต่างประเทศเป็นหลักใหญ่ โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกค้ามีแนวโน้ม จะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร วิธีค้าสินค้าผ้าไหมของไทยเราขึ้นกับการสั่งซื้อของผู้ซื้อ นอกจากนั้นก็เป็นตลาดที่รอผ้าซื้อปลีกคือนักท่องเที่ยว ซึ่งเข้ามาในประเทศแต่ละปี ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน

นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาดยังมีไม่เพียงพอ ได้แก่ การขนส่ง การจัดหีบห่อ ข้าราชการตลาดเกี่ยวกับราคาและหลักเกณฑ์ในการค้า ผู้ผลิตและผู้ค้าผ้าไหมยังขาดความรู้เรื่องเหล่านี้

2. ยังไม่มีการควบคุมคุณภาพของผ้าไหมที่จำหน่ายในประเทศ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดไว้อย่างเข้มงวด โดยผู้ค้าที่ไม่ซื่อสัตย์ จึงสร้างความสับสนให้แก่ลูกค้าโดยเฉพาะชาวต่างประเทศอยู่เสมอ เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อกลับไป ก็ทำให้เกิดความเสียหายแก่ส่วนรวมได้

ส่วนผ้าไหมไทยที่ส่งไปขายในตลาดต่างประเทศนั้น ต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้า แต่ก็ยังมีการลักลอบส่งออกไปโดยมิได้ผ่านการตรวจสอบ เสียก่อนอยู่บ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ได้มาตรฐาน เป็นการทำลายตลาดผ้าไหมไทย

3. ระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมการส่งออกที่เข้มงวดและล่าช้า แม้ว่าผ้าไหมไทยจะเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นงานที่ทำด้วยมือ ซึ่งมีความประณีตงดงาม แต่การส่งออกผ้าไหมในช่วงปีที่ผ่านมา ก็ไม่ได้ขยายตัวไปเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากระเบียบที่ควบคุมคุณภาพผ้าไหม เพื่อการส่งออกช่องทางราชการที่เข้มงวด โดยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และมีขั้นตอนซับซ้อน โดยเฉพาะขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐาน  
สินค้าตรวจสอบทุกรายการ ซึ่งยุ่งยากทั้งในการขนส่งสินค้าไปและกลับ ตลอดจนการซื้อสินค้า  
ออกมาตรวจสอบและเก็บเข้าที่เดิม ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการเพิ่มต้นทุน  
สินค้า ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดในต่างประเทศ

ระเบียบดังกล่าวนี้ได้ใช้มาเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่การผลิตและการส่งออก  
ยังอยู่ในวงจำกัด จึงควรที่ทางราชการจะได้ทบทวนระเบียบดังกล่าว เพื่อเร่งดำเนินการ  
แก้ไขปรับปรุง โดยพยายามลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลง เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการส่งออกผ้า  
ไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในปัจจุบันที่ได้ขยายตัวออกไปมากแล้ว ผู้ส่งออกผ้าไหมของไทยก็  
จะมีความคล่องตัวในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เป็นการส่งเสริมการส่งออก  
ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ให้ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว

4. ผ้าไหมไทยประสบกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดียและ  
สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลิตผ้าไหมออกจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ราคาผ้าไหมไทยสูง  
กว่าผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ เนื่องจากรัฐบาลต้องการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตไหม  
ยี่ในในประเทศ จึงกำหนดให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อเส้นไหมในประเทศในราคาและอัตราส่วน  
ที่ทางราชการกำหนด นอกจากนี้ราคาประเมินที่กรมศุลกากร เรียกเก็บภาษีจากผู้นำเข้าไหมยี่  
เข้าประเทศก็สูงกว่าราคาตลาดมาก ทำให้ผู้นำเข้ายังต้องเสียภาษีสูงชัน ซึ่งผู้นำเข้า  
จำเป็นต้องผลักภาระให้แก่โรงงานทอผ้าต่อไป มีผลทำให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อไหมยี่ภายใน  
ประเทศในราคาที่ทางราชการประกันไว้ แล้วยังต้องซื้อไหมยี่จากต่างประเทศในราคา  
สูงชันอีกด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตผ้าไหมสูงตามไปด้วย

5. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบของการเผยแพร่สินค้าในต่างประเทศ ในการผลิต  
ผ้าไหมของไทยนั้น ต้องผ่านกรรมวิธีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการใช้เส้นไหมที่สาวด้วยมือ  
เป็นเส้นไหมพุ่ง และการทอด้วยมือทำให้เนื้อผ้าที่ได้มีความงดงามเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะตัวของผ้าไหมที่ต่างจากประเทศอื่น ๆ และนับวันจะหาได้ยาก ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าที่สูงด้วยราคาและคุณค่า การเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศจึงต้องพินิจพิเคราะห์ให้เป็นที่สุดตาและตระหนักในคุณค่าของสินค้า ไม่ใช่การนำสินค้าไปวางขายตามดั้นให้ใคร ๆ เลือกหยิบต่อรองราคาได้ตามใจชอบในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่นที่ทำกันอยู่

ทางภาครัฐบาลและเอกชน ควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังในอันที่จะเผยแพร่ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการจัดแสดงสินค้าในลักษณะที่สะดุดตา และเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าจะได้สินค้าไหม ทั้งนี้เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่า อธิบายจะแสวงหาไว้เป็นของที่ระลึก แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่น ๆ ก็ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้คำถามที่มีการเตรียมเค้าโครงไว้ล่วงหน้าเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ จำนวน 6 แห่ง จากจำนวนบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยประมาณ 20 แห่ง

ผลการศึกษาในบทนี้จะประกอบด้วย 6 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนแรกเป็นลักษณะการดำเนินงานของบริษัท ส่วนที่สอง แนวทางหรือนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัททั้งที่ผ่านมาและในอนาคต ส่วนที่สาม ลักษณะหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ส่งออก ส่วนที่สี่ ปัญหาของการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่เกิดขึ้นกับบริษัท ส่วนที่ห้า ผลกระทบที่ได้รับจากปัญหารวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา และส่วนที่หกทัศนคติของตลาดต่างประเทศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไหมไทย โดยที่แต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

#### ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ปัจจุบันลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจะเป็นไปในรูปแบบที่เป็นผู้ผลิต ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และผู้ส่งออก สินค้าผลิตภัณฑ์ไหม โดยที่บริษัทที่เป็นผู้ผลิตจะมีการผลิตแบบครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่นำไข่ไหมมาเลี้ยงเป็นตัวและสาวเส้นไหมจากรังไหมมาทำการฟอก สาวเป็นเส้นไหมสำหรับการทอเป็นผ้าผืนได้จากผ้าที่ทอเป็นผืนจะนำมาทำการย้อมเป็นสีหรือพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายในรูปแบบลักษณะต่าง ๆ บริษัทที่มีการดำเนินงานลักษณะนี้ ได้แก่ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) ส่วนบริษัทที่เป็นผู้ผลิตในลักษณะที่มีเฉพาะโรงทอผ้าไหม โดยบริษัทจะส่งโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซื้อวัตถุดิบ (เส้นไหม) จากพ่อค้าคนกลาง ทั้งที่เป็นเส้นไหมจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือเส้นไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แล้วนำมาทอเป็นผ้าผืนและทำการย้อมสี หรือ พิมพ์ลวดลายต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายต่อไป ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรุงไหมไทย นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่เป็นผู้ผลิตโดยมีโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า และผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่ทำจาก ผ้าไหม ได้แก่ บริษัทชนิษฐา จำกัด บริษัทนารายณ์ จำกัด บริษัทวิคตอเรียไหม จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทงเส็ง เป็นต้น บริษัทเหล่านี้จะรับซื้อผ้าไหมที่มีการทอเป็นผ้าผืนเสร็จเรียบร้อยแล้ว จากพ่อค้าคนกลาง และโรงทอทั้งในกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัด แล้วนำผ้าไหมที่รับซื้อมาไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ผ้าเช็ดหน้า ผ้าพันคอ เป็นต้น

#### แนวทางหรือนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและการขยายตลาดต่างประเทศ

โดยทั่วไปแนวทางหรือนโยบายการส่งออกของผู้ประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยส่วนใหญ่ จะมีการดำเนินงานด้านการส่งออกเป็นเวลานานมากกว่า 10 ปีมาแล้ว โดยเปิดเป็นร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมไทย ในลักษณะเป็นการขายปลีกก่อนในระยะแรก ต่อมาเมื่อสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ประกอบกับบริษัทเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้น จึงได้มีการขยายตัวโดยเปิดร้านสาขาขึ้นตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าที่สนใจได้มีโอกาสเลือกชมสินค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการเปิดร้านสาขาในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา และประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป เป็นต้น และยังมีการดำเนินงานผ่านตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศ โดยที่ตัวแทนที่จะได้รับการแต่งตั้ง ต้องมีความสามารถในการจำหน่ายสินค้า ให้ได้ยอดขายตามข้อสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้เท่านั้น การดำเนินงานเช่นนี้ เพื่อให้การติดต่อกันระหว่างบริษัทกับลูกค้าในต่างประเทศ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

บริษัทที่ดำเนินการได้ผลสำเร็จมาแล้ว ได้แก่ บริษัทชนิษฐา จำกัด บริษัทอุตสาหกรรม-โยชนด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน)

เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศสูงขึ้นจากเดิมมาก บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยเหล่านี้จึงต้องมีแนวทางหรือนโยบายในการขยายตลาดต่างประเทศให้สามารถรักษาระดับลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงไว้และหาลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการขยายตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด แนวทางหรือนโยบายในการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัทต่าง ๆ พอจะสรุปได้เป็น 3 วิธี ดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และมั่นคงกับลูกค้าเก่า

2. หาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ด้วยวิธีดังนี้

2.1 หาลูกค้าโดยตรง โดยผู้บริหารการตลาดของบริษัทจะเดินทางไปพบลูกค้าในต่างประเทศเอง หรือบริษัทนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าที่จัดแสดงขึ้นในประเทศต่าง ๆ

2.2 หาลูกค้าโดยผ่านสาขา หรือตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ

2.3 หาลูกค้าโดยบริษัทสมัครเป็นสมาชิกของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก สมาคมไหมไทย เป็นต้น หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้จะทำการพิมพ์รายชื่อ ที่อยู่ และรายละเอียดต่าง ๆ ของบริษัทสมาชิก แล้วส่งไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในต่างประเทศ เช่น หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ สถานทูต โรงแรม เป็นต้น เพื่อเป็นการแนะนำและเผยแพร่ชื่อเสียงของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้เฉพาะในวงแคบเพื่อความสะดวกเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
3. ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ หรือออกแบบสินค้าใหม่

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ลักษณะหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ส่งออก

1. ผลิตภัณฑ์ไหมประเภทผ้าผืนทั้งผ้าสีพื้น และพิมพ์ลวดลาย บริษัทที่ส่งออก ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้แก่ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) ห้างหุ้นส่วนจำกัด จรุงไหมไทย บริษัทนารายณ์ จำกัด เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์ไหมประเภทสินค้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า รองเท้า กล้องใส่เครื่องประดับ เป็นต้น มีบริษัทที่ส่งออก ได้แก่ บริษัทนิษฐา จำกัด บริษัทวิศุคต่อเรือไหม จำกัด บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทงเส็ง บริษัทนารายณ์ จำกัด เป็นต้น

### ปัญหาของการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ส่วนใหญ่จะประสบปัญหา ดังนี้

#### 1. ปัญหาด้านการผลิต

1.1 วัตถุดิบ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และการจัดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูง ในขณะที่บริษัทต้องการรักษาคุณภาพสินค้าไว้ จึงต้องรับภาระต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ไม่สามารถต่อสู้กับผู้ผลิตรายอื่น ได้อย่างเต็มที่

1.2 ต้นทุนการผลิต เนื่องจากปัญหาวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่ม

ขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากต้นทุนวัตถุดิบแล้วยังมีต้นทุนด้านค่าจ้างแรงงาน การทอผ้าไหม ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบอื่น ๆ เป็นงานที่ต้องอาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญของผู้ก่อตั้งนั้นจึงมีการจ้างคนงานด้วยค่าแรงงานที่สูง

1.3 กำลังการผลิต เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรม ซึ่งกระบวนการผลิตส่วนใหญ่เป็นการใช้ฝีมือคนทำ ต้องใช้เวลานาน จึงทำให้บริษัทที่กำลังการผลิตที่ค่อนข้างจำกัด เช่น บริษัทชนิษฐา 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 น้ำมัน เหงื่อไคลของผู้ทอ ทำให้ผ้าสกปรกมีรอยด่างก็จะต้องทำการสาวทิ้งและทอชิ้นใหม่ซึ่งในกรณีเช่นนี้ก็จะทำให้มีต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นและต้องใช้เวลาในการผลิตมากขึ้น

1.5 รูปแบบของสินค้าบริษัทจะต้องมีการพัฒนารูปแบบสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น การออกแบบสินค้าชนิดใหม่อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ออกแบบชุดเสื้อผ้าแฟชั่นอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เป็นต้น ทำให้บริษัทต้องการบุคลากรที่มีความสามารถทางด้าน การออกแบบมากขึ้น

## 2. ปัญหาด้านการตลาด

2.1 ลูกค้าในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันกัน โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามบริษัทที่มีการดำเนินงานมานานย่อมเป็นที่ได้เปรียบมากกว่านั้น เนื่องจากมีลูกค้าเก่าแก่โยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีการติดต่อซื้อขายสินค้ามาเป็นเวลานานและยังคงมีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอในปัจจุบัน เพราะลูกค้าเหล่านี้มีความเชื่อถือและไว้วางใจในคุณภาพของสินค้า

2.2 คู่แข่งทางการตลาด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไหมไทยมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีคุณภาพสินค้าและราคาปานกลางซึ่งผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมประเทศต่าง ๆ ของโลก มีการผลิตที่แตกต่างไปจากสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างในด้านคุณภาพ รูปแบบ และราคา ดังนั้นจึงไม่นับว่าเป็นคู่แข่งกัน เช่น ผ้าไหมของญี่ปุ่น จะมีความนุ่มนวล เนื้อผ้าเรียบไม่มีปมปม เนื่องจากเป็นการทอด้วยเครื่องจักร มีคุณภาพดีมาก จึงทำให้มีราคาแพงมาก ส่วนผ้าไหมของจีน และอินเดีย เป็นผ้าไหมที่มีราคาถูก เพราะคุณภาพสินค้าค่อนข้างต่ำ เป็นต้น

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้ามีความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น โดยที่การติดต่อส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยี โทรสารหรือแฟกซ์ และโทรศัพท์ ทำให้แต่ละบริษัทต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารเหล่านี้ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของบริษัท นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดอื่น ๆ เช่น การขนส่งสินค้า การบรรจุหีบห่อ ก็มีอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ไหมที่มีน้ำหนักไม่มาก และขนาดไม่ใหญ่โตนัก

2.4 ข่าวสารทางการตลาด บริษัทส่วนใหญ่จะมีผู้บริหารการตลาดและนักออกแบบที่เชี่ยวชาญ ซึ่งทำหน้าที่ในการติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดด้วยการเดินทางไปดูงานในต่างประเทศบ่อย ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของแฟชั่นใหม่ ๆ ความต้องการสินค้าของลูกค้า เป็นต้น ประกอบกับบริษัทส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจใน

แวดวงที่ไม่เป็นอิสระที่สงวนไว้สำหรับบรรดาผู้ขายเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันไปตลาดใช้ไม่ได้ โยชน์ด้านการค้า  
 ว่างการนี้ มาเป็นเวลานานจึงทำให้สามารถคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของตลาดได้  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นอย่างดี

2.5 ข้อกำหนดหรือข้อจำกัดทางการค้า ประเทศลูกค้าไม่มีข้อจำกัดในการสั่งสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าประเทศ จึงสามารถนำเข้าได้ตามต้องการ แต่ในบางประเทศผลิตภัณฑ์ใหม่จัดเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ซึ่งทำให้ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่สูง ส่งผลให้สินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่มีราคาค่อนข้างแพง

### 3. ปัญหาด้านราคา

3.1 การกำหนดราคาสินค้า บริษัทส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาสินค้าตามราคาตลาด ที่มีความเหมาะสม ไม่สูงและไม่ต่ำเกินไป แต่ก็มีบางบริษัทที่มีการผลิตสินค้าในรูปแบบที่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ก็จะมีการกำหนดราคาตามต้นทุนการผลิต เช่น บริษัทชนิษฐา จำกัด จะผลิตเสื้อผ้าที่มีความหรูหราและเป็นแฟชั่นมาก จึงมีราคาแพง นอกจากนี้ยังมีลูกค้าต่างประเทศที่มีความต้องการให้ผลิตสินค้าในรูปแบบอื่น และใช้ตราชื่อ (BRAND NAME) ของตนเอง ลักษณะนี้บริษัทก็สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าปกติ เนื่องจากการผลิตที่แตกต่างไปจากการผลิตสินค้าปกติทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า

3.2 การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า เนื่องจากการกำหนดราคาสินค้าต้องคำนึงต้นทุนการผลิต ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงราคาจึงขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตด้วย แต่ในกรณีบริษัทใหญ่ ๆ เช่น บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) จะมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับราคาสินค้าปีละครั้ง โดยบริษัทจะแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

### 4. ปัญหาขั้นตอนในการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งระเบียบวิธีการของทางราชการฯทำเนื่องจากหน่วยงานของทางเอกชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราชการมีกฎเกณฑ์ และเงื่อนไขในการส่งออกยุ่งยากมากมาย เช่น งานด้านเอกสารเกี่ยวกับการส่งสินค้าออก การตรวจมาตรฐานสินค้า การผ่านพิธีการศุลกากร เป็นต้น ทำให้เสียเวลา และเสียค่าใช้จ่ายในการส่งออกมากขึ้นโดยไม่จำเป็น ดังนั้นบางบริษัทจึงนิยมใช้บริการการขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออกของบริษัทเอกชน ประเภท AIR CARCO SHIPPING โดยต้องเสียค่าบริการและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้กับบริษัทที่รับบริการเหล่านี้

4.2 ค่าใช้จ่าย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยจัดเป็นสินค้าแฟชั่น ซึ่งต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ การจัดส่งสินค้าจึงต้องใช้ความเร็ว ส่วนใหญ่จึงต้องส่งสินค้าทางอากาศ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการส่งออกสูง และยังต้องมีการประกันการสูญหายและความเสียหายของสินค้าด้วย ซึ่งบางครั้งค่าประกันภัยนี้ เป็นภาระที่บริษัทจะต้องจ่าย

4.3 ความสะดวกรวดเร็ว สาเหตุของความล่าช้าของการส่งออกสินค้า คือ ความไม่สะดวกในการส่งออก เนื่องจากขั้นตอนและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการ

#### ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการค้า เนื้องานของบริษัทและแนวทางการแก้ไข

จากผลการศึกษาในส่วนที่เป็นปัญหาของการส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย จะเห็นได้ว่า การประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของไทยมีปัญหาในด้านต่าง ๆ มากมาย แต่ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการค้า เนื้องานของแต่ละบริษัทอย่างมาก คือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ด้านค่าใช้จ่าย และขั้นตอนการส่งออก ดังนั้นบริษัทฯจึงมีแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนี้

#### 1. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากวัตถุดิบ (เส้นไหม) ภายในประเทศมีคุณภาพต่ำ และ

เลือกสรรเส้นไหมเอกสารที่ส่งมอบไว้แล้ว อันเนื่องมาจากงานเพื่อและสืบจากงานนี้ ซึ่งมีความจำเป็นในการค้า ความไม่แน่นอนของผู้ขายวัตถุดิบให้กับบริษัทฯ บริษัทฯจึงแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุนเพื่อผลิตวัตถุดิบขึ้นใช้ แต่การดำเนินการแก้ไขในลักษณะนี้จะสามารถประสบความสำเร็จได้เฉพาะในกรณีที่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีเงินลงทุนมาก ๆ เท่านั้น อย่างเช่น บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (จิมทอมป์สัน) สำหรับบริษัทที่มีขนาดกลางถึงขนาดเล็กก็ดำเนินการได้เพียงรับซื้อวัตถุดิบจากพ่อค้าคนกลาง ที่ทำการติดต่อซื้อขายกันมาเป็นเวลานาน มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน แล้วบริษัทจึงนำวัตถุดิบนั้นมาทำการทอในโรงทอของตนเอง และนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าและผลิตสินค้าของตนเอง

2. ปัญหาค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และการเสียเวลาในการติดต่อกับหน่วยงานของราชการ ทำให้บริษัทจำเป็นต้องขอความร่วมมือ และร่วมกันเจรจากับหน่วยงานของทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกนั้น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากปัญหาอื่นอีก เช่น การขาดแคลนคนงาน โดยเฉพาะคนงานในโรงทอ และโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า และผลิตสินค้าอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานแล้ว ทำให้กำลังการผลิตสินค้าของบริษัทค่อนข้างจำกัด เนื่องจากคนงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมักจะกลับไปช่วยครอบครัวทำงานเมื่อถึงฤดูทำนา ทำให้โรงงานขาดแรงแคลนคนงาน บริษัทฯจึงต้องเพิ่มค่าจ้างให้กับคนงานและรับสมัครคนงานใหม่ให้เข้ามาทำงานอยู่เสมอ

#### ทัศนคติของตลาดต่างประเทศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไหมไทย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ไหมไทยได้กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในตลาดโลก เนื่องจากความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งคุณภาพ และราคาของสินค้าที่เหมาะสม ซึ่งนับเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรมที่สามารถก้าวเข้าสู่ตลาดโลกได้ และมีอนาคตที่จะดำเนินต่อไปได้ดีในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เริ่มดำเนินกิจการมาเป็นเวลานานแล้ว โดยประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต และการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมอย่างกว้างขวาง ในลักษณะ เป็นผู้ผลิตแบบครบวงจร โดยมีการผลิตเส้นไหม สาวไหม ทอผ้าไหม ซ้อมสีหรือพิมพ์ลวดลาย และนำออกจำหน่ายทั้งในรูปแบบที่เป็นผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตที่มีการดำเนินงานในลักษณะที่มีเฉพาะโรงทอ หรือโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ จากพ่อค้าคนกลางทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด แล้วผลิตสินค้าต่าง ๆ ออกจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ แนวทางหรือนโยบายในการขยายตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มการส่งสินค้าออกเพิ่มมากขึ้น คือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมั่นคงกับลูกค้า หาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น โดยผู้บริหารการตลาดของบริษัท เดินทางไปพบลูกค้าในต่างประเทศเอง นำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นตามประเทศต่าง ๆ และหาลูกค้าโดยผ่านร้านสาขาหรือตัวแทนของบริษัท หรือเป็นสมาชิกของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก เพื่อช่วยในการเผยแพร่สินค้าและชื่อเสียงของบริษัท นอกจากนี้การผลิตสินค้าหรือการออกแบบสินค้าใหม่ ก็เป็นนโยบายการขยายตลาดอย่างหนึ่งของบริษัท สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหม เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าผลิตภัณฑ์ไหมไทยจะได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศมาก และยังมีโอกาสด้านการตลาดส่งออกสูง แต่การดำเนินธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยยังประสบปัญหาต่าง ๆ หลายประการ ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด

ผู้คิดค้นนี้เป็นบุคลากรที่รับราชการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการผลิต เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ คือ เส้นไหมที่ผลิตได้ภายในประเทศ มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานตามความต้องการสู่เส้นไหมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไม่ได้ และมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ จากการขาดแคลนวัตถุดิบนี้ จึงต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ประกอบกับการขาดแคลนคนงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการผลิตสินค้า ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการ เมื่อขาดแคลนคนงานผู้ประกอบการจึงต้องเพิ่มค่าจ้างให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการชักจูงให้คนงานสนใจทำงานต่อไป ฉะนั้นปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบคนงานจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มต้นทุนการผลิตและส่งผลต่อการกำหนดราคาสินค้า นอกจากนี้ปัญหาการควบคุมคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะยึดถือหลัก คุณภาพสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นจึงทำให้การดำเนินในกระบวนการผลิตสินค้าเป็นไปอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาดในเรื่องคุณภาพขึ้นและเพื่อเป็นการประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และวัตถุดิบอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหารูปแบบสินค้าที่ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีคุณภาพดี ทันสมัย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

ปัญหาด้านการตลาด ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อธุรกิจการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยโดยตรง คือ ปัญหาเรื่องเงื่อนไข กฎเกณฑ์ และระเบียบควบคุมการส่งออกที่มีความเข้มงวด ยุ่งยากและซับซ้อนของหน่วยงานราชการ ซึ่งทำให้เกิดความล่าช้า และเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะในขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าตรวจทักรายการ

### ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในอนาคตตลาดมีความต้องการผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพดี ดังนั้นสำหรับผู้ผลิตในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมดิบ และด้ายไหมที่ใช้ในการทอ ให้มีความเหนียว เส้นยาว และมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานเช่นเดียวกับเส้นไหมดิบและด้ายไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ผู้ผลิตจะต้องได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐบาล โดยที่รัฐบาลควรเริ่มให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ด้วยการพยายามศึกษาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนหาวิธีการแก้ไข ควรมีการจัดทำนโยบายการพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมด้วยพันธุ์ไหมที่ให้ผลผลิตที่ดีทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตเส้นไหมในลักษณะที่ต่อเนื่องครบวงจร ตลอดจนมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อขจัดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นอีก ทั้งนี้เพราะการพัฒนาการผลิตไหมดิบเพื่อใช้ในประเทศยังเป็นเป้าหมายที่สำคัญอย่างยิ่งในการแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตอื่นที่สำคัญของโลก เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอนาคตเมื่อมีการรวมจีนกับเกาะฮ่องกงเข้าด้วยกันในปี.ศ. 2540 ซึ่งจะทำให้มีการแลกเปลี่ยนความชำนาญในการผลิตผ้าไหมของจีน และเทคโนโลยีต่าง ๆ ของฮ่องกง เพื่อผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพสูง และตามแบบสมัยนิยม ซึ่งจะเป็นปัญหาในด้านการแข่งขันกับไทยในอนาคต เนื่องจากลักษณะเฉพาะของไทยที่มีความแตกต่างจากไหมของจีนและอินเดีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตสำคัญและครองตลาดอยู่ ผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงไม่สามารถเข้าแทนที่ตลาดของประเทศทั้งสองนี้ได้เต็มที่นัก

นอกจากนี้การลงทุนในด้านการพิมพ์ทั้งในเรื่องสี ลวดลาย ความคงทน และการออกแบบสินค้าชนิดใหม่ ๆ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และมีความทันสมัยทัดเทียมกับการผลิตผ้าไหมในประเทศยุโรปตะวันตก ซึ่งจะช่วยให้มีตลาดรองรับไหมไทยมากขึ้น ด้านการตลาดส่งออกไหมไทยที่มีลู่ทางการขยายตัวและมีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นเป็นลำดับแต่

เนื่องจากลักษณะเฉพาะของผ้าไหมไทยมีความแตกต่างจากผ้าไหมของประเทศผู้ผลิตรายอื่น โยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย ผ้าไหมไทยจึงไม่สามารถที่จะเข้าแทนที่ตลาดของประเทศทั้งสองได้เต็มที่ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยจึงควรมีการพัฒนาและศึกษารายละเอียดของตลาดแต่ละประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดประเทศที่สำคัญในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป

### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตลาดผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่สำคัญ

1. ตลาดญี่ปุ่น สำหรับตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สำคัญของโลก มีแนวโน้มนำเข้าผ้าไหมจากไทยในอัตราที่สูง ทั้งนี้คาดว่า เป็นผลมาจากคุณภาพของผ้าไหมไทยที่แตกต่างจากสาธารณรัฐประชาชนจีน แม้ว่าผ้าไหมของสาธารณรัฐประชาชนจีนราคาถูกกว่า โดยเปรียบเทียบกับราคาผ้าไหมของไทยก็ตาม ประกอบกับผลของงานแสดงสินค้าประเภท Home Textile ที่ไทยแสดงสินค้าประเภทผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมออกแสดงด้วย ซึ่งปรากฏว่าได้รับความสนใจและสั่งซื้อจากผู้นำเข้าของญี่ปุ่นพอสมควร แต่สู่ทางการขยายการส่งออกผ้าไหมไทยไปญี่ปุ่นควรพิจารณาถึงความต้องการของตลาดญี่ปุ่นด้วย เนื่องจากส่วนหนึ่งญี่ปุ่นนำเข้าผ้าไหมไปเพื่อใช้ภายในประเทศ เป็นการทดแทนผ้าไหมคุณภาพดีและราคาสูงที่ญี่ปุ่นผลิตเพื่อส่งออก และส่วนหนึ่งเพื่อนำไปผลิตต่อและส่งออกต่อ (RE-export) ไปยังประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตามก็ดี สำหรับตลาดญี่ปุ่นในขณะนี้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมยังมีความต้องการสูง แต่ทั้งนี้ราคาและคุณภาพมีผลอย่างมากต่อการนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของญี่ปุ่น

2. ตลาดสหรัฐอเมริกา สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมรายใหญ่ของไทย เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีความต้องการสูง ผลิตภัณฑ์ไหมที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ไหมที่ราคาต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป จากฮ่องกง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับพิจารณาในวงประชุมเพื่อขอความเห็นชอบในการดำเนินโครงการค้า  
เกาหลีใต้และไทย เป็นต้น ความนิยมของตลาดสหรัฐอเมริกากำลังหันไปสู่การใช้ไหมใน  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะเส้นใยผสม เพื่อผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากความได้เปรียบของสินค้าไหมและไหมผสมที่ไม่ต้องเสียภาษีเมื่อเทียบกับเส้นใยสิ่งทออื่น ๆ ทำให้สหรัฐอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์ไหมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3. ตลาดกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ตลาดกลุ่มนี้มีแนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่ขยายตัวสูงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะประเทศเบลเยียม สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อังกฤษ และฝรั่งเศส เป็นต้น ตลาดกลุ่มนี้จะเป็นการนำเข้าเพื่อใช้ภายในประเทศ และส่วนหนึ่งเพื่อผลิตต่อเป็นผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพสูงตามแบบสมัยนิยม และมีราคาแพง เพื่อส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรปด้วยกัน ดังนั้นตลาดในกลุ่มนี้ความต้องการผ้าไหมจะขยายตัวตามสภาวะเศรษฐกิจ และราคาที่ต่ำลงจะมีผลจูงใจต่อกลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่ำมากขึ้น อย่างไรก็ตามการที่ประเทศอิตาลี อังกฤษ และฝรั่งเศส จำกัดปริมาณนำเข้าผ้าไหมจากจีน จะมีผลให้บางส่วนสนใจนำเข้าผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้นได้ แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงลักษณะที่สำคัญของตลาดที่มีความต้องการผ้าไหมคุณภาพดีด้วย

ถึงแม้ว่าโอกาสทางการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมของไทยได้เพิ่มสูงขึ้นแต่ถ้าหากผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย ประสบปัญหาทั้งทางการผลิต และการตลาด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 4 ประกอบกับการปรับราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยให้สูงขึ้นในปี 2533 ก็อาจจะทำให้ตลาดต่างประเทศชะลอการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ไหมไทยจากไทยได้ ดังเช่นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันและประเทศอื่น ๆ ได้ทำการชะลอการสั่งซื้อไปแล้ว ดังนั้นจึงควรมีการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทยสามารถดำเนินงานต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2531. "การส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมไทย". ผู้ส่งออก . ปีที่ 1.

ฉบับที่ 17 (เมษายน 2531). หน้า 24-25.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2532. "โอกาสตลาดโลก". ผู้ส่งออก . ปีที่ 3. ฉบับที่ 55

(พฤศจิกายน 2532). หน้า 190.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2533. "ผ้าไหมไทยอนาคตแจ่มใสทั้งตลาดภายในและนอก-  
ประเทศ". ผู้ส่งออก . ปีที่ 3. ฉบับที่ 71 (กรกฎาคม 2533). หน้า 9.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2534. "ชุด紗กรรมส่งออกอีสาน". ผู้ส่งออก . ปีที่ 4.

ฉบับที่ 84 (กุมภาพันธ์ 2534). หน้า 34-39.

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2530. ข่าวเศรษฐกิจการพาณิชย์.

กรุงเทพมหานคร. (อัคราเนาว)

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2531. ข่าวเศรษฐกิจการพาณิชย์.

กรุงเทพมหานคร. (อัคราเนาว)

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2533. รายงานผลการศึกษาวิจัยไหมและผลิตภัณฑ์ไหม .

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2533. "ตลาดไหมไทยในญี่ปุ่นขยายตัวจนเป็นอันดับหนึ่ง".

ข่าวเศรษฐกิจการพาณิชย์ . (8 พฤศจิกายน 2533). (โรเนียว)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2533. "ตลาดนอกนิคมไหมไทย ส่งออกเพิ่มมากกว่าครึ่ง".

ข่าวเศรษฐกิจการพาณิชย์. (15 พฤศจิกายน 2533). (โรเนียว)

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2529. หัตถกรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: สยามบรรณ-  
การพิมพ์.

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2533. "ผ้าไหมไทย : สินค้าส่งออกที่น่าสนใจ".

สรุปข่าวธุรกิจ. 21,2(16-31 มกราคม 2533)

จินทนาทิพ วชิระสมบูรณ์. 2517. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะนุช ชูปถมพงษ์. 2531. การวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไหมไทยเพื่อการส่งออก.

กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร-  
ลาดกระบัง.

มนตรี เคนฟู้ง. 2533. ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร-  
ลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก.

มาตรการดำเนินงานของรัฐบาล

รัฐบาลได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริม และช่วยเหลือแก่เกษตรกรผู้ปลูกหม่อน เลี้ยงไหมในประเทศ โดยดำเนินมาตรการด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่

1. มาตรการด้านการผลิต

1.1 สนับสนุนและส่งเสริมด้านการผลิต โดยกำหนดโครงการที่จะส่งเสริมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 3 เป็นต้นมา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการผลิตไหมที่มีคุณภาพดี ส่งเสริมการจ้างงาน และเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร

1.2 รัฐบาลสนับสนุนเรื่องปัจจัยการผลิตแก่เกษตรกร โดยเฉพาะใช้ไหมและพันธุ์หม่อน โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำการผลิตใช้ไหมพันธุ์ต่าง ๆ และหม่อนพันธุ์ดีแจกจ่าย และจำหน่ายแก่เกษตรกรในราคาถูกลง พร้อมทั้งแนะนำและถ่ายทอดความรู้ เรื่องการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม และอื่น ๆ แก่เกษตรกรเพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงไหม

2. มาตรการด้านการส่งเสริมการลงทุน

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้การส่งเสริมกิจการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

- ขนาด ต้องมีเนื้อที่เพาะปลูกรวมกัน ไม่น้อยกว่า 100 ไร่
- การผลิตไหมต้องมีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท  
ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน

## 2.2 การสาวไหมและหรือตีเกล็ดวเส้นไหม

- ขนาด ต้องมีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาท ไม่  
รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน

## 3. มาตรการด้านการตลาด

### 3.1 การส่งออก

(1) กำหนดให้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้ามาตรฐาน  
ที่ให้ผู้ส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปจำหน่ายต่างประเทศ ต้องผ่านการตรวจสอบ  
มาตรฐานสินค้าจากสำนักงานมาตรฐานสินค้าตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลัก  
เกณฑ์และวิธีการในการจัดให้มีการตรวจสอบและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและ  
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2532 ทั้งนี้เพื่อให้ผ้าไหมและผลิต  
ภัณฑ์ผ้าไหมไทยเป็นที่นิยมและมีคุณภาพที่เ็น่าเชื่อถือได้ เพื่อรักษาตลาดต่างประเทศไว้

(2) รัฐบาลโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมมือกับ  
หน่วยงานเอกชน เช่น สมาคมไหมไทย เป็นต้น ในการส่งเสริมและเผยแพร่สินค้าไหม  
ไทย โดยการจัดทำภาพยนตร์ส่งเสริมสินค้าไหมไทย ทั้งภาคภาษาไทย อังกฤษ และฝรั่งเศส  
และส่งเสริมให้บริษัทร้านค้าต่าง ๆ ได้มีโอกาสเข้าร่วมแสดงสินค้าเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ไหม

ในต่างประเทศ สารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2 การนำเข้า

(1) กำหนดให้ผ้าไหมที่ทอเป็นผ้าผืน ผ้าพับและผ้าม้วน ที่มีไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป เป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายควบคุมการนำเข้า ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 28 ลงวันที่ 28 มีนาคม 2505 ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนและเลี้ยงไหมในประเทศ โดยจะอนุญาตให้นำเข้าได้ เว้นแต่ผ้าไหมที่เหมาะสมในการย้อมมะเกลือ และนำเข้าเพื่อย้อมมะเกลือเท่านั้น

(2) กระทรวงพาณิชย์ ได้มีประกาศฉบับที่ 79 เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2519 ห้ามมิให้นำเส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียว และเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับใช้ทอผ้าไหมเข้ามาในราชอาณาจักร เว้นแต่จะได้รับหนังสืออนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนและคุ้มครองผู้ผลิตเส้นไหมในประเทศ

## 4. มาตรการด้านภาษี

### 4.1 การส่งออก

- เส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียว และเส้นไหมสำเร็จรูป เร็ยกเก็บอากรขาออกกิโลกรัมละ 100 บาท

### 4.2 การนำเข้า

- รังไหมที่โสร้าวออกได้ เร็ยกเก็บอากรขาเข้าร้อยละ 10
- เส้นไหมดิบที่ยังมิได้ตีเกลียว เร็ยกเก็บอากรขาเข้าร้อยละ 10
- เส้นไหมสำเร็จรูป เร็ยกเก็บอากรขาเข้าร้อยละ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ข.

## ประกาศกระทรวงพาณิชย์

เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดให้มีการตรวจสอบและ  
การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

(ฉบับที่ 3)

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติ  
มาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าออก  
(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการ  
มาตรฐานสินค้า ออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการใน  
การจัดให้มีการตรวจสอบและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ลง  
วันที่ 16 ธันวาคม 2523 และประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการใน  
การจัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่  
20 มีนาคม 2524

ข้อ 2. ให้ผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจัด  
ให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าตามหลักเกณฑ์และวิธีการ ดังนี้

2.1 นำผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะจัดให้มีการตรวจสอบไปให้ตรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ในวงกว้าง  
สอบ ณ สถานที่ทำการของสำนักงานมาตรฐานสินค้าหรือสำนักงานสาขาหรือสถานที่ทำการ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ในวันและเวลาทำการ

ในกรณีที่ประสงค์จะจัดให้มีการตรวจสอบนอกสถานที่ทำการหรือนอกเวลาทำการดังกล่าวมาบรรทัดที่หนึ่ง ให้แจ้งความประสงค์เป็นหนังสือต่อสำนักงานมาตรฐานสินค้าหรือสำนักงานสาขาหรือผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ในวันและเวลาทำการล่วงหน้าก่อนเวลาที่เริ่มจัดให้มีการตรวจสอบไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง ทั้งนี้ สถานที่ที่จะจัดให้มีการตรวจสอบนั้นต้องมีความเหมาะสมและมีแสงสว่างเพียงพอที่จะทำการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าได้

2.2 ในกรณีที่มีการชักตัวอย่างโดยการตัดผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้นเพื่อตรวจสอบจะทำความเสียหายให้ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้นให้แนบตัวอย่างผ้าไหมซึ่งเป็นประเภท ชนิด สี ลวดลายเดียวกับผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ขนาดไม่น้อยกว่า 9x10 เซนติเมตร หรือ 3x30 เซนติเมตร ในลักษณะขนานกับด้ายยืนและด้ายพุ่งโดยไม่นับริมผ้าส่วนมราเป็นขอบ ไว้ที่ผืนผ้าไหมหรือที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น จำนวนชิ้นตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของจำนวนผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภท ชนิด สี ลวดลายเดียวกัน

2.3 แสดงเครื่องหมายเพื่อให้เห็นว่าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะจัดให้มีการตรวจสอบนั้นเป็นสินค้าที่ทำไว้เพื่อจำหน่ายในทางการค้าออก ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรีกำหนด

ข้อ 3. ให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 การตรวจสอบผ้าไหม

3.1.1 สุ่มผ้าไหมไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนพื้นผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภทและชนิดเดียวกันที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และตรวจสอบรายการต่อไปนี้

3.1.1.1 ความกว้างและความยาวของพื้นผ้าไหม

3.1.1.2 ความเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุด ไม่เปื้อนหรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพหรือลักษณะของผ้าไหมตลอดทั้งชิ้น

3.1.1.3 ข้อความที่ประทับหรือแผ่นป้าย หรือสลากที่พื้นผ้าไหมว่าถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง

3.1.2 สุ่มผ้าไหมไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนพื้นผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภทและชนิดเดียวกันที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และตรวจสอบรายการต่าง ๆ ตามวิธีการต่อไปนี้

3.1.2.1 จำนวนเส้นไหมขึ้นต่อระยะหนึ่ง เซนติเมตร  
ของผ้าไหมไทย ใช้แว่นขยายหรือกล้องจุลทรรศน์ส่องตรวจนับจากจุดต่าง ๆ ตามแนวเฉียงของพื้นผ้าไหมไม่น้อยกว่า 10 จุด จุดแรกต้องห่างจากริมผ้าไหมไม่น้อยกว่า 4 เซนติเมตร

3.1.2.2 น้ำหนักต่อพื้นที่หนึ่งตารางเมตรของผ้าไหม  
ไทย นำตัวอย่างของผ้าไหมไทยทั้งหมดที่ได้สุ่มไว้ ซึ่งน้ำหนักทั้งผืนแต่ละผืน แล้วคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ออกจากราชการเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
เฉลี่ยเป็นน้ำหนักต่อเนื้อที่หนึ่งตารางเมตรของผืนผ้าไหม ๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.2.3 ปริมาตรร้อยละโดยน้ำหนักของไหมแท้ที่ใช้

ทอผ้าไหม ตัดตัวอย่างผ้าไหมขนาดไม่ต่ำกว่า 9x10 เซนติเมตร หรือ 3x30 เซนติเมตร ตามแนวขนานกับด้ายยืนและด้ายพุ่ง ห่างจากริมผ้าไหมน้อยกว่า 4 เซนติเมตร จากผ้าไหมทุกผืนที่ได้สุ่มไว้ แบ่งตัวอย่างผ้าไหมแต่ละชิ้นออกเป็น 3 ส่วน แต่ละส่วนมีขนาดไม่ต่ำกว่า 3x10 เซนติเมตร เก็บตัวอย่างผ้าไหมนั้นไว้เพื่อเป็นหลักฐาน 2 ส่วน อีก 1 ส่วนนำไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ ตัดตัวอย่างผ้าไหมส่วนที่จะตรวจสอบให้ได้ขนาด 3x3 เซนติเมตร นำตัวอย่างผ้าไหมส่วนที่จะตรวจสอบที่ได้ขนาดดังกล่าวทั้งหมดซึ่งห้าน้ำหนัก เลาะไหมยืนและไหมพุ่งของผ้าไหมจากตัวอย่างออกทั้งหมด คัดแยกเฉพาะไหมแท้ซึ่งน้ำหนักแล้วคำนวณเป็นร้อยละโดยน้ำหนัก

ในกรณีที่การตัดตัวอย่างจากผืนผ้าไหมตามที่ระบุในวรรคหนึ่ง จะทำความเสียหายให้แก่ผืนผ้าไหมนั้น การตัดตัวอย่างผ้าไหมจะตัดจากตัวอย่างผ้าไหมที่ผู้จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าได้แนบไว้ที่ผืนผ้าไหมตามที่ระบุไว้ในข้อ 2.2 ก็ได้ ทั้งนี้ให้ตรวจสอบเปรียบเทียบจนแน่ใจว่าผ้าไหมนั้นเป็นประเภท ชนิดสี และลวดลายเดียวกันกับผ้าไหมนั้น

## 3.2 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

3.2.1 สุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนชั้นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั้งหมดที่เป็นประเภท และชนิดเดียวกันที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าและตรวจสอบรายการต่อไปนี้

### 3.2.1.1 ความเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน หรือชำรุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงาน 3.2.1.1 ข้อความที่ประทับหรือแผ่นป้ายหรือสลากที่ขึ้นทะเบียนด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมว่าถูกต้องตรงกับข้อเท็จจริง

3.2.2 สุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นประเภทและชนิดเดียวกันที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ตามอัตราดังต่อไปนี้

<u>ปริมาณสินค้า</u>	<u>สุ่มไม่น้อยกว่า</u>
1 - 100 ชิ้น	2 ชิ้น
101 - 300 ชิ้น	4 ชิ้น
301 - 500 ชิ้น	6 ชิ้น
501 - 1000 ชิ้น	8 ชิ้น
1001 - ขึ้นขึ้นไป	10 ชิ้น

แล้วดำเนินการตรวจสอบปริมาณเป็นร้อยละโดยน้ำหนัก  
 ของไหมที่ใช้ทอผ้าไหมตาม 3.1.2.3 วรรคหนึ่ง และให้นำความใน 3.1.2.3  
 วรรคสอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

### 3.3 เกณฑ์การตัดสิน

3.3.1 การตรวจสอบตาม 3.1.1, 3.1.2, 3.2.1 หรือ

3.2.2 ถ้าปรากฏว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหรือตัวอย่างผ้าไหมประเภทและชนิดที่สุ่มตรวจสอบนั้นถูกต้องตามมาตรฐานสินค้าทุกตัวอย่างที่ตรวจสอบ ให้ถือว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเฉพาะประเภท และชนิดนั้นทั้งหมดถูกต้องตามมาตรฐาน และให้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 การตรวจสอบตาม 3.1.1 หรือ 3.2.1 ถ้าปรากฏว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประเภทและชนิดที่สุ่มตรวจสอบนั้นผิดมาตรฐานเพียงผืนหรือชิ้นใดชิ้นหนึ่ง ให้ดำเนินการตรวจสอบผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเต็มจำนวนที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และถ้าปรากฏว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผืนใดหรือชิ้นใดชิ้นหนึ่งไม่ได้มาตรฐาน ให้ถือว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉพาะผืนหรือชิ้นนั้นเท่านั้นที่ผิดมาตรฐาน และให้คัดผืนหรือชิ้นที่ผิดมาตรฐานออกไป แล้วออกใบรับรองมาตรฐานสินค้าให้เฉพาะจำนวนที่ถูกต้องตามมาตรฐานเท่านั้น

3.3.3 การตรวจสอบตาม 3.1.2 หรือ 3.2.2 ถ้าปรากฏว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหรือตัวอย่างผ้าไหมประเภท และชนิดที่สุ่มตรวจสอบนั้นผิดมาตรฐานเพียงตัวอย่างใดตัวอย่างหนึ่ง ให้ถือว่าผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเฉพาะประเภทและชนิดนั้นทั้งหมดผิดมาตรฐาน

3.4 ให้บรรจุตัวอย่างผ้าไหมที่ได้เก็บไว้เป็นหลักฐานตามที่ระบุใน 3.1.2, 3.1.2.3 หรือ 3.2.2 แต่ละส่วนในถุงหรือภาชนะที่ป้องกันการเปลี่ยนแปลงสภาพของตัวอย่างได้ ผนึกสลากแสดงประเภท ชนิดของผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ชื่อผู้จัดให้มีการตรวจสอบ เลขที่คำร้องขอให้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า วันเดือนปีที่ตรวจสอบ และให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบ ผู้จัดให้มีการตรวจสอบหรือผู้แทนที่อยู่ในขณะตรวจสอบลงลายมือชื่อกำกับไว้ที่สลาก ทำตราประทับปากถุงหรือภาชนะนั้น แล้วให้ผู้เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นลงลายมือชื่อกำกับไว้ที่ปากถุงหรือภาชนะอีกครั้งหนึ่ง มอบตัวอย่างดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่รับมอบตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนด

### 3.5 ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า

แล้ว เมื่อผู้จัดให้มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าจะนำบรรจุหีบห่อ ให้ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบ

มาตรฐานสินค้าตรวจสอบหีบห่อและควบคุมการบรรจุหีบห่อโดยใกล้ชิดแล้วทำตราประทับที่ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หีบห่อในด้วย

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2532



ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 106 ตอนที่ 30 วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2532

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า...  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอก... อิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

